



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA
EL FUNCIONAMIENTO DE UN TELÉFÉRICO EN EL SECTOR DE
YAHUARCOCHA DE LA CIUDAD DE IBARRA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA, CPA.

AUTORA: ESPINOSA, G. Brenda V.

DIRECTOR: GUERRERO V. WILMA

Ibarra, Noviembre 2016

RESUMEN EJECUTIVO

Imbabura es la cuarta provincia con mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros, oportunidad que debe ser aprovechada por la empresa a implantarse. Se han citado y definido conceptos obtenidos de bibliografía especializada que permitan comprender los términos, los métodos, las estrategias y las técnicas propuestas en este estudio de factibilidad. La empresa que se quiere implementar surge de un proyecto llamado Ciudad Arcángel que consiste en la construcción de un teleférico en la Laguna de Yahuarcocha y se encuentra en la planificación del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra para el año 2017, esta empresa será la encargada de la Administración del proyecto y contará con servicios de alimentación y entretenimiento como bar, restaurante, juegos recreacionales y otros servicios adicionales. El diagnóstico situacional refleja que el turismo al aire libre y la relajación es una de las ramas más apreciadas por los turistas a nivel mundial, además que el Ecuador es uno de los países que más incrementó el número de visitantes en los últimos años, gracias a la inversión promocional realizada por el gobierno. El estudio de mercado se lo realizó a la población de Imbabura y se obtuvo como principales resultados, que al momento de elegir un lugar para distraerse y pasar en familia la población elige visitar la Laguna de Yahuarcocha y un factor determinante es que al momento de elegir una distracción en la laguna de Yahuarcocha la mayor parte de la población encuestada preferirá distraerse en el teleférico por la relajación y los hermosos paisajes que se observarán desde el aire y por qué será una distracción única y novedosa en el norte ecuatoriano. La empresa a implantarse será la encargada de la Administración del teleférico, contará con excelentes instalaciones, un personal altamente capacitado, como los guías turísticos que ayudarán a brindar información a los turistas nacionales y extranjeros que visiten la empresa a implementarse, el proyecto generará un impacto positivo en los siguientes ámbitos, socio cultural, empresarial, turístico y medio ambiental.

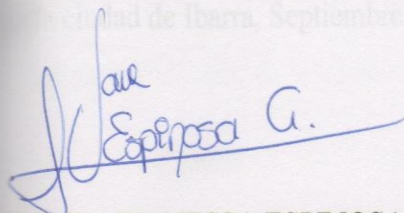
ABSTRACT

Imbabura is the fourth province with more tourists domestic and foreign; this is a good opportunity for the proposed company. They have been cited and defined concepts obtained from specialized literature for understanding the terms, methods, strategies and techniques proposed in this study. The company that wants to implement arises from a project called “Ciudad Arcangel” this project consisting on the construction of a cable car in “Laguna de Yahuarcocha” this is planned by “The City Government of San Miguel de Ibarra 2017”, this company will be the responsible for project management and will feature food and entertainment services such as bar, restaurant, recreational games and other services. Previous studies reflect that outdoor tourism and relaxation is the most appreciated kind of tourism worldwide, also, the research shows that Ecuador is one of the countries that increased the number of visitors in recent years, due to the investment made by the government. The market study was made in the Imbabura province and we obtained as main results, that when choosing a place to relax and spend family time people choose to visit “Laguna de Yahuarcocha” and a determining factor is that most people will prefer the cable car because of the relaxation and beautiful scenery they will observed from the air and it will be a unique attraction in northern Ecuador. The proposed company will be responsible for the administration of the cable car, with excellent facilities, highly trained staff, including tour guides that will provide information to domestic and foreign tourists, the project will generate a positive impact in the following areas: cultural, business, social and, environmental.

AUTORÍA

Yo, BRENDA VANESSA ESPINOSA GUARANGUAY, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100368980-7, declaro bajo juramento que el trabajo **“ESTUDIO E FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN TELÉFÉRICO EN EL SECTOR DE YAHUARCOCHA DE LA CIUDAD DE IBARRA”**, es de mi autoría; y que no ha sido previamente presentado para ningún fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación que se incluyen en este documento son de mi responsabilidad.

Ciudad de Ibarra, Septiembre del 2016



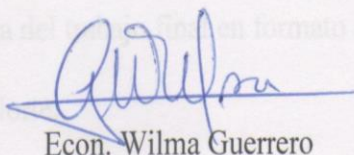
BRENDA VANESSA ESPINOSA GUARANGUAY

CC. 100368980-7

CERTIFICADO DEL ASESOR

En calidad de Director de Trabajo presentado por la Srta. Brenda Vanessa Espinosa Guaranguay, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN TELÉFÉRICO EN EL SECTOR DE YAHUARCOCHA DE LA CIUDAD DE IBARRA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Septiembre del 2016



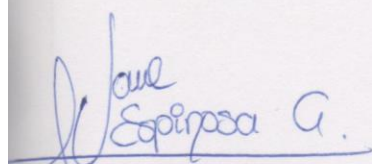
Econ. Wilma Guerrero

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Brenda Vanessa Espinosa Guaranguay, con cédula de identidad Nro. 100368980-7, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6 en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN TELÉFERICO EN EL SECTOR DE YAHUARCOCHA DE LA CIUDAD DE IBARRA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra,


Brenda Vanessa Espinosa

CC. 100368980-7

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100368980-7		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Brenda Vanessa Espinosa Guaranguay		
DIRECCIÓN:	Juan de Velasco y Rocafuerte		
EMAIL:	brenda_es21@hotmail.com		
TELEFONO FIJO:	062907-485	TELEFONO MOVIL:	0987090782

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN TELÉFERICO EN EL SECTOR DE YAHUARCOCHA DE LA CIUDAD DE IBARRA”,
AUTOR:	Brenda Vanessa Espinosa Guaranguay
FECHA:	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría
ASESOR/DIRECTOR:	Econ. Wilma Guerrero

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

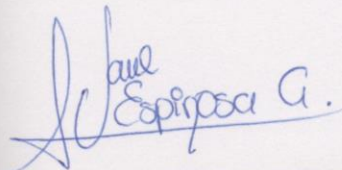
Yo, BRENDA VANESSA ESPINOSA GUARANGUAY, con cédula de identidad Nro. 10036890-7, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra,

LA AUTORA:



BRENDA VANESSA ESPINOSA GUARANGUAY

CC. 100368980-7

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente trabajo es el reflejo del querer superarme, ya que con sacrificio y dedicación he llegado a mi anhelado sueño de ser una mejor persona y a la vez una gran profesional.

La ayuda que he recibido han sido de mucha bendición, dedico a mis padres Jorge Espinosa que en paz descanse y Carmita Guaranguay, quienes en cada etapa de mi vida me han apoyado incondicionalmente y sobre todo a mi madre por ser una mujer tan luchadora que eso me ha servido como ejemplo para salir adelante a pesar de las dificultades.

A mis hijos quienes son lo más hermoso que tengo en la vida y han sido mi inspiración para lograr que todas mis metas se cumplan.

A mi querido esposo por su apoyo moral y económico, familiares, amigos, compañeros de trabajo y docentes quienes han compartido esta ardua experiencia.

Vanessa

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primeramente al ser más sublime que es Dios por darme fortaleza y sabiduría para poder culminar una etapa más en mi vida,

Quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte por permitir desarrollarme como profesional dentro de su ámbito de educación superior.

A todos quienes hicieron parte para que pueda desarrollar mi trabajo de grado de la empresa, brindándome la información necesaria para realizar el mismo, a todos los docentes que me brindaron sus conocimientos en el transcurso de mi carrera estudiantil, y de manera muy especial a mi director de tesis la Econ. Wilma Guerrero quien con sus conocimientos supo guiarme de la mejor manera para que llegue a culminar mi trabajo de grado.

Agradezco también a las autoridades de la Universidad Técnica del Norte por su gran apoyo y quienes aportaron para que pueda cumplir con mi meta de ser una gran profesional.

Finalmente un profundo agradecimiento a toda mi familia por el constante apoyo en cada momento, en especial en la vida estudiantil que acabo de transcurrir.

Vanessa

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICADO DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxiii
INTRODUCCIÓN	xxiv
GENERAL.....	xxvi
ESPECÍFICOS.....	xxvi
JUSTIFICACIÓN	xxvii
CAPÍTULO I.....	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	29
Antecedentes	29
Objetivos.....	30
Objetivo General	30
Objetivos Específicos.....	31
Variables Diagnóstica	31
Indicadores.....	32
Matriz diagnóstica.....	33
Aspectos demográficos	34
Situación Social y Económica	34
Población Económicamente Activa PIB	34
Flujos de turistas nacionales en el cantón Ibarra	38

Actividades Económicas	39
Canasta familiar básica vs. Salario básico.	41
Presupuesto Municipal de la Ciudad de Ibarra	42
Concesión Municipal	42
Aspectos Políticos	45
Políticas del Buen Vivir	46
La ley de Turismo	47
CAPÍTULO II	52
MARCO TEÓRICO	52
Introducción	52
El Sistema Turístico	52
Producto Turístico	53
Información Turística	53
Importancia del Turismo	54
Efectos del Turismo	54
Viabilidad económica y Desarrollo del Turismo	55
Política del Turismo	55
El Turismo del futuro está en la especialización del Sector	56
El teleférico	57
Clasificación de los teleféricos	57
La Organización	60
El Organigrama	61
Organigrama Funcional	61
Organigrama lineal o militar	62
El proceso administrativo	63
Planeación	64
Integración	64
Dirección	65
Control	65
Eficacia	65
Eficiencia	66
Misión	66
Visión	66

Desarrollo Turístico	67
El Turismo	67
Turismo Sostenible	67
Turismo Rural	68
Ecoturismo	70
Ecoturismo como alternativa de desarrollo.....	70
La Imagen de un destino turístico.....	71
Definición de destino turístico.....	71
Turista	72
Promoción	72
Publicidad	72
Estudio de factibilidad	73
Estudio Financiero	73
Presupuesto	74
Evaluadores financieros	75
Valor Presente Neto	75
Tasa Interna de Retorno	75
Periodo de Recuperación de la inversión.....	75
Relación Beneficio Costo.....	76
Estados Financieros	76
Estado de Situación Financiera Inicial.....	77
Activo.....	78
Pasivo.....	78
Patrimonio.....	78
Estado de Resultados	78
Estado de Flujo de Efectivo	79
NIF	80
NIIF 1 Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera	83
NIIF 2 Pagos basados en acciones	83
NIIF 3 Combinaciones de negocios.....	84
NIIF 4 Contratos de Seguros.....	84
NIIF 5 Activos no corrientes mantenidos para la venta y operaciones interrumpidas.	85

NIIF 6 Exploración y evaluación de recursos minerales	85
NIIF 7 Instrumentos Financieros: Información a revelar	85
NIIF 8 Segmentos de operación.....	86
NIIF 9 Instrumentos Financieros	86
NIIF 10 Estados Financieros Consolidados	86
NIIF 11 Acuerdos Conjuntos	87
NIIF 12.....	88
NIIF 13.....	88
CAPÍTULO III.....	89
ESTUDIO DE MERCADO	89
Presentación	89
Objetivos del estudio de mercado	90
General.....	90
Específicos	90
Definición del servicio.....	93
Servicio del teleférico	93
Servicio de Restaurante.....	94
Área Infantil.....	94
Infraestructura	94
Segmento de mercado	95
Población Universo.....	95
Cálculo de la Muestra	98
Resultados y análisis de la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ibarra.	100
Resultados y análisis de la entrevista aplicada a los gerentes del sector turístico.	119
Oferta	120
Análisis de la oferta	120
Proyección de la oferta.....	122
Demanda	123
Análisis de la demanda	123
Proyección de la Demanda.....	124
Determinación de la demanda insatisfecha.....	126
Determinación del precio del producto.....	126
Análisis de Precios.....	126

Precios del servicio de alimentación.....	127
Precios del servicio del teleférico y sus complementos.....	127
Resumen estudio de mercado.....	127
Estrategias de mercado	128
CAPÍTULO IV.....	129
ESTUDIO TÉCNICO	129
Tamaño del proyecto.....	129
Factores que afecta el Tamaño.....	131
El tamaño del mercado.....	131
Acceso a suministros e insumos	132
Aspectos Tecnológicos	132
Disponibilidad de recursos financieros	132
De acuerdo a su organización	133
Localización.....	133
Macro localización.....	133
Micro localización	136
Condiciones Meteorológicas.....	137
Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo	137
Ingeniería del proyecto	138
Estudio de Requerimientos	138
Presupuesto técnico.....	147
Inversiones fijas	147
Capital de trabajo	153
Inversión total del proyecto	154
Financiamiento.....	155
Talento humano	156
CAPÍTULO V.....	158
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	158
Introducción	158
Determinación de ingresos proyectados	158
Determinación de egresos proyectados.....	159
Costos Operativos	159
Gastos administrativos.....	166

Gastos de ventas.....	172
Gastos Financieros	174
Tabla de depreciaciones	176
Tabla resumen de egresos proyectados.....	182
Estado de Situación inicial.....	183
Estado de Resultados Proyectado	184
Flujo de efectivo financiero	186
Evaluación financiera.....	188
Costo de oportunidad	188
Cálculo del VAN.....	189
Cálculo de la TIR	190
Recuperación de dinero en el tiempo.....	192
Índice beneficio-costos.....	193
Punto de equilibrio.....	193
Resumen de evaluación financiera.....	197
Análisis de sensibilidad.....	197
Análisis del capítulo.....	201
CAPÍTULO VI.....	202
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	202
ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA.....	202
Presentación	202
Estructura estratégica	202
Misión	202
Visión.....	202
Valores	203
Principios	203
Objetivos.....	204
Metas.....	204
Políticas.....	204
Estructura Orgánica	206
Nivel Directivo.....	206
Nivel Técnico.....	207
Nivel Operativo.....	207

Simbología para elaborar Diagramas de Flujo.....	207
Estructura Funcional	209
Marco Legal	213
Constitución de la República del Ecuador	213
Ley de Turismo	214
Reglamento General a Ley de Turismo	216
Reglamento General de Actividades Turísticas	217
Ley de Compañías.....	218
Código de ética	218
Constitución Jurídica.....	219
CAPÍTULO VII	224
IMPACTOS	224
ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO	224
Impactos del proyecto	224
Impacto económico	225
Impacto socio – cultural.....	227
Impacto empresarial.....	228
Impacto de salud	230
Impacto ambiental.....	231
Impacto general.....	233
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	235
CONCLUSIONES	235
RECOMENDACIONES.....	236
FUENTES DE INFORMACIÓN	238
BIBLIOGRAFÍA	238
ANEXOS	242
ANEXO 1 ENCUESTA.....	243
ANEXO 2 LEY DE TURISMO	248

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables Diagnósticas	31
Tabla 2 Resumen de Variables e Indicadores	32
Tabla 3 Matriz diagnóstica.....	33
Tabla 4 Población del Cantón Ibarra	34
Tabla 5 Población Económicamente activa del Ecuador	35
Tabla 6 Indicadores macroeconómicos.....	35
Tabla 7 Desempleo	36
Tabla 8 Ingreso de Turistas extranjeros al Ecuador	38
Tabla 9 Principales Mercados turísticos al Ecuador	39
Tabla 10 Establecimientos económicos	40
Tabla 11 Canasta familiar básica	41
Tabla 12 Remuneración Mensual Unificada básica.....	41
Tabla 13 Resumen del Objetivo 9.....	46
Tabla 14 Matriz AORR	50
Tabla 15 Matriz de Relación Diagnóstica del Estudio de Mercado.....	92
Tabla 16 Población Universo.....	95
Tabla 17 Visitas Yahuarcocha	96
Tabla 18 Ingreso turistas a la ciudad de Ibarra	97
Tabla 19 Muestra	121
Tabla 20 Desegregación de la muestra con toda la población.....	121
Tabla 21 Oferta de servicios sustitutos	122
Tabla 22 Cálculo de la Oferta real	123
Tabla 23 Proyección de la oferta	123
Tabla 24 Frecuencia multiplicada por número de personas que asisten a Yahuarcocha.	124
Tabla 25 Frecuencia de visita a Yahuarcocha.....	124
Tabla 26 Cálculo de la demanda real	125
Tabla 27 Proyección de la Demanda	125
Tabla 28 Proyección de la demanda insatisfecha	126
Tabla 29 Matriz Resumen de Estrategias de Marketing	128
Tabla 30 Oferta Potencial	129
Tabla 31 Capacidad operativa del proyecto.....	130

Tabla 32 Servicio Teleférico.....	130
Tabla 33 Servicio de restaurante.....	130
Tabla 34 Muebles de oficina.....	147
Tabla 35 Equipos de Oficina.....	147
Tabla 36 Equipos de computación y Software	148
Tabla 37 Resumen de las Inversiones	148
Tabla 38 Muebles de Oficina.....	149
Tabla 39 Equipos de Oficina.....	149
Tabla 40 Equipos de computación y software	149
Tabla 41 Inversiones Área de Ventas	150
Tabla 42 Muebles para restaurante	150
Tabla 43 Maquinaria y Equipo	151
Tabla 44 Equipos de Seguridad	152
Tabla 45 Inversiones Operativas.....	152
Tabla 46 Resumen de inversiones fijas.....	153
Tabla 47 Capital de Trabajo.....	154
Tabla 48 Resumen de Capital de Trabajo	154
Tabla 49 Resumen de inversiones.....	155
Tabla 50 Detalle del Capital	155
Tabla 51 Financiamiento.....	156
Tabla 52 Talento Humano	156
Tabla 53 Proyección anual de los servicios	159
Tabla 54 Materia Prima	160
Tabla 55 Proyección de Materia Prima.....	161
Tabla 56 Mano de Obra Operativa.....	161
Tabla 57 Utensilios de cocina	162
Tabla 58 Servicios Básicos operativos	163
Tabla 59 Prendas de Vestir	164
Tabla 60 Concesión mensual del teleférico	165
Tabla 61 Resumen de Costos Indirectos Operativos	165
Tabla 62 Proyección de Costos Operativos	166
Tabla 63 Remuneraciones Administrativas	167
Tabla 64 Servicios Básicos Administrativos	168

Tabla 65 Materiales de Oficina.....	169
Tabla 66 Materiales de aseo.....	170
Tabla 67 Gastos de Constitución	171
Tabla 68 Proyección Gastos Administrativos.....	171
Tabla 69 Sueldo de Ventas	172
Tabla 70 Gastos de Publicidad.....	173
Tabla 71 Proyección Gastos Ventas	174
Tabla 72 Préstamo Bancario	175
Tabla 73 Crédito financiero	176
Tabla 74 Tabla de porcentaje para el cálculo de la depreciación	177
Tabla 75 Resumen gasto depreciación.....	178
Tabla 76 Activos Fijos	178
Tabla 77 Cálculo de la depreciación.....	180
Tabla 78 Presupuesto de egresos	183
Tabla 79 Estado de Situación Financiera Inicial.....	184
Tabla 80 Estado de Resultado Proyectado.....	185
Tabla 81 Cálculo del impuesto a la Renta Para el quinto año	186
Tabla 82 Cálculo Impuesto a la Renta	186
Tabla 83 Flujo de Efectivo.....	187
Tabla 84 Recuperación efectiva.....	187
Tabla 85 Cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio.....	188
Tabla 86 Flujos de caja para el cálculo del VAN	189
Tabla 87 Flujos de Caja para el cálculo de la TIR.....	191
Tabla 88 Flujos de Caja para el cálculo del periodo de recuperación	192
Tabla 89 Flujos de ingresos y egresos para el cálculo del Costo Beneficio	193
Tabla 90 Calculo del Costo Beneficio	193
Tabla 91 Proyección para el punto de equilibrio	195
Tabla 92 Proyección para el cálculo del Punto de Equilibrio.....	195
Tabla 93 Punto de Equilibrio	196
Tabla 94 Cálculo del Punto de Equilibrio.....	196
Tabla 95 Resumen de la evaluación financiera.....	197
Tabla 96 Análisis de sensibilidad	198
Tabla 97 Descripción de funciones accionistas	209

Tabla 98 Descripción de funciones contador.....	210
Tabla 99 Descripción de funciones cajera	211
Tabla 100 Descripción de funciones - Cocinera	211
Tabla 101 Descripción de funciones – Ayudante de cocina.....	212
Tabla 102 Descripción de funciones-Limpieza	212
Tabla 103 Matriz de Impactos	224
Tabla 104 Impacto económico.....	225
Tabla 105 Impacto socio-cultural	227
Tabla 106 Impacto Empresarial	228
Tabla 107 Impacto de Salud	230
Tabla 108 Impacto Ambiental	231
Tabla 109 Impacto General.....	233

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Clasificación de un teleférico	60
Gráfico 2 Organigrama Funcional	62
Gráfico 3 Organigrama lineal o militar.....	63
Gráfico 4 El Turismo	69
Gráfico 5 Ecoturismo.....	70
Gráfico 6 Análisis de Estados Financieros	77
Gráfico 7 Flujo de efectivo	80
Gráfico 8 Normas Internacionales de Información Financiera	82
Gráfico 9 Frecuencia de distracción	100
Gráfico 10 Lugares de distracción y relajación	101
Gráfico 11 Clases de diversiones.....	102
Gráfico 12 Distracciones en la Laguna de Yahuarcocha.....	103
Gráfico 13 Porcentaje de personas que acuden a Yahuarcocha.....	104
Gráfico 14 Clases de distracción.....	105
Gráfico 15 Oportunidades de subir al teleférico	106
Gráfico 16 Servicio de teleférico	107
Gráfico 17 Personas que desearían utilizar este servicio	108
Gráfico 18 Frecuencia de utilización del servicio.....	109
Gráfico 19 Servicios adicionales al teleférico	110
Gráfico 20 Valor del servicio.....	111
Gráfico 21 Formas de pago del servicio	112
Gráfico 22 Medios de Comunicación	113
Gráfico 23 Tipo de bebidas.....	114
Gráfico 24 Radio más escuchada.....	115
Gráfico 25 Periódico más leído.....	116
Gráfico 26 Canal más visto.....	117
Gráfico 27 Factores Importantes.....	118
Gráfico 28 Mapa de Ecuador	134
Gráfico 29 Sección de Recepción	144
Gráfico 30 Plano de las oficinas administrativas	144
Gráfico 31 Plano Restaurante	145

Gráfico 32 Plano Bar-Cafetería	145
Gráfico 33 Plano Áreas Recreativas	146
Gráfico 34 Plano Teleférico.....	146
Gráfico 35 Punto de Equilibrio	196
Gráfico 36 Logotipo.....	205
Gráfico 37 Organigrama Estructural propuesto	206
Gráfico 38 Flujograma de Contratación de Talento Humano.....	208

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Fase A.....	139
Figura 2 Fase B	140
Figura 3 Fase C	140
Figura 4 Fase D.....	141

INTRODUCCIÓN

El panorama mundial muestra una perspectiva positiva de la actividad turística permitiendo de esta forma el avance de los servicios turísticos tales como: alojamiento, restaurantes y bebidas, organizadoras de eventos, salas de juego, parques de distracción y el transporte turístico como los trenes, foliculares, teleféricos, sin embargo la crisis mundial debido a los aumentos del precio de petróleo constituyen elementos negativos para el desarrollo del transporte turístico, ya que esto se ve reflejado en el costo de las tarifas tanto de transporte aéreo, marítimo así como terrestre.

El turismo en el Ecuador es generador de fuentes de trabajo y la tercera fuente de ingresos no petroleros del Ecuador, con el aumento vertical de los recursos económicos de un sector a tal punto que el ingreso de turistas a diferencia del año pasado donde se registró un total de un millón 577 mil visitantes. Así la meta final sería el ingreso de 1'681.110 visitantes al finalizar este año. (La Nación, 2015).

Según la Ministra Sandra Naranjo en el período del año 2015, recalcó que en los últimos cuatro años el presupuesto para inversión en el sector turístico se incrementó en un 40,3%, en el 2014 se invirtió 10 veces más de lo que se invertía en el 2006, en turismo porque se ha reconocido el potencial que tiene y durante el 2014, el turismo generó \$1, 606,2 millones por ingreso de divisas, generando 344.800 empleos directos e indirectos, siendo así el turismo el mayor empleador de jóvenes y mujeres. (La Nación, 2015).

La ciudad de Ibarra, está compuesta por cinco parroquias urbanas que son: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato dando una población total urbana de 131.856 habitantes, en concordancia al último Censo Poblacional realizado en el 2010. Existe una población de clase media del 68,80 % y una clase pobre del 32,20%. Los hogares tiene un

promedio del 3,71 de miembros por familia; según el mismo estudio se determina que existe una población económicamente activa en hombres de 66.71 % y de mujeres del 46,86 % y una población Económicamente Inactiva del 33,29 % en hombres y el 53,14 en mujeres. En lo referente a las actividades económicas la ciudad blanca cuenta con 9.384 actividades empresariales entre las que más se destacan el comercio con 5.360 establecimientos económicos, seguidos de actividades de servicio de comidas y alojamiento que alcanzan 1.084, establecimientos, e industrias manufactureras que llegan a 814 establecimientos, observándose que los establecimientos económicos tienen gran acogida por parte de los moradores de la Ciudad. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Dentro de la propuesta del Plan de Gobierno Municipal que propuso el señor Alcalde de San Miguel de Ibarra está el Proyecto la Ciudad Arcángel que consiste en la construcción de vías y caminos de primer orden. El mirador turístico que radicará en una infraestructura que les permitirá a los turistas observar las maravillas de la ciudad. La desapropiación de terrenos baldíos con la finalidad de realizar un plan de vivienda con edificios modernos. Dentro de este proyecto está considerada la construcción de un teleférico que cruce la laguna, para atracción turística que puede ser administrada por un socio estratégico mediante un parador turístico que puede ser de carácter privado. Todos estos proyectos constan en el POA del 2017 del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra y se los ha postergado para el año 2017 a razón de la crisis económica que soporta el país. Esta información fue consultada al Señor Milton Yépez, actual Director de Planificación del GAD-Ibarra.

El Proyecto que se pretende realizar es la implantación de una empresa turística que se dedique al funcionamiento y a la administración del teleférico mediante un convenio como socio estratégico que se aportará como empresa privada con la construcción del teleférico, mismo que contará con otros servicios adicionales.

OBJETIVOS

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa para el funcionamiento de un teleférico en el sector de Yahuarcocha de la Ciudad de Ibarra”.

ESPECÍFICOS

- Realizar un Diagnóstico Situacional de la ciudad Ibarra, con la finalidad de establecer los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos, a través del estudio de los diferentes aspectos: sociales, económicos, culturales, educativos, tecnológicos que puedan afectar la situación de la empresa.
- Estructurar un Marco Teórico que permita establecer la fundamentación teórica y científica y obtener una base sobre la cual se construirá el análisis de los resultados obtenidos.
- Efectuar un estudio de mercado que permita determinar la oferta, demanda, el precio, y el servicio, mediante la aplicación de diferentes herramientas de trabajo como son; encuestas y entrevistas.
- Desarrollar un estudio Técnico para determinar el tamaño, localización, distribución de procesos e inversiones requeridas para la operación del proyecto como la propiedad Planta y Equipo y el Capital de Trabajo que se requiere, a través del análisis del proceso del servicio en estudio.
- Realizar el Estudio Financiero y Económico con el fin de identificar la sustentabilidad, factibilidad y rentabilidad de la Inversión, mediante la determinación de Estados e Indicadores Financieros.
- Determinar la organización de la empresa a través del estudio de aspectos administrativos, legales, fiscales, y laborales para inicio de la nueva unidad de servicios.
- Establecer los impactos que se derivan del proyecto en los aspectos; social, económico, ético y ambiental, para identificar los efectos que causará la implementación del presente proyecto en el sector.

JUSTIFICACIÓN

Por sus vínculos económicos y sociales entre el sector público y privado y por tener la Ciudad de Ibarra, ventajas comparativas, considerando que el Ecuador es un referente turístico nacional e internacional, por la laguna de Yahuarcocha con sus autódromos que puede aportar significativamente, no solo al desarrollo del sector si no crear fuentes de trabajo directas e indirectas como el fomento del turismo, la gastronomía y otros servicios adicionales que puede brindar los pobladores disminuyendo el desempleo ya que este sector puede convertirse en un verdadero polo de desarrollo turístico, en vista de que se ha considerado al turismo como una gran fuente de riquezas para el país se quiere implementar el servicio del teleférico que consta en la planificación del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra y lo que se pretende es crear una empresa turística para el funcionamiento del teleférico y brindar servicios adicionales para satisfacer las necesidades de los turistas locales y extranjeros y hacer de nuestro país el mejor lugar con atractivos turísticos que aprovechan de la naturaleza que brinda la hermosa Laguna de Yahuarcocha.

La Ciudad de Ibarra por ser una capital turística ecuatoriana puede competir internacionalmente por el ingreso de turistas que viajan con fines recreativos o de negocios, pues los clientes son muy exigentes con la calidad de los servicios y seguridad de ello se deriva que los destinos compiten no solo por el precio sino que se ven obligados a destacar la calidad del servicio y se vuelve atractivo por los precios justos y calidad de los servicios turísticos.

La Educación muy importante porque proporciona, conocimientos desconocidos, madurez y un progreso personal y profesional, sin embargo, complementando al turismo, aporta un sin fín de oportunidades y posibilidades para aprender nuevas experiencias, se debe puntualizar, que el turismo en Imbabura es uno de los más enriquecedores del Ecuador, con una variada cultura

gastronómica, un contenido climático insuperable, y en total un patrimonio turístico que acoge y oferta uno de los mejores rincones del país, en el presente proyecto es importante el turismo dentro de la educación para lograr que la comunidad tome conciencia, valore y cuide de los recursos naturales que brinda la hermosa ciudad de Ibarra y su Laguna.

Dentro del Plan Anual Operativo Municipal constaba el proyecto “Ciudad Arcángel”, que por razones de crisis económica esta postergado para el año 2017. Dentro de sus objetivos es ejecutar un proyecto ambicioso que en su primera etapa esta la construcción de vías y caminos de primer orden para llegar a este sitio, posteriormente la construcción de un mirador turístico y desapropiación de terrenos baldíos con la finalidad de construir un plan de vivienda con edificios modernos, dentro de este proyecto se encuentra inmerso la construcción de un teleférico que cruce la laguna de Yahuarcocha e implementar con una empresa turística que se encargue de la administración y la operatividad del servicio del teleférico, además contará con servicio de bar, restaurante, cafetería y zona de juegos.

El Gobierno descentralizado de San Miguel de Ibarra para completar este Proyecto requerirá de socios estratégicos para la administración del teleférico, por tal razón se presenta la propuesta de crear una empresa solamente para la parte de la administración en la que funcionará un bar restaurante y boleterías con inversión privada que se encargue del adecuado funcionamiento del teleférico.

El Estado ecuatoriano incentiva y apoya el emprendimiento de nuevas actividades en el sector turístico, La Ley de Turismo del Ecuador según el Art. 3 nos dice: “Son principios de la actividad turística, la participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización”, y se regirá y cumplirá con las leyes necesarias para su creación y funcionamiento.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Los teleféricos tienen su origen hace más de 100 años en una región montañosa del mundo, Los Alpes, en Europa. A principios del siglo XX, en Alemania, Francia, Suiza y Austria se instalaron los primeros teleféricos dedicados al transporte de personas que debían esquivar terrenos muy pendientes o valles profundos. Cada proyecto de teleférico se complementa a las necesidades del contexto ambiental donde se construyen, como por ejemplo, una mayoría de los construidos en el mundo tiene una finalidad turística, tal es el caso del teleférico de Quito, que une a esta ciudad con uno de los picos más emblemáticos de Ecuador, el Pichincha, un volcán aún activo de 4.765 metros de altitud. Lo mismo pasa en Salta, Argentina, donde un teleférico conecta al parque San Martín con el cerro San Bernardo. En la ciudad colombiana de Medellín, en 2004 se inauguró el primer sistema de teleférico como transporte masivo: allí, el “Metrocable” está conectado con el sistema de tren metropolitano. La Paz es la tercera ciudad Latinoamérica que tiene una red de teleféricos de transporte urbano. (Correos del Sur , 2015).

Ibarra está ubicada a 115 Km. Al noroeste de Quito a 125 Km, al Sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C. La ciudad de Ibarra es conocida como la capital de la provincia de los lagos, en la que habitan variedad de culturas que enriquecen y hacen única a la provincia. (Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra, 2016).

La Ciudad de Ibarra se le conoce como la capital turística de los ecuatorianos por sus lugares tan atractivos, como la Laguna de Yahuarcocha, donde está el autódromo. Junto a la

laguna se encuentra la loma de Yuracruz en la que está el mirador de San Miguel Arcángel donde se divisa a la ciudad de Ibarra y sus encantos y bellos paisajes como son la laguna y por el otro lado la ciudad.

En el Resumen del Plan Nacional del Buen vivir 2013 al 2017, dentro del objetivo 9 nos dice: “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas” en el inciso 9.1 manifiesta “Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos.” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo , 2016).

El presente proyecto consiste en plantear un “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa para el funcionamiento de un teleférico en el sector de Yahuarcocha de la Ciudad de Ibarra” con una infraestructura e instalaciones que ofrezca el servicio del teleférico, en el que se implementará, una empresa turística donde se oferte boletos para la utilización del teleférico y cuente con un bar restaurante, cafetería, juegos recreacionales, zona Wifi, y de esta manera ofrecer al público un lugar de relajación y esparcimiento mediante esta actividad innovadora por el servicio brindado.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Realizar un Diagnóstico Situacional para determinar los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos, a través del estudio de los diferentes aspectos: económicos, sociales, políticos, educativos, tecnológicos mediante la creación de una empresa para la administración del teleférico en Yahuarcocha de la Ciudad de Ibarra.

1.2.2. Objetivos Específicos

1. Conocer el flujo de turistas que ingresan a la ciudad y cuáles son sus preferencias, con el fin de analizar la situación turística actual del sitio, a través de los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo.
2. Determinar la situación social y económica de los pobladores de la Ciudad de Ibarra con la finalidad de analizar los estratos sociales mediante datos estadísticos proporcionados por el INEC.
3. Determinar la normativa vigente que aporta en beneficio a este proyecto, mediante investigación de documentación secundaria, con el fin de poner en práctica la normativa establecida.
4. Conocer la normativa para realizar una concesión entre los GAD Gobiernos Autónomos Descentralizados y los socios estratégicos o personas naturales.

1.3. Variables Diagnóstica

Para la determinación de la situación actual del proyecto a implantarse y su entorno es necesario establecer variables e indicadores que respondan a una lógica investigativa

Tabla 1 Variables Diagnósticas

Variables Diagnósticas	
Variable 1.-	Aspectos demográficos
Variable 2.-	Situación Económica
Variable 3.-	Aspectos legales y políticos
Variable 4	Aspectos normativos de concesión a socios estratégicos

Elaborado por: La autora

1.4. Indicadores

Para el análisis correspondiente a cada variable se ha descompuesto cada una de estos los aspectos determinados, los que permiten obtener información puntual del aspecto estudiado.

Tabla 2 Resumen de Variables e Indicadores

Resumen de Variables e Indicadores	
Variables Diagnósticas	Indicadores
1.- Aspectos demográficos	Promedio por familia
	Edad
2.- Aspectos económicos	Crecimiento Poblacional
	PIB Población Económicamente Activa
	Flujo de turistas a nivel nacional en Ibarra
	Presupuesto GAD Municipal
	Actividades económicas
3.- Aspectos políticos legales	Canasta básica vs. Ingreso familiar
	Plan del Buen Vivir
	Plan Operativo Municipal
4.- Aspectos de concesión	Ley de Turismo
	Ordenanzas Municipales
	COOTAC
	Código Orgánico de la Producción

Elaborado por: La autora

1.5. Matriz diagnóstica

Tabla 3 Matriz diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACION		
Conocer los antecedentes demográficos de la Ciudad de Ibarra que inciden en la creación de la empresa, con el fin de analizar la situación actual del sitio, a través de los datos estadísticos de los censos realizados por el INEC	Aspectos demográficos	Estado Civil	Bibliográfica	SIISE		
			Bibliográfica	INEC		
		Edad	Bibliográfica	SIISE		
			Bibliográfica	INEC		
		Actividad	Bibliográfica	INEC		
			Bibliográfica	SIISE		
		Crecimiento Poblacional	Bibliográfica	INEC		
			Bibliográfica	SIISE		
		Determinar la situación socio-económica y productiva de los pobladores de la Ciudad de Ibarra con la finalidad de analizar los extractos sociales mediante datos estadísticos proporcionados por el INEC.	Situación Social y económica	PIB Población económicamente activa	Bibliográfica	INEC
				Flujo turístico nacional en Ibarra.	Bibliográfica	Censo 2010
	Bibliografía			Internet		
Actividades Económicas	Bibliográfica			GAD Ibarra		
Canasta básica vs. Ingresos	Bibliográfica			SIISE		
Presupuesto Municipal	Bibliográfica			Censo 2010		
				INEC		
Determinar la normativa vigente que apoya en beneficio a este proyecto mediante investigación de documentación secundaria con el fin de poner en práctica la normativa establecida.	Aspectos políticos legales	Plan del Buen Vivir	Bibliográfica	Gobierno Nacional		
				Internet		
		Plan Operativo Municipal	Entrevista	Funcionarios del GAD-I		
				Internet		
Determinar la normativa para la concesión del teleférico a una persona natural.	Aspectos de concesión	Ordenanzas Municipales	Bibliográfica	GAD-I		
		COOTAD	Bibliográfica	GAD-I		
		Código Orgánico de la Producción	Bibliográfica	Gobierno Nacional		

Elaborado por: la autora

1.5.1. Aspectos demográficos

La población de la Ciudad de Ibarra encuentra marcada por diferentes aspectos demográficos entre los más destacados se mencionan los siguientes; de acuerdo con el último censo realizado en el año 2010 se identifica que existen 67.165 hombres y 72.556 mujeres en total 139.721 habitantes en la ciudad Ibarra. El estado conyugal de los Imbabureños se encuentra distribuido de acuerdo con lo siguiente detalle; casados representan el 42.4%, de la población, solteros 38.8%, unidos 9.4%, viudo 4,3%, separado 2,6%, divorciado 2.5%”. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010).

Se adjunta al presente un estudio realizado de los ingresos de turistas semanalmente se el detalle de edades de la población Imbabureña como referencia de acuerdo con el censo mencionado anteriormente:

Tabla 4 Población del Cantón Ibarra

Población del Cantón Ibarra por: Grandes grupos de edad	Hombres	Mujeres	Total
Población del Cantón Ibarra: De 0 a 14 años	27.328	26.419	53.747
Población del Cantón Ibarra: De 15 a 64 años	54.007	59.298	113.305
Población del Cantón Ibarra: De 65 años y más	6.451	7.672	14.123
Población del Cantón Ibarra por edad y género:	87.786	93.389	181.175

Fuente: INEC, Censo 2010

Elaborado por: La Autora

1.5.2 Situación Social y Económica

1.5.2.1. Población Económicamente Activa PIB

La población económicamente Activa del Ecuador es de 3'368.889, duplicándose en sexo masculino detectándose que las mujeres tienen menos oportunidades laborales.

Tabla 5 Población Económicamente activa del Ecuador
Población económicamente activa del Ecuador (PEA)

Población económicamente activa del Ecuador (PEA)	Hombres	Mujeres	Total
	2.339.060	1.029.829	3.368.889

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: La autora

La población económicamente activa de la Ciudad de Ibarra se encuentra conformada de la siguiente manera; población económicamente activa total de 56,27 %, siendo en hombres del 66,71 % y en mujeres del 46,86%.

Casi la mitad de la población económicamente activa es inactiva en la que la mayor parte están las mujeres; gran parte están como amas de casa, existiendo mayores oportunidades de trabajo más para hombres que para mujeres notándose la inequidad, o por la falta de empleo puede ser considerado un riesgo para la empresa que se pretende crear.

Tabla 6 Indicadores macroeconómicos

Indicador	Porcentaje
Deuda Externa como % del PIB (Diciembre 2015):	20,40%
Inflación Anual Septiembre 2016/Septiembre 2015):	1,30%
Inflación Mensual (Septiembre - 2016)	0,15%
Tasa de Desempleo Urbano a Septiembre-30-2016:	6,68%
Tasa de Interés activa (octubre -2016):	8,71%
Tasa de interés pasiva (octubre - 2016):	5,75%
Barril Petróleo (WTI 25-oct-16):	<u>49,51USD</u>
Índice Dow Jones (25-Oct-2016):	18169.27
Riesgo País (25-Oct-2016):	714.00

Fuente: BCE 2016

Elaborado por: la autora

Variaciones de la Inflación y del PIB

Durante los últimos años en el Ecuador se ha reducido radicalmente la tasa de desempleo hasta llegar a una tasa del 3,84%, aunque el empleo inadecuado sigue siendo alto y

en aumento, el número de personas que han accedido a un trabajo acorde con su educación y con una remuneración justa ha tenido una caída de aproximadamente seis puntos hasta llegar al 43,72%. (Banco Central del Ecuador , 2016).

Analizando la situación económica del país, en los últimos años ha sido estable a excepción de este último año donde el petróleo bajo drásticamente, al final del 2014, estaba a \$ 115,00 hasta llegar cotizarse por \$ 37,00 afectando gravemente la economía. La inflación del 2011 se situó en 5,41 % mientras que el crecimiento del PIB, estuvo en el 7,80. En el 2012 la inflación bajo al, 4,60 mientras que el PIB, también bajo al 5,10 y en el 2013 la inflación quedó en el 2,70% y el crecimiento 4,5%, hasta el año anterior del 2014, la inflación subió al 3,76% y el PIB bajo al 3,80% hasta septiembre del 2016 la inflación acumulada es del 1,30 % , se prevé un decrecimiento por los bajísimos precios del petróleo , estos indicadores son muchos menores a los establecidos en el 2008 que llegó al 8,83 %.” (Banco Central del Ecuador , 2016). Los factores económicos que afectarán directamente al giro de la empresa del servicio del teleférico serán:

- El precio de la canasta básica
- El ingreso familiar promedio
- La inflación

Tabla 7 Desempleo

dic-07	dic-08	dic-09	dic-10	dic-11	dic-12	dic-13	dic-14	mar-15	jun-15	dic-15	mar-16
5,0%	6,0%	6,5%	5,0%	4,2%	4,1%	4,2%	3,8%	3,8%	4,5%	4,8%	5,7%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: la autora

Ecuador registró en marzo de 2016 una tasa de desempleo del 5,7% a nivel nacional.

“Entre junio y septiembre de 2016 la tasa de desempleo en el territorio nacional

disminuyó de 5,3% a 5,2% de la población económicamente activa (PEA), y el subempleo subió de 16,3% a 19,4%. Entre los dos meses, el empleo disminuyó en las actividades económicas relacionadas con agricultura, transporte, otros servicios, servicios domésticos, correo y comunicaciones, administración pública, servicios financieros y petróleo y minas. Entre junio y septiembre, las ramas que generaron más empleo son comercio, manufactura, incluyendo refinación de petróleo, servicios de enseñanza y salud, construcción, servicios de alojamiento y alimentación”. (El Telégrafo, 2016).

Los servicios de alojamiento y alimentación son ramas relacionadas al turismo y entre junio y septiembre son las que más han generado empleo, por lo que es un aporte muy importante para la implementación del proyecto del servicio del teleférico.

La economía ecuatoriana en el 2016 arranca con el mismo dinamismo que terminó el 2015, lo cual hace prever un segundo año de estancamiento económico en el país, El Banco Central es el más optimista que pese a la desaceleración registrada a lo largo de todo el 2015 prevé que el año cerrará con un crecimiento del 0,4% y que el nuevo año terminaría con 1%. (EL COMERCIO, 2016)

Bajo este escenario las prioridades del Gobierno para el nuevo año dejan ver un cambio en el modelo económico, con un sector público escaso de recursos y un sector privado con pocas ganas de invertir, el crecimiento de la economía nacional necesita de más dólares en circulación y no hay seguridad de que llegarán este año, al menos en las cantidades que se requieren. Es por ello que los proyectos del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra se han visto obligados a postergar para el año 2017. (EL COMERCIO, 2016)

La intención del gobierno se enfoca en diversificar las fuentes de ingreso nacional a

través de la potenciación de la industria y el turismo, que brinda nuevas y mejores oportunidades a las empresas turísticas del país.

Para el cálculo del costo de la canasta básica se consideran 359 productos que satisfacen las necesidades básicas de una familia promedio del Ecuador, entre otros se contempla servicios de recreación y cultura que se destina para este rubro un total de 20,53\$, el costo actual de la canasta básica es de 657 USD, y el ingreso familiar promedio es de 660 USD, la inflación anual acumulada del 2014 es del 3,67% en general, lo que se obtiene como resultado una estabilidad en la economía nacional y brindando oportunidad de desarrollo para las empresas. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

1.5.2.2. Flujos de turistas nacionales en el cantón Ibarra

Al no existir datos actuales se toma en cuenta los datos del 2009 al 2011, donde se determina una tasa de crecimiento turístico en el Cantón Ibarra de 6,74% que se proyecta al 2018 en el ingreso 49.803 turistas en fines de semana y días feriados.

Tasa de crecimiento del turismo 6,74 %

Tabla 8 Ingreso de Turistas extranjeros al Ecuador

Mes	2015	2016
Agosto	129.873	119.060
Septiembre	109.316	92.961
Sub-Total	239.189	212.021

Fuente: (Ecuador potencia turística, 2016)

Elaborado por: la autora

La tabla registra el número de extranjeros que visitaron el país y su respectiva variación al mismo periodo del año anterior, en el 2015 en el mes de agosto se puede observar que han ingresado al Ecuador 129.873 visitantes mientras que en el 2016 han ingresado 119.060 turistas, en Septiembre del 2015 han ingresado 109.316 y en el 2016 han ingresado 92.961 teniendo una

disminución de ingresos de turistas extranjeros en el año 2016

Tabla 9 Principales Mercados turísticos al Ecuador

<i>País</i>	<i>Registros</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Registros</i>	<i>Porcentaje</i>
Colombia	21.638	19,80%	21.588	23,20%
Estados Unidos	13.732	12,60%	12.413	13,40%
Perú	12.108	11,10%	10.810	11,60%
Venezuela	9.882	9,00%	9.018	9,70%
Cuba	8.118	7,40%	2.247	2,40%
España	5.607	5,10%	4.376	4,70%
Argentina	3.580	3,30%	2.468	2,70%
Chile	2.431	2,20%	2.608	2,80%
México	2.207	2,00%	2.037	2,20%
Panamá	1.184	1,10%	1.240	1,30%
Otros países	28.829	26,40%	24.156	26,00%
Total general	109.316	100%	92.961	100%

Fuente: (Ecuador potencia turística, 2016)

Elaborado por: la autora

Como se puede observar los mercados emisores que encabezan la lista de los 10 primeros países con el mayor número de llegadas al país son:

Colombia con un 23%, Estados Unidos con un 13% y Perú con un 12%, esto para el proyecto es de gran importancia porque con estos datos y comparando con datos del año 2015, se concluye que el ingreso de turistas al Ecuador de estos principales países se mantiene y es un gran aporte para el país y para el proyecto que se pretende implementar.

1.5.2.3. Actividades Económicas

En Ibarra existen 398 establecimientos por cada 10 mil habitantes. La media nacional es de 357 locales por el mismo número de personas, (Cámara de Comercio y Producción Ibarra, 2016).

Los Ibarreños se dedican a la compra y venta de bienes, personas de todos los sectores aledaños, se concentran en la ciudad a intercambiar productos y adquirir servicios. Los

pequeños negocios como tiendas de abastos con las que cuenta Ibarra, bordea el 23% de un total de 5682 establecimientos radicados en la ciudad, esto es muy importante para el proyecto que se va a implementar, porque existe gran afluencia de turistas. (Cámara de Comercio y Producción Ibarra, 2016)

Tabla 10 Establecimientos económicos

PROVINCIA DE IMBABURA	ESTABLECIMIENTOS ECONÓMICOS
<i>TOTAL PROVINCIA</i>	16.132
Ibarra	9.384
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	6
Industrias manufactureras	814
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	2
de saneamiento	9
Construcción	14
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotor	5.360
Transporte y almacenamiento	85
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	1.084
Información y comunicación	433
Actividades financieras y de seguros	64
Actividades Inmobiliarias	24
Actividades profesionales, científicas y técnicas	193
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	81
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación	56
Enseñanza	177
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	210
Arte, entretenimiento y recreación	90
Otras actividades de servicio	682

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: la autora

La Ciudad de Ibarra se ha caracterizado por ser comercial, existen 9.384 establecimientos económicos de los cuales 5.360, pertenecen al comercio y 1084 actividades turísticas, seguida de la industria manufacturera con 814 establecimientos, (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010).

1.5.2.4. Canasta familiar básica vs. Salario básico.

Tabla 11 Canasta familiar básica

CANASTA FAMILAR BÁSICA			
Meses	Años	Costo Canasta Básica (dólares)	Ingreso Familiar Mensual (dólares)
Enero	2016	669,96	660,80
Febrero	2016	673,21	660,80
Marzo	2016	675,93	683,20
Abril	2016	678,61	683,20
Marzo	2016	680,7	683,20
Abril	2016	683,16	683,20
Mayo	2016	686,74	683,20
Junio	2016	688,53	683,20
Julio	2016	688,21	683,20
Agosto	2016	689,1	683,20
Septiembre	2016	691,38	683,20
Octubre	2016	691,88	683,20

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: La autora

Tabla 12 Remuneración Mensual Unificada básica

Remuneraciones percibidas por el empleado	Valor
Salario	366,00
Décimo tercer	30,50
Décimo cuarto	30,50
Fondo de Reserva	30,49
Aporte Patronal	44,47
Total	501,96

Elaborado por: la autora

Al analizar el Costo de la Canasta familiar Básica y el Salario mínimo unificado, se puede decir que el costos de la canasta básica ha incrementado en los últimos meses, pero así mismo los 299 productos que cubre la canasta básica también han incrementado por lo que el

valor del salario mínimo unificado no alcanza a cubrir el costo de la canasta básica considerando que se calcula el ingreso con un hogar tipo de 4 miembros con 1.60 perceptores de la Remuneración Básica Unificada, para nuestro proyecto esto es una desventaja porque en el rubro de recreación y cultura se destina solo 20,53\$. Para que nuestro proyecto pueda mantenerse con la misma demanda de personas lo que tendríamos que tomar en cuenta es el valor del servicio y sobre todo que las familias puedan cubrir los costos que ofrecerá la empresa.

1.5.2.5. Presupuesto Municipal de la Ciudad de Ibarra

El monto del presupuesto para el año 2016, se estableció en 87'586.618,10 dólares, que están distribuidos en ingresos corrientes (24'390.200,32 dólares); ingresos de capital (28'170.764,60); e, ingresos de financiamiento (35'025.653.18 dólares).

En el rubro de ingresos corrientes, constan: impuestos, tasas y contribuciones, renta de inversiones y multas, transferencias, donaciones corrientes y otros ingresos; el rubro ingresos de capital, se financia con la venta de activos no financieros, transferencias y donaciones de capital e inversión; y en el componente ingresos de financiamiento, están el financiamiento público, saldos disponibles y cuentas pendientes por cobrar". (Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra, 2016)

1.5.3 Concesión Municipal

El Código Orgánico de Organización Territorial COOTAD manifiesta en su artículo Nro 54, literal f , artículo 54, que son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, entre otras, la de ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley y e en dicho marco, prestar los servicios y contribuir la obra pública

cantonal correspondiente con criterios de calidad, eficiencia y los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, participación y equidad.

Es competencia exclusiva del Gobierno Autónomo descentralizado de Ibarra la construcción del teleférico como su planificación amparado en artículo 55, 57 y 322 del COOTAD, Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización y de acuerdo a las normas de uso ocupación, e intervención del suelo y del espacio aéreo como la Construcción del Teleférico para lo cual dentro de su planificación anual está con el nombre de la Ciudad Arcángel en la que consta esta obra.

En el artículo Nro. 130 del COOTAD, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales la planificación, regulación y control de tránsito, transporte y la seguridad vial dentro de su territorio cantonal, y que dichos gobiernos definirán en su cantón el modelo de gestión de la competencia de tránsito y transporte público, de conformidad a la ley.

El artículo Nro. 36 de la misma ley indica “para ampliar sus actividades, acceder a tecnologías avanzadas y alcanzar las metas de productividad y eficiencia en todos los ámbitos de sus actividades, las empresas públicas de capacidad asociativa entendida esta como la facultad empresarial para asociarse en consorcios, alianzas estratégicas, conformar empresas de economía mixtas en asocio con empresas privadas o públicas nacionales o extranjeras, constituir subsidiarias, adquirir acciones y/o participaciones en empresas nacionales y extranjeras y en general optar por cualquier otra figura asociativa que considere pertinente conforme a lo dispuesto en los artículos 315 y 316 de la Constitución de la república.

De acuerdo a la entrevista realizada al Ing. Milton Yépez, Director de Planificación

actual, manifiesta que estos estudios están realizados para ser incluidos en el POA 2017, Plan Anual Operativo como Ciudad Arcángel donde se realizarán etapas de construcción, como la construcción de vías de acceso y caminos de primer orden, construcción de un mirador y un paradero turístico encargado de la administración con aportes de un socio estratégico y la Ciudad Arcángel con modernos edificios y por último la construcción de un teleférico que cruce desde el mirador de la Ciudad Arcángel por la Laguna de Yahuarcocha, el proyecto de competencia de socio estratégico es elaborar la propuesta de la empresa que se encargará de la administración del teleférico de acuerdo al artículo 100 del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión faculta a los Gobiernos Descentralizados realizar convenios o alianzas estratégicas con empresas públicas o privadas para la concesión o administración de bienes públicos inclusive estratégicos. (Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra, 2016).

“Art. 100.- Excepcionalidad.- En forma excepcional debidamente decretada por el Presidente de la República cuando sea necesario y adecuado para satisfacer el interés público, colectivo o general, cuando no se tenga la capacidad técnica o económica o cuando la demanda del servicio no pueda ser cubierta por empresas públicas o mixtas, el Estado o sus instituciones podrán delegar a la iniciativa privada o a la economía popular y solidaria, la gestión de los sectores estratégicos y la provisión de los servicios públicos de electricidad, vialidad, infraestructuras portuarias o aeroportuarias, ferroviarias y otros. Se garantizará lo dispuesto en la Constitución y se precautelaré que los precios y tarifas por los servicios sean equitativos y que su control y regulación sean establecidos por la institucionalidad estatal. La modalidad de delegación podrá ser la de concesión, asociación, alianza estratégica, u otras formas contractuales de acuerdo a la ley, observando, para la selección del delegatario, los procedimientos de concurso público que determine el reglamento, salvo cuando se trate de

empresas de propiedad estatal de los países que formen parte de la comunidad internacional, en cuyo caso la delegación podrá hacerse de forma directa”. (Código Orgánico de la Producción , 2016).

1.5.4 Aspectos Políticos

- Los mandos de la constitución
- Leyes medioambientales
- Leyes laborales y de seguro social
- Ley de compañías
- Ley de Turismo

De acuerdo con cifras del Ministerio de Finanzas, en los tres años de gestión, el Gobierno ha invertido \$2.938 millones en la construcción de 6.555 kilómetros de carreteras, mantenimiento de 113 proyectos viales (en ejecución), edificación de 57 puentes, y en obras aeroportuarias.

Según Finanzas, en educación el Gobierno invirtió \$ 3.732 millones, en salud, \$ 1.755 millones; en bienestar social, \$1.837; en vivienda 460 millones; en bono de desarrollo humano, \$ 1.364 millones; y en crédito para desarrollo productivo, \$4. 936 millones.

Uno de los logros más importantes del Gobierno de Rafael Correa, es la reducción del peso de la deuda externa que se logró a través de la recompra de los denominados bonos global 2012 y 2030.

La renegociación de la deuda comprendió una exitosa estrategia de recompra de los bonos, retirando del mercado el 91% de esta deuda con un ahorro de \$7.505 millones hasta el 2030.

1.5.4.1. Políticas del Buen Vivir

Tabla 13 Resumen del Objetivo 9

OBJETIVO 9: GARANTIZAR EL TRABAJO ESTABLE, JUSTO Y DIGNO EN SU DIVERSIDAD DE FORMAS

9.1. *Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos*

- a Implementar mecanismos de incentivos en actividades económicas, especialmente del sector popular y solidario, las Mi pymes, la agricultura familiar campesina, así como las de trabajo autónomo que se orienten a la generación y conservación de trabajos dignos y garanticen la igualdad de oportunidades de empleo para toda la población
 - b Democratizar el acceso al crédito, financiamiento, seguros, activos productivos, bienes de capital e infraestructura productiva, entre otros, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productivas y mercados
 - c Fortalecer las competencias de fomento productivo en los Gobiernos Autónomos Descentralizados, con el objeto de apoyar iniciativas económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos a nivel local, que aprovechen la especialización productiva y respeten la capacidad de acogida de cada territorio, así como sus potencialidades, conocimientos y experiencias**
 - d Generar mecanismos que posibiliten al Estado asumir el rol de empleador de última instancia, para la generación y conservación de trabajos dignos y fortalecer los programas gubernamentales que amplíen las oportunidades de empleo**
 - e Impulsar el teletrabajo como mecanismo de inserción económica productiva, tanto a nivel interno como externo del país, de optimización de recursos de información y telecomunicación, de arraigo y de contribución a la sostenibilidad ambiental.
 - f Fortalecer el Servicio Público de Empleo con el objeto de impulsar la inserción laboral de los ciudadanos y las ciudadanas y articular la oferta y demanda de trabajo
 - g Fortalecer los programas enfocados en la incorporación de mujeres y de grupos de atención prioritaria al mercado de trabajo, ya sea de forma remunerada o mediante el apoyo de sus emprendimientos.
 - h Fortalecer los programas que promuevan la permanencia en el país de personas trabajadoras, así como generar mecanismos de reinserción laboral y productiva que fomenten el retorno voluntario de los emigrantes ecuatorianos
-

Fuente: (Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017)

Elaborado por: la autora

Dentro del Objetivo 9 del Plan Nacional del Buen Vivir, el literal c y el d es muy importante analizar estos dos objetivos porque son de mucha aportación para el proyecto a implementarse.

1.5.4.2. La ley de Turismo

Se establece que el turismo constituye una herramienta estratégica de desarrollo económico, ambiental y sociocultural, en razón de que los recursos naturales, culturales, gastronómicos, religiosos se conservan para su uso continuado en el futuro; por tanto, planifica y gestiona el desarrollo turístico de forma que no causa problemas ambientales o socioculturales, mantiene y mejora la calidad ambiental; procura y garantiza un elevado nivel de satisfacción en la sociedad, retiene el prestigio y potencial comercial de los destinos o lugares turísticos; y, reparte beneficios equitativos y amplios entre toda la sociedad.

Se pueden desarrollar los siguientes tipos de turismo: ecoturismo; agroturismo; turismo científico; histórico-cultural; de aventura; deportivo; social; comunitario; de salud; inmobiliario; accesible; para la conservación y estudiantil.

El cuerpo legal prevé que para identificar la oferta de servicios turísticos y definir políticas y acciones que permitan el desarrollo de la actividad, el Ministerio de Turismo a través de la Ley de Turismo y su Reglamento, protege, incentiva y garantiza el desarrollo turístico en el Ecuador, bajo los estándares de calidad, siendo un enlace entre las empresas turísticas y los turistas. Así mismo, establecen sanciones para el efectivo control de la prestación de los servicios turísticos: amonestaciones escritas, multas, clausura temporal o definitiva; suspensión temporal o revocatoria definitiva del goce de los incentivos; sanciones administrativas, entre otras.

Entrevista realizada al Dr. Shofre Vallejos, Coordinador Cultura del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra:

Fecha de realización: septiembre del 2016

1.- ¿Qué cargos ha desempeñado en GAD de Ibarra?

En la alcaldía del Arquitecto Marco Almeida fui Concejal el segundo más votado, en esta administración he sido Director de Cultura Deportes y actualmente coordinador de cultura.

2.- ¿Existe una propuesta o proyecto de la construcción del Teleférico?

Fue oferta de campaña del actual alcalde de la Ciudad de Ibarra entre otras obras emblemáticas la construcción de la Ciudad Arcángel, para fomentar el turismo de la Ciudad de Ibarra. Dentro de esta propuesta está la construcción del teleférico.

3.- ¿En qué tiempo se considera que se construirá esta obra?

Antes de conceder esta entrevista tuve que investigar en el Departamento de Planificación sobre este proyecto, por falta de recursos económicos para la ejecución de este proyecto, como es conocido por la baja precio del petróleo afectó también a los GADS, y no hay más remedio que postergar las obras.

4.- ¿En qué consiste el proyecto del teleférico?

El proyecto está incluido en la construcción de la Ciudad Arcángel de acuerdo a las siguientes etapas:

La construcción de caminos y vías de primer orden para tener libre acceso a la Ciudad Arcángel.

La construcción de un mirador turístico donde se observe toda la Ciudad de Ibarra.

5.- La construcción de un paradero turístico que puede ser con socio estratégico, para la administración del teleférico donde de otros servicios de Bar restaurante.

Desapropiación de terrenos baldíos para la construcción de planes de vivienda con

modernos edificios.

Construcción de un teleférico que cruce la laguna de Yahuarcocha, para la atracción de turistas.

6.- ¿Considera usted que el teleférico puede ser administrado por una persona particular?

El teleférico de Quito es administrado por un socio estratégico que también ha invertido en oficinas y restaurante, considero que aquí en Ibarra se va conceder esa posibilidad ya que el Gobierno Municipal no cuenta con tanto personal para esta administración, en el caso de optimizar recursos económicos una persona particular lo haría de mejor manera.

RESULTADO DE LA ENTREVISTA

De la entrevista realizada se determina que la construcción del teleférico dependerá de la estabilidad económica y de los recursos económicos que tenga el Gobierno Descentralizado Municipal de Ibarra, lo importante que existe la predisposición de la construcción del teleférico administrada por un socio estratégico.

Tabla 14 Matriz AOOR

Aliados	Oponentes
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gobierno Autónomo descentralizado de Ibarra que impulsará el proyecto teleférico. 2. Diversidad de proveedores de alimentos que entregan a domicilio. 3. El Gobierno a través del Plan del buen vivir que fortalece y promueve estos proyectos 4. El Ministerio de Turismo y su ley que garantiza la creación de empresas turísticas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gobierno Autónomo Descentralizado para el año 2017 no llegue a ejecutar la obra del proyecto Ciudad Arcángel. 2. La competencia a nivel provincial, debido a que se tiene competidores directos con más influencia y que están posicionados dentro del mercado turístico 3. Personas a quienes no les gusta el ecoturismo y no disfrutan de las bondades que les regala la naturaleza 4. El ministerio de turismo establezca requisitos rígidos para concretar convenios con organismos internacionales de turismo
Oportunidades	Riesgos
<ol style="list-style-type: none"> 1. Proyecto de construcción de la Ciudad arcángel. 2. Crecimiento del PIB, turístico. 3. Tecnología educativa gracias al Internet. 4. Fortalecimiento del Gobierno Central por este tipo de proyectos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bajos precios del petróleo no permite invertir. 2. Pobreza que bordea el 31.20 %, correspondiendo a la tercera parte de la población de Ibarra. 3. Proyecto del teleférico en el Cantón Antonio Ante. 4. Aumento de precios por la inflación

Fuente: Diagnóstico situacional

Elaborado por: La Autora

Identificación de la oportunidad diagnóstica

Una vez realizado el diagnóstico situacional de la Ciudad de Ibarra con relación a los aspectos demográficos, socios económicos, políticos y educativos se concluye que la laguna de Yahuarcocha es un sitio ideal para realizar el proyecto, posee maravillosos atractivos naturales que deben ser mayormente conocidos por turistas locales, nacionales y extranjeros, la cultura y tradición que se fomenta cada año es apreciada por quienes admiran la verdadera cultura turística de la Ciudad.

Se puede concluir que de todos los sitios naturales y culturales de la ciudad siendo de mayor atracción Yahuarcocha, un referente turístico a nivel nacional e internacional por tener la laguna del mismo nombre el autódromo internacional y el mirador donde se implementará la Ciudad Arcángel siendo oportuno construir una empresa turística que se encargue de la administración del teleférico y brinde servicios adicionales como cafetería y restaurante.

Por lo tanto, es conveniente realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN TELÉFERICO EN EL SECTOR DE YAHUARCOCHA DE LA CIUDAD DE IBARRA”; ya que existe gran oportunidad para su implementación con el apoyo de las instituciones públicas.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Introducción

Di gurrión Manuel (2012) afirma: Turismo es una Actividad que genera Desarrollo Social y Económico, fundamentada en el viaje que realizan las personas que pueden ser por relajación, negocios, estudios, investigaciones.

El Ecuador es favorecido, tiene a nivel local, nacional y provincial todos los factores a favor, para fomentar diferentes formas de turismo. El turismo beneficia a los que directamente laboran en el sector e indirectamente a los pobladores donde se desenvuelve esta actividad. Su desarrollo se alcanza elaborando leyes y apoyo positivo por parte del Estado, dotando de infraestructura aérea, marítima, vial, terrestre, y programas de capacitación.

2.2. El Sistema Turístico

Di gurrión Manuel (2012) afirma: La naturaleza de la actividad turística es una causa compleja de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática es decir un conjunto de elementos relacionados entre sí que evolucionan activamente.(p.176)

Es decir que en el sistema turístico podemos encontrar varios elementos que lo conforman donde se encuentra elementos intrínsecos como el turista que es un elemento dinámico de este sistema.

2.3. Producto Turístico

Di gurrión Manuel (2012) afirma: Está compuesto por los mismos bienes y servicios que conforman la oferta turística, a lo que se debe agregar las motivaciones que determinan o ayudan a tomar la decisión y realizar el viaje y la imagen que tiene ese producto. El turismo no es una necesidad básica y el factor elemental que influencia casi todas las compras es el surgimiento de la necesidad. Las necesidades son la diferencia percibida entre un estado actual y otro que se anhela alcanzar. (p.176)

El producto turístico comprende un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras servicios y actividades recreativas.

2.4. Información Turística

La información turística es de mucha importancia para un excelente desarrollo de las actividades involucradas en el sector turístico. Di gurrión Manuel (2012) afirma:

Se pretende la transferencia eficaz y clara desde una organización o empresa hacia otras empresas intermediarias o potenciales consumidoras a petición suya o propia para dar a conocer las características y condiciones de un destino turístico o de un producto, solventando cualquier inquietud o cuestión referido a los mismos que puede ser realizada por parte de oficinas de turismo, organismos oficiales principalmente embajadas y consulados por cualquier persona turista o persona generalmente residente en un lugar determinado. (p.175)

El turismo establece un vínculo entre las personas, los alojamientos, las formas de viajar y los lugares a conocer. Son un conjunto de organizaciones económicamente relacionadas – venta de viajes al por menor, empresas ferroviarias, alquiler de

automóviles, líneas aéreas, alquiler de automóviles, hoteles, cruceros, restaurantes, y sobre todo los sitios de recreación lo cual hacen placentera la estadía del turista en el lugar.

2.5. Importancia del Turismo

Sectur (2012), afirma: Los beneficios y gastos del turismo no se distribuyen igualitariamente a la comunidad. Los que administran un hotel o un restaurante puede que se beneficien del turismo, pero los residentes fijos pueden ser víctimas de las aglomeraciones de turistas, ruidos, contaminación y en determinados casos de cambios en su forma de vida. En algunas partes es posible que se anime a venir a inmigrantes para que sirvan a los turistas, lo cual representa un gasto para esa comunidad debido a un gran uso de hospitales, escuelas, carreteras, sistemas de distribución de agua, sistemas de desagüe y, en algunas ocasiones, fondos de asistencia social. (p.42)

El turismo en la actualidad es una de las actividades económicas y culturales más importantes con la que puede contar un país o una región el volumen de este negocio es igual o incluso mayor que el de las exportaciones de petróleo, productos alimenticios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores en el comercio internacional.

2.6. Efectos del Turismo

Rojas (2013) afirma: El turismo tiene grandes consecuencias económicas y también sociales. El turismo despierta el interés por la arquitectura, por el pasado, por las costumbres de los demás y las artes, debido a que las personas acuden a los festivales de arte y a visitar centros históricos tanto en el extranjero como en su país.

En las áreas más desarrolladas, el turismo puede engrandecer a sus pobladores dando origen a más comercios, teatros y restaurantes, con lo que el residente puede disponer de opciones que anteriormente no tenía a su alcance. En áreas menos desarrolladas, sin embargo los enclaves turísticos pueden ser fuente de resentimiento y frustración al estar provistas estas pequeñas zonas visitadas por turistas con buenas carreteras, un sistema de abastecimiento de agua adecuado, y demás servicios, mientras que el resto de la comunidad permanece como siempre.

2.6.1. Viabilidad económica y Desarrollo del Turismo

El mundo cada vez siente mayor interés por conocer distintas realidades, otras culturas, otros paisajes, en fin otras aventuras.

2.7. Política del Turismo

Guevara (2012) afirma: Los gobiernos hoy en día muestran al turismo como una oportunidad de progreso económico. Tal es así que, para muchos países éste se convierte en una fuente principal de divisas, por eso es que los gobernantes han regularizado las actividades turísticas con el objetivo de hacer de esta actividad un sector atractivo. (p.35)

Uno de los principales objetivos de la política turística es potenciar el turismo receptivo para que se puedan aplicar diferentes tipos de medidas como por ejemplo, la devaluación de la moneda, campañas de marketing, mejora de la imagen exterior, del país, así como la presentación de sus productos en ferias y exposiciones internacionales, el apoyo a sus empresas turísticas y medidas a favor del establecimiento de empresas extranjeras.

2.7.1. El Turismo del futuro está en la especialización del Sector

Guevara (2012) afirma: Para atraer turistas, los destinos deben respetar los principios generales del turismo, de comodidad, oportunidad y precio. Los turistas comparan los costos de los beneficios ofrecidos por un destino especial, así como el empleo de tiempo, esfuerzo, y recursos con aprendizaje, experiencia y entretenimiento, descanso y recuerdos que van a conseguir.

La industria del turismo es la que se ocupa de transportar, cuidar, alimentar y distraer a los turistas, los cuales se los puede definir como aquellos que viajan fuera de su sitio de residencia. Se trata de una industria muy extensa y compleja que empieza invirtiendo millones de dólares en promoción y publicidad para atraer la atención de los potenciales viajeros.

1. Motivaciones Turísticas y los Tipos de Viaje

Los viajes son realizados por motivaciones turísticas. Los viajeros pueden tener muchos motivos para hacer un viaje pero, en realidad los atractivos turísticos y la zona determinan a donde viajarán las personas. Guevara (2012) afirma:

Se puede distinguir los siguientes tipos de motivaciones.

1. **Motivaciones Entretenidas.-** Son aquellas que se basan en el relajamiento y entretenimiento de los turistas, basados principalmente en la utilización de los atractivos naturales y diferenciando entre: **Viajes de Visitas a Amigos o Familiares.-** Cuando el objetivo fundamental es relacionarse con personas en el lugar de destino, por el ambiente y por la diversión, muy relacionados con salidas nocturnas.

2. Motivaciones profesionales.- Son las que se relacionan con el ámbito laboral de las personas y que regularmente están condicionadas a la realización de algo.

2.8. El teleférico

Schneigert (2011) afirma: Los teleféricos son medios de transporte en los cuales uno o más cabinas van suspendidos a un cable, los cuales son halados por el mismo o por otro cable impulsado por un sistema motor que se encuentra en una de las estaciones terminales. El transporte aéreo por dicho medio puede efectuarse en plano horizontal o inclinado. (p.102)

Los teleféricos poseen una ventaja muy importante frente a otros sistemas de transporte, ya que comúnmente se utilizan para superar varias diferencias de altitud y relieves muy accidentados.

Los teleféricos tienen elementos específicos principales los cuales dan un toque característico a estos sistemas. Estos elementos son: torres de soporte, cables, estaciones con instalaciones mecánicas, equipo motor y sistema tensor, y las cabinas suspendidas en los cables.

2.8.1. Clasificación de los teleféricos

Schneigert (2011) clasificó los teleféricos de la siguiente manera:

a) De acuerdo a la intensidad de uso:

- **Industrial:** Para trasladar materiales y bienes de un lado a otro de una fábrica a otra. También para transbordar minerales y rocas extraídos de minas a los centros de distribución o procesamiento. Se utilizan a nivel industrial cuando se pretende superar obstáculos naturales, servicio continuo, capacidad relativamente alta de transporte,

resistencia a cualquier clima (excepto a demasiado viento y hielo) y superar diferencias de alturas importantes.

- **Pasajeros:** Para el transporte de turistas que van a las montañas, obreros a obras como balsas y minas, cruce de ríos, como transporte público en las distintas ciudades.

b) De acuerdo al movimiento del sistema:

- **Vaivén:** Con este movimiento el carro viaja a lo largo del cable portante, de una parada a otra y de regreso. Prácticamente se emplean dos pistas y dos cabinas y son llamados doble vaivén. En este tipo, cuando una cabina se aleja de una estación la otra acerca a la misma. Puesto a que solo hay una cabina en cada cable portante, la capacidad de transporte es baja y es directamente proporcional a la velocidad y capacidad de cada cabina e inversamente proporcional a la longitud del recorrido.
- **Circulación continua:** Con este movimiento el cable tractor sin fin se mueve a una velocidad análoga, gira en la polea motriz en una estación y gira en la polea de retorno, que se mezcla con el sistema tensor, en la otra estación. Las cabinas están sujetas al cable por medio de acoples fijos en cuyo caso los pasajeros deben subir y bajar mientras esta en movimiento o, mediante acoples desmontables mecánicamente donde la cabina se desacopla del sistema mientras los pasajeros suben o bajan y el cable continúa su movimiento.
- **Movimiento Intermitente:** En los teleféricos que son con circulación continua y baja capacidad de transporte, se puede utilizar movimiento intermitente en donde toda la instalación se interrumpe para el embarque y desembarque de los pasajeros cuando una cabina logra una estación, mientras que las otras permanecen suspendidas en el sistema.

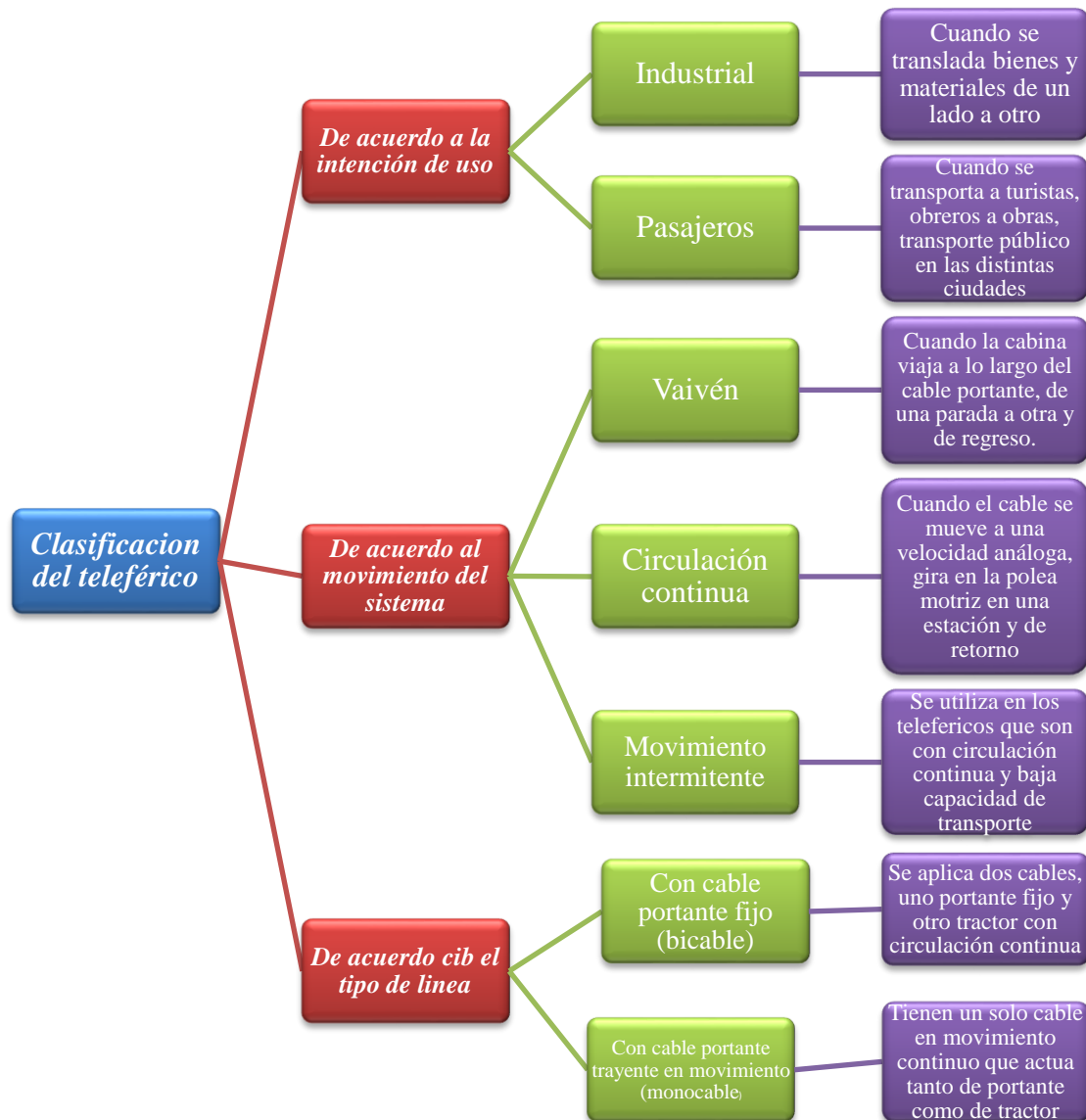
La capacidad de transporte es directamente proporcional a la velocidad y capacidad de cada cabina e inversamente proporcional al espaciamiento de las cabinas en línea.

c) De acuerdo con el tipo de línea:

- **Con cable portante fijo (bicable):** La característica principal de este tipo es la aplicación de dos cables, uno portante fijo y otro tractor con circulación continua. En este tipo de teleféricos el cable portante debe ser inspeccionado a lo largo de la línea por trabajadores viajando en una cabina.
- **Con cable portante-trayente en movimiento (monocable):** Estos están caracterizados por tener un solo cable con movimiento continuo que actúa tanto de portante como de tractor. Tiene una ventaja importante que es el de la simplicidad de su estructura, la facilidad de ensamblaje y posibilidad de tener control del cable desde la estación. Los teleféricos monocables requieren que los pasajeros bajen y suban de la cabina mientras se encuentra en movimiento.

En este tipo de teleféricos el cable portante es revisado por los trabajadores en una de las estaciones.

Gráfico 1 Clasificación de un teleférico



Fuente: (Schneigert, 2011),

Elaborado por: La autora

2.9. La Organización

Rojas Risco (2013) afirma: La Organización, es un conjunto de reglas y normas de comportamiento, que deben sujetarse a todos sus miembros y así, valerse del medio que permite a una empresa alcanzar objetivos específicos. (p.45)

Las personas que forman cualquier organización, son valores por su capacidad,

experiencia y conducta, por estas aptitudes y actitudes personales se determina quién debe ejecutar específicamente los trabajos de una unidad organizativa, determinando desde luego las reglas de mando, obligaciones y las responsabilidades, en forma definida y clara.

El trabajo para lo cual se forma cualquier organización, es determinado por la correcta planificación y de aquel se derivan las actividades y las bases que permiten fijar los esfuerzos organizativos, así como la división de los trabajos específicos y asignados a cada unidad organizativa y a los individuos que la componen.

2.10. El Organigrama

Germán Arboleda Vélez (2011) afirma: Son los Sistemas de Organización que representan en forma intuitiva y con objetividad, con un gráfico de la distribución organizacional de la empresa, por secciones y departamentos, de acuerdo al nivel de autoridad y responsabilidad que existan en una empresa privada o pública. (p.67)

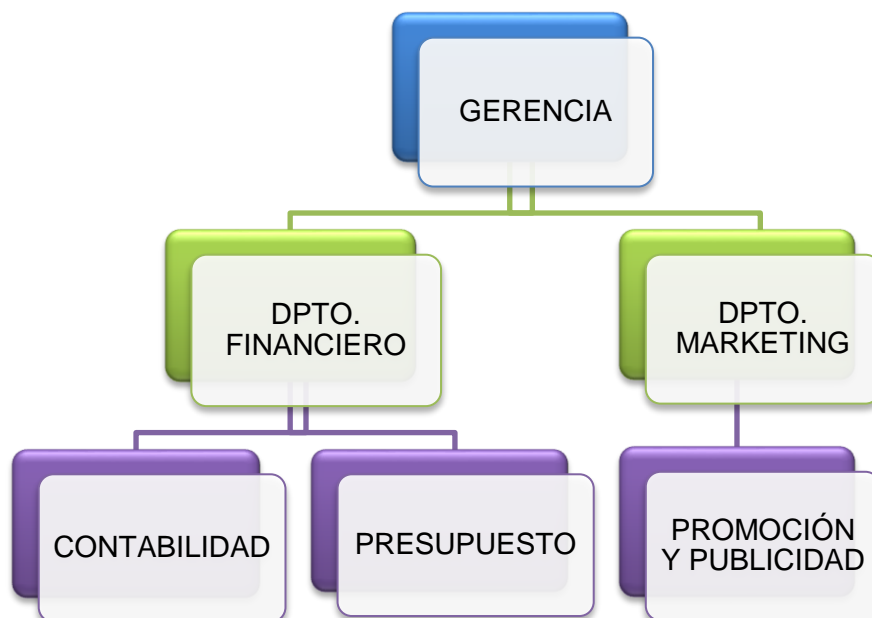
Un organigrama es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático.

2.10.1. Organigrama Funcional

Germán Arboleda Vélez (2011) Divide la organización por funciones típicas: finanzas, producción, personal, producción o manufactura, ingeniería, etc., en donde cada trabajador responde no solo a un solo jefe, sino a varios de aquellos según la especialidad o función de que se trate. (p.48).

Las ventajas de contar con un Organigrama Funcional podemos destacar que se puede apreciar a simple vista la estructura general y las relaciones de trabajo en la compañía; Muestra quién depende de quién; Se utiliza como guía para planear una expansión, al estudiar los cambios que se propongan en la reorganización, al hacer planes a corto y largo plazo; Sirve como historia de los cambios; Para la Comunicación Interna de la Empresa.

Gráfico 2 Organigrama Funcional



Fuente: (Germán Arboleda Vélez, 2011)

Elaborado: por la autora

2.10.2. Organigrama lineal o militar

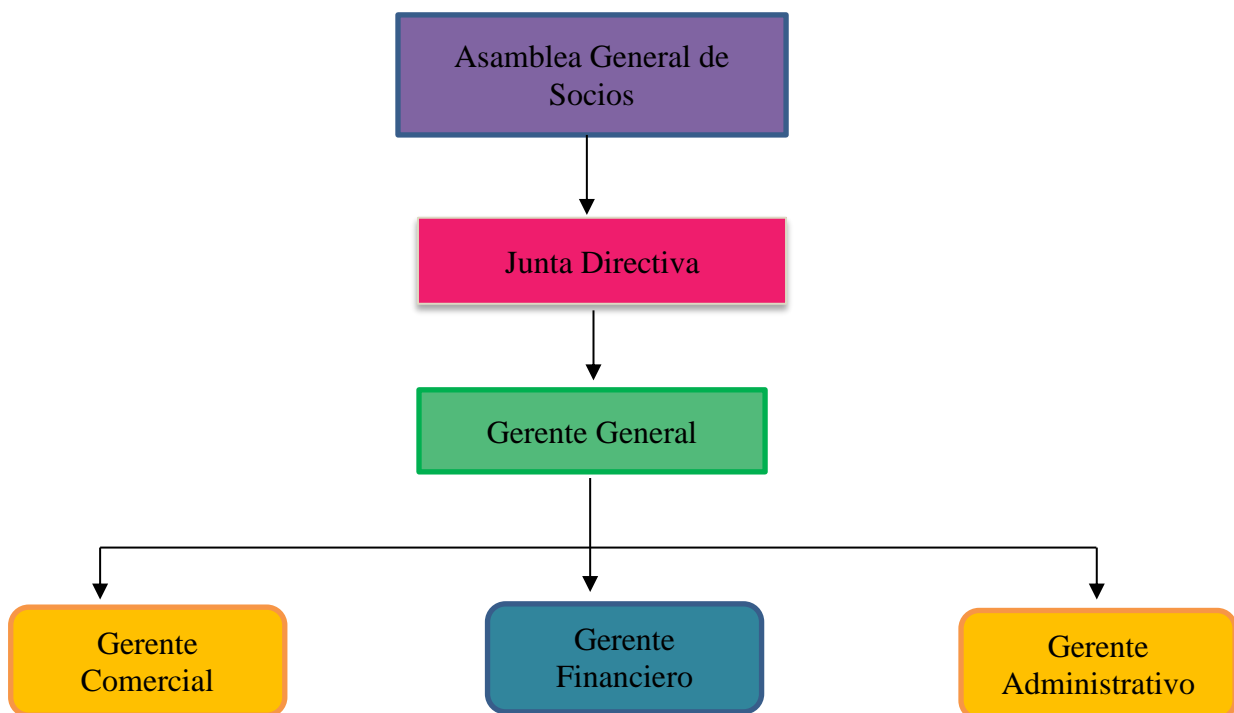
Germán, Arboleda Vélez (2011) afirma: En esta clase de organigrama la máxima autoridad se ubica en la parte superior y a partir de ella se desprende los diferentes niveles jerárquicos, hasta llegar al menor, ubicado en la parte inferior. La autoridad va de arriba hacia abajo, en tanto que la responsabilidad va de abajo hacia arriba. Con esta clase de organización cada individuo tiene un solo jefe para todos los aspectos. Se recomienda que se aplique este

sistema sólo a empresas pequeñas.

Se le conoce como organización lineal o militar porque, precisamente, se utiliza en instituciones militares, siendo aconsejable también su aplicación en pequeñas empresas.

La actividad y la responsabilidad se transmiten íntegramente por una sola línea.

Gráfico 3 Organigrama lineal o militar



Fuente: (Germán Arboleda Vélez, 2011)

Elaborado por: la autora

2.11. El proceso administrativo

Marcid, D (2011) afirma: Al proceso Administrativo es conveniente dividirlo en cinco funciones administrativas, siendo éstas: el control, la dirección, la organización, la planeación, la integración, entorno a las cuales puede coordinar los conocimientos que se hallan en el cimiento de esas funciones.

El proceso administrativo y sus componentes, planeación, organización, dirección y

control, resultan de la mayor importancia para la empresa dentro del sistema de toma de decisiones

2.11.1. Planeación

Marcid, D (2011) afirma: La planeación consiste en contribuir en el futuro tomando acciones y tareas predeterminadas y lógicas en el presente. La planeación es lo primordial de una operación asertiva y los planes integrados minuciosamente a los objetivos de la empresa, bien valen lo que cuestan en tiempo y costo. (p. 15, 20 y 25)

Consecuentemente toda la planeación involucra un trabajo mental, la consideración de actividades futuras y concernientes a las acciones que se propongan con anticipación a las contingencias y eventualidades que se presenten durante la marcha de la planeación. Por lo tanto, la planeación constituye un proceso y una actividad en sí misma.

2.11.2. Integración

Henry Fayol (2011) afirma: Para la integración del personal se requiere de una perspectiva amplia del sistema, lo cual se aplica dentro de las empresas la que a su vez se relaciona con el ambiente externo; por lo tanto, es necesario tomar en cuenta los indicadores y factores internos de la empresa, las políticas del personal, el ambiente organizacional y el sistema de compensación y respeto. (p.33)

Para que exista una buena integración dentro de una empresa es importante que haya un excelente ambiente laboral entre los empleados y los jefes para así realizar un buen trabajo en equipo.

2.11.3. Dirección

Coulter (2011) afirma: La Dirección es la actividad que consiste en orientar las acciones de una empresa, una organización o una empresa hacia un determinado fin. El director debe fijar metas, tomar decisiones y guiar a sus subordinados. (p.12)

Dentro de una organización la persona encargada de la dirección debe ser alguien que sea capaz de ser un líder para guiar y orientar a la empresa al éxito.

2.11.4. Control

Coulter (2011) afirma: El control consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con el plan adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos. Tiene como fin señalar las debilidades y errores a fin de rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente.

El control es un aspecto importante en una empresa porque se encarga de observar si todos los procesos que se llevan a cabo dentro de una empresa son iniciados y finalizados correctamente y si se encuentra algún error, emitir recomendaciones para no volver a cometer los mismos errores.

2.11.5. Eficacia

Coulter (2011) afirma: Es hacer lo que es apropiado, es decir, las actividades de trabajo que ayudan a la organización a alcanzar sus metas. (p.19)

Cumplir los objetivos y metas propuestos dentro de la empresa en un período determinado

2.11.6. Eficiencia

Coulter (2011): afirma: Es una parte vital de la administración que se refiere a la relación entre insumos y productos. Si se obtiene más productos con una cantidad dada de insumos, habrá incrementado también la eficiencia y si logra obtener el mismo producto con menos insumos, habrá incrementado también la eficiencia. (p.19)

Cumplir las Metas y objetivos planteados dentro de la empresa con el mínimo de recursos y de tiempo.

2.12. Misión

Hernández y Rodríguez S. (2011) afirman: La misión es lo que hace a la empresa para satisfacer una necesidad de diferentes usuarios y clientes, la misión es la que limita a la visión. (p.279)

Es la razón de ser de la empresa, es aquella que comunica para quien trabaja, que se hace, describe con que lo hace pudiendo ser productos o servicios, trata de expresar diferencias de los demás, manifiesta con que lo hace y cuál es su compromiso.

2.13. Visión

Hernández y Rodríguez S. (2011) afirman: La visión es mental, es la manera de pensar de todos los miembros y recursos de la empresa, sobre todo de la alta dirección. Asimismo, está conformada por las ideas rectoras de los que hay que alcanzar en el mercado o ambiente donde se desenvuelve la institución para concretar la misión. (p.279)

Lo que yo quiero alcanzar en un futuro más cercano esta debe ser posible de cumplirla y alentadora, debe tener un plazo para su logro, dirigirse a un grupo específico, tener

un objetivo ambicioso, ser motivador, presentar un reto importante y ser llamativa para los involucrados.

2.14. Desarrollo Turístico

Cuando se analiza y se quiere describir el turismo como actividad económica se le debe definir como el conjunto de actividades, acciones y relaciones que se originan cuando se efectúa el desplazamiento de personas fuera de los lugares de su residencia habitual, con fines de placer, negocio, ocio, aventura, etc. Esto conlleva a la realización de gastos los cuales reportan obligatoriamente beneficios al destino en cuestión y donde los turistas satisfacen las necesidades mencionadas anteriormente.

2.15. El Turismo

(García Cuesta, 2011) “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.”

2.15.1. Turismo Sostenible

El Turismo ha sido definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como aquel que “satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones de alojamiento, a la vez que mejora y protege las oportunidades para que las generaciones futuras puedan satisfacer sus propias necesidades”.

Son aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio cultural, natural, y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar y aprovechar de un positivo

intercambio de experiencias entre visitantes y residentes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los turistas y visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en sus grandes experiencias de viaje.

2.15.2. Turismo Rural

García Cuesta (2011) afirma: aquella actividad que es basada en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de innovadores productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural. (p.55)

Es una clase de turismo naturalista donde se oferta la habitación y se invita al turista a participar en las diferentes actividades de la comunidad, dándoles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales.

García Cuesta (2011) El turismo rural se subdivide en:

Agroturismo: Cuya finalidad es indicar y explicar al turista los pasos de producción en los establecimientos agropecuarios.

Turismo Vivencial y de Experiencia: Donde el visitante comparte con los pobladores de determinada comunidad sus costumbres y formas de vida diaria.

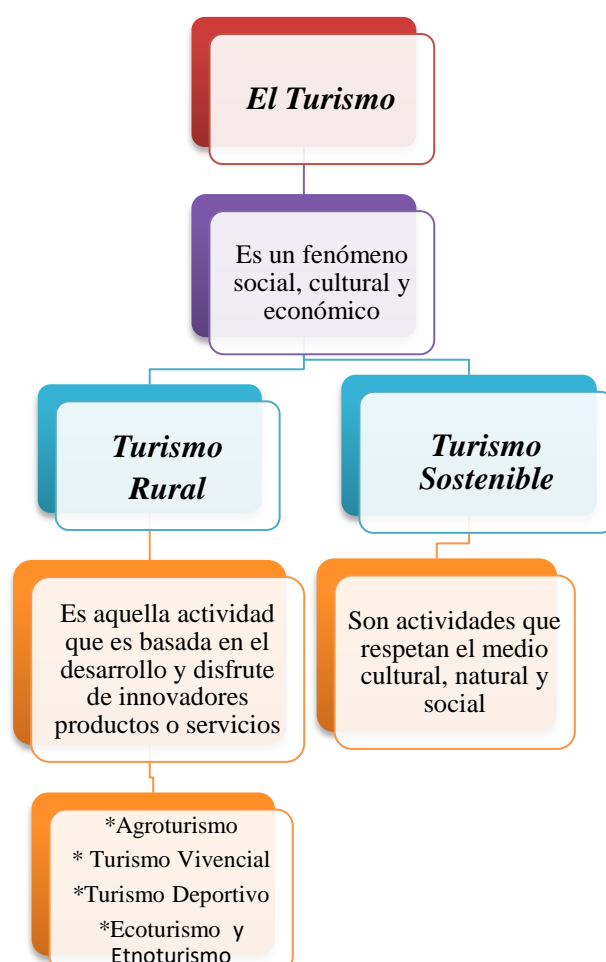
Turismo Deportivo: Conformado por actividades que tienen el fin específico de fomentar la práctica de deportes para aficionados o profesionales.

Ecoturismo: Posee una perspectiva para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajantes.

Etnoturismo: Busca esa necesidad de los turistas por rescatar esas culturas ancestrales, encontrar y conocer esas claves milenarias que transportan a los orígenes del ser humano en este mundo.

El Turismo Rural sigue como alternativa económica en aquellas zonas agrícolas, ganaderas, o pesqueras, que han ido despoblándose paulatinamente por la migración masiva de personas del campo a la ciudad, empujados por la necesidad de buscar trabajo.

Gráfico 4 El Turismo



Fuente: (García Cuesta, 2011)

Elaborado por: la autora

2.16. Ecoturismo

García Cuesta (2011) afirma: La sociedad de Ecoturismo define este tipo de turismo de la siguiente manera: “Viaje cuyo objetivo es visitar ciertas áreas silvestres para comprender la cultura y la historia natural del Medio Ambiente, cuidando de no alterar la integridad del Ecosistema y creando oportunidades económicas de tal manera que la conservación de los Recursos Naturales sea de beneficio de las comunidades locales.

El ecoturismo se distingue del simple turismo de naturaleza por su interés en la educación, la conservación, la responsabilidad del viajero y la participación activa de la comunidad. Concretamente, el ecoturismo se caracteriza por estos rasgos

Gráfico 5 Ecoturismo



Fuente: Ecoturismo Society

Elaborado por: la autora

2.16.1. Ecoturismo como alternativa de desarrollo.

Ecoturismo Society (2012) afirma: El ecoturismo además, ofrece características ideales

para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa, además brinda una oportunidad a las comunidades rurales ubicadas en lugares remotos, cuyo acceso a las inversiones o fondos públicos es limitado, pero que cuentan con un paisaje inolvidable, una importante diversidad biológica o una cultura particular que hace especial. Puede rendir ingresos sumamente necesarios para la protección de los parques nacionales y otros parajes naturales, recursos que no podría obtenerse en otras fuentes. Esta actividad debe o debería contar con una planificación adecuada que incentive la conservación de nuestros atractivos, impida el avance de iniciativas negativas factibles de desvalorizar su entorno y promueva la distribución equitativa de los beneficios económicos, sociales y culturales que ofrece.

El ecoturismo genera ingresos aplicables tanto a la economía local como a la regional, y crea una mayor conciencia de la importancia de la conservación, tanto entre los habitantes, como en los visitantes.

2.17. La Imagen de un destino turístico.

Los destinos turísticos deben decidir que mercados emisores son los más importantes, y cuales desean captar, pues a pesar de que en la actualidad el turismo es el sector de crecimiento más rápido, como cualquier industria depende de los ciclos, las modas, la intensa competencia y el entorno en general.

2.17.1. Definición de destino turístico.

Kotler (2012) afirma: Cuando se hacía referencia a los componentes del servicio turístico, se menciona que la mayor parte de los mismos hacen referencia a: atracciones, facilidades, los habitantes del destino, infraestructura y superestructura, distinguiendo estos a los destinos, por lo que se revela como el núcleo principal del sistema turístico.

Los investigadores consideramos que todo servicio turístico se desarrolla de acuerdo a la necesidad de los turistas, tomando en cuenta sus gustos y preferencias, y así lograr un producto de calidad.

2.17.2. Turista

Alvear Sanche, L. (2011) afirma: Turista es el individuo que se traslada ocasionalmente a una región distinta a la de su domicilio habitual, con el ánimo esencial de conocerlo y realizar actividades abstractivas, provistas para el efecto de recursos económicos a invertirse en tal propósito

El proyecto se lo ejecutara en la ciudad de Ibarra que es una de las ciudades que más se visita en el norte del país, encantadora por sus calles adoquinadas, casas de paredes blancas y rodeadas de paisajes encantadores, por lo que se la conoce como la "Ciudad Blanca". Esta maravillosa ciudad se presta para que el turista frecuente y se maraville con sus atractivos turísticos.

2.17.3. Promoción

Charles, Joseph, y Carl (2011) afirman: Son incentivos que difunden los atributos del producto o servicio y convencen a los clientes meta de que lo compren.

Promoción son las acciones que persuaden a los clientes la meta de comprar el producto o adquirir el servicio, este debe incluir Promoción de ventas, Publicidad y Marketing directo.

2.17.4. Publicidad

Charles, Joseph, y Carl (2011) afirman: Que es cualquier forma pagada de presentación y

promoción no personales de ideas. Bienes o servicios, por un patrocinador identificado.

La publicidad es un instrumento clave dentro de la empresa ya que va a permitir a los habitantes conocer de una ciudad sobre nuestro servicio este se puede hacer en diferentes medios de comunicación ya sea radio, prensa escrita, internet y televisión.

2.17.5. Estudio de factibilidad

Urbina Baca, G. (2011) Puede subdividirse a su vez en 4 partes que son: determinación de la localización óptima de la planta, determinación del tamaño óptimo de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.”

La factibilidad de un proyecto necesitará del análisis cuidadoso de los resultados económicos, financieros, sociales de una inversión.

2.18. Estudio Financiero

Urbina Baca, G. (2011). Su objetivo es organizar y sistematizar la información de aspecto monetario que facilita las etapas anteriores y realizar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. Empieza con la definición de los costos totales y de la inversión inicial que parte de los estudios de ingeniería, ya que estos costos dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con el diagnóstico de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial. (p.8)

Mediante el estudio financiero se realizará un análisis del presupuesto estimado del proyecto entre los cuales se encuentran los costos e ingresos, con estos insumos se obtendrá la capacidad de medir el proyecto si los ingresos son mayores que los costos; si es al revés determinar la pérdida del proyecto.

2.19. Presupuesto

Araujo Arévalo, D. (2012).afirma: Presupuesto es el arte de planeación y predeterminación de cifras sobre bases estadísticas y apreciaciones de hechos y fenómenos fortuitos. Refiriéndose al presupuesto como herramienta básica de la planeación administrativa, se le puede definir como: la valoración programada, en forma sistemática y ordenada, de las condiciones de operación y de los resultados que se deben conseguir por un organismo, en un periodo determinado, en suma, el presupuesto es un conjunto de pronósticos referentes a un lapso precisado”.

El presupuesto nos va a posibilitar conocer cuáles serán los ingresos y gastos de la actividad económica que se propone en el proyecto durante un lapso de tiempo.

2.19.1. Estados Financieros Presupuestados

Araujo Arévalo, D. (2012) afirma: Estos documentos intentan dar a conocer la situación y los resultados financieros, si se cumple al pie de la letra con las operaciones y metas planeadas en los presupuesto. La ventaja de este ejercicio es que anima y facilita la toma de decisiones de los directivos de la empresa, de tal forma que pueden preverse las necesidades y los satisfactores necesarios en materia comercial, financiera, económica y de recursos humanos. (p.77)

Los estados financieros presupuestados no permitirán tener una noción más clara y determinada del manejo económico y contable del complejo turístico, los cuales reflejaran si es factible o no la puesta en marcha del mismo.

2.20. Evaluadores financieros

2.20.1. Valor Presente Neto

Urbina Baca, G. (2011) Sumar los flujos disminuidos en el presente y restar la inversión inicial da igual adquirir todas las ganancias perseveradas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. Es claro para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, la cual dará por resultado que el VPN sea mayor que cero. (p.182)

VAN es un indicador financiero que permite traer a valor actual esos ingresos de dinero que pensamos vamos a tener posteriormente.

2.20.2. Tasa Interna de Retorno

Urbina Baca, G. (2011) afirma: Se llama tasa interna de rendimiento porque se cree que el dinero que se gana año tras año se reinvierte en su totalidad, es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos disminuidos a la inversión inicial. (p.184)

Es un evaluador financiero que permitirá determinar en términos de porcentaje la rentabilidad financiera de un proyecto, evaluador de grupo de indicadores que toma en cuenta el valor de dinero en el tiempo.

2.20.3. Periodo de Recuperación de la inversión

Arboleda Vélez, G. (2012): “El periodo de recuperación de la inversión se define como el tiempo que se necesita para que la suma de los flujos de efectivo neto positivos,

producidos por una inversión, sea igual a la suma de los flujos de efectivo neto negativos, solicitados por la misma inversión.” (Pág.342).

Es el tiempo que se solicita para que los flujos netos de ingresos sean iguales a los flujos netos de efectivo de egresos requeridos para la inversión, es decir en qué tiempo mis ingresos recompensarán mis gastos.

2.20.4. Relación Beneficio Costo

Nassir Sapag, Ch., (2011): “La relación beneficio costo verifica el valor actual de los beneficios planeados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El procedimiento lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio costo es igual a 1; si el van es mayor que cero, La relación es mayor que uno, y si el van es negativo, este es menor que uno; este método no aporta a ninguna información importante que amerite ser considerada. (p.307)

Relación entre la ganancia extraordinaria, por cada dólar invertido o por cada dólar que ha salido del proyecto se ha obtenido una ganancia.

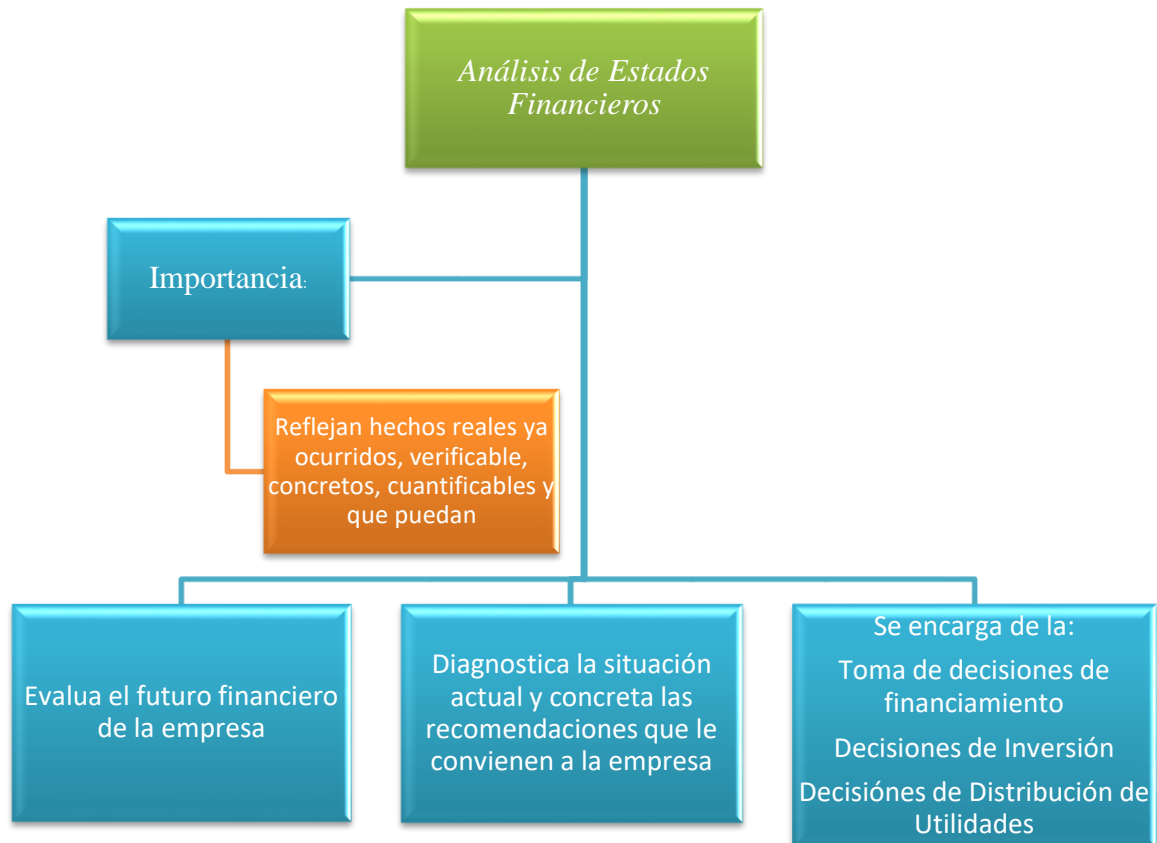
2.21. Estados Financieros

Zapata, P (2011) afirma: “Los estados financieros son informes que se realizan al finalizar un periodo contable, con el objetivo de entregar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite evaluar y examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad.(p.60)

Los estados financieros nos van a posibilitar leer como el estado de nuestra empresa contablemente y económicamente, para así poder tomar decisiones durante el periodo

contable.

Gráfico 6 Análisis de Estados Financieros



Fuente: (SlideShare, 2012)

Elaborado por: La autora

2.21.1. Estado de Situación Financiera Inicial

Zapata, P. (2011) afirma: Es un informe contable que presenta sistemática y ordenadamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y define la posición financiera de la empresa en un momento determinado. (p.63)

En el proyecto el estado de situación inicial nos va a facilitar conocer las cuentas de activo, pasivo y patrimonio que inicia la puesta en marcha del negocio.

2.21.2. Activo

Zapata, P. (2011) afirma: Es un recurso controlado por la empresa como resultado de acontecimientos pasados, del que la entidad espera asumir, en el futuro, beneficios económicos. (p.484)

2.21.3. Pasivo

Zapata, P. (2011) afirma: “Es una obligación presente de la empresa, surgida a raíz de sucesos pasados. Al vencimiento de la cual, y para cancelarla, la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos. (p.484)

Son todas las obligaciones financieras que tiene una empresa y tienen que ser cumplidas en un periodo determinado

2.21.4. Patrimonio

Zapata, P. (2011) afirma: Es la parte sobrante de los activos de la empresa, una vez deducidos todos sus pasivos. (p.484)

Es todo el capital que tiene una empresa en un estado financiero es el resultado de restar el activo y el patrimonio

2.21.5. Estado de Resultados

Zapata, P. (2011): afirma: El estado de resultados indica los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida; resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado. El estado de resultados es dinámico, ya que expresa en

forma acumulativa las cifras de rentas (ingresos), costos y gastos resultantes en un periodo determinado. (p.62)

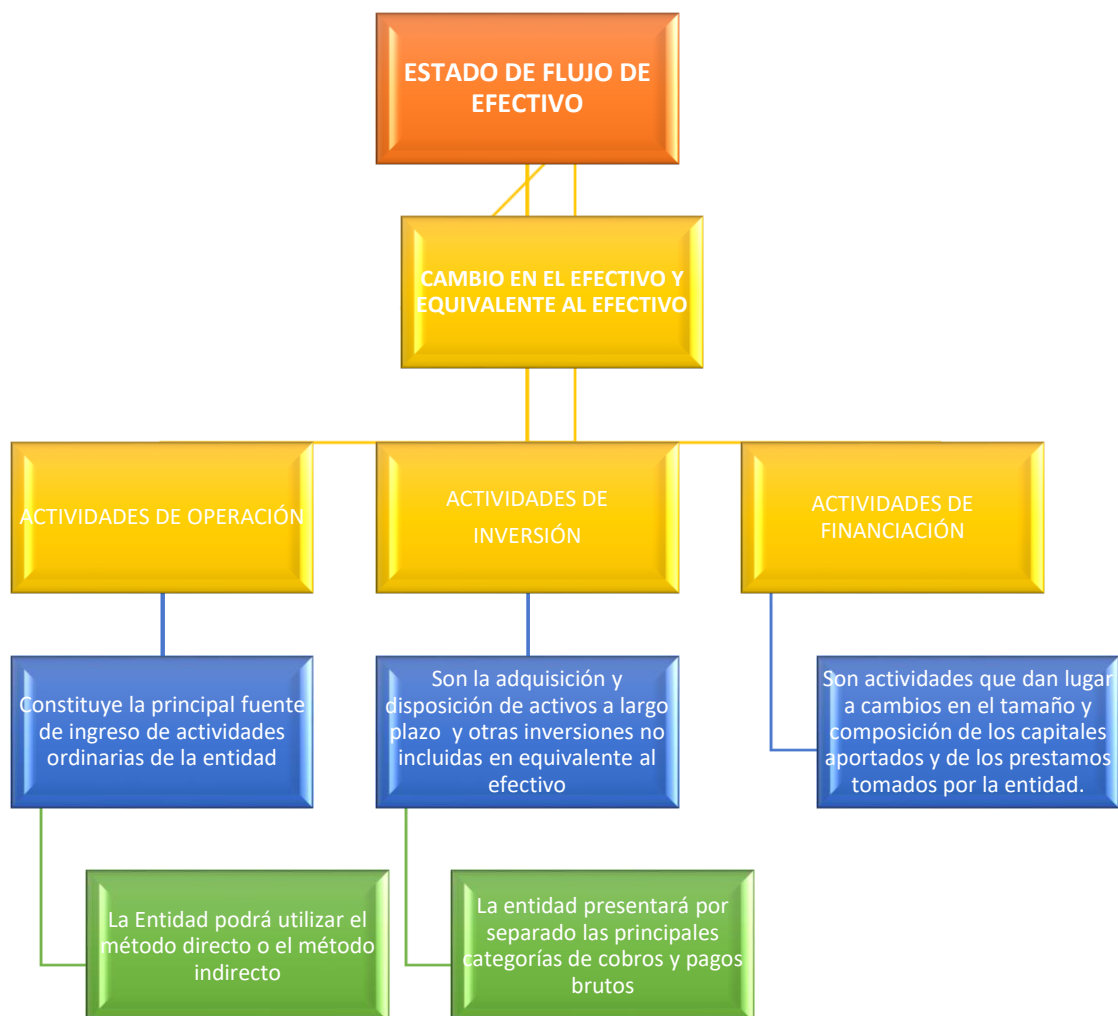
En el proyecto el estado de resultados nos va a permitir conocer si la empresa va a tener pérdidas o ganancias dentro de los 5 años presupuestados del negocio.

2.21.6. Estado de Flujo de Efectivo

Zapata, P (2011) afirma: Es el informe contable principal que presenta de manera preponderante, resumida y dividida por actividades de operación, financiamiento e inversión. Los diversos conceptos de entrada y salida de recursos económicos efectuados durante un periodo, con el objetivo de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como examinar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez y rentabilidad presente y futura. (p.62)

En el proyecto el estado de flujo de efectivo nos va a permitir conocer las entradas y salidas de dinero que la empresa va a tener así como las actividades de operación, inversión y financiamiento.

Gráfico 7 Flujo de efectivo



Fuente: Zapata, P. (2011)

Elaborado por: la autor

2.22. NIF

Zapata, P. (2011). Afirma: El mundo, sus estados, sus empresas y sus organizaciones están en un proceso de globalización de sus economías, con el ánimo de que las personas y los recursos materiales sean más productivos. La contabilidad, como técnica de registro de hechos económicos, debe adaptarse a las nuevas necesidades y por eso se han creado normas e interpretaciones que estandaricen la normativa contable de observancia obligatoria en el mundo. (p.15)

La NIIF con sus siglas en inglés IFRS (International Financial Reporting Standard), son las normas contables adoptadas por el IASB, institución privada en Londres y son las normas contables que rigen a nivel mundial. Las normas se conocen como NIC y NIIF dependiendo de cuando fueron aprobadas y se matizan con las interpretaciones que se conocen con las siglas de SIC y CINIIF.

Las normas contables dictadas entre 1973 y 2001 reciben el nombre de NIC fueron dictadas por el IASC International Accounting Standards Committee (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad) y desde abril de 2001 hasta la fecha precede el actual IASB International Accounting Standards Board (Junta de Normas Internacionales de Contabilidad), que adoptó las NIC y continuo con su desarrollo denominadas NIIF.

Gráfico 8 Normas Internacionales de Información Financiera



Fuente: (Plan contable 2007, s.f.)

Elaborado por: La autora

2.22.1. NIIF 1 Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera

Objetivo: Asegurar que los primeros estados financieros de una entidad se adapten a las NIIF, así como los informes financieros intermedios, relativos a una parte del ejercicio cubierto por tales estados financieros, contienen información de alta calidad que:

- Sea transparente para los usuarios y comparable para todos los ejercicios que se presenten
- Punto de partida adecuado para la contabilización según las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF); y
- Pueda ser obtenida a un coste que no exceda a los beneficios proporcionados a los usuarios.

Alcance: Una entidad aplicará esta NIIF en:

Los primeros estados financieros con arreglo a las NIIF son los primeros estados financieros anuales en los cuales la entidad adopta las NIIF, mediante una declaración, explícita y sin reservas, contenida en tales estados financieros del cumplimiento con las NIIF

Reconocimiento y Valoración:

2.22.2. NIIF 2 Pagos basados en acciones

Objetivo: Especificar la información financiera que ha de incluir una entidad cuando lleve a cabo una transacción con pagos basados en acciones.

Alcance: La entidad aplicará esta NIIF en la contabilización de todas las transacciones con pagos basados en acciones, incluyendo:

Transacciones con pagos basados en acciones liquidados mediante instrumentos de patrimonio, en las que la entidad reciba bienes o servicios a cambio de instrumentos de patrimonio de la misma (incluyendo acciones u opciones sobre acciones),

Transacciones con pagos basados en acciones liquidados en efectivo, en las que la entidad adquiera bienes o servicios, incurriendo en pasivos con el proveedor de esos bienes o servicios por importes que se basen en el precio (o en el valor) de las acciones de la entidad o de otros instrumentos de patrimonio de la misma.

2.22.3. NIIF 3 Combinaciones de negocios

Objetivo: Mejorar la relevancia, fiabilidad y comparabilidad de la información sobre combinaciones de negocios y sus efectos que una entidad que informa proporciona en sus estados financieros.

Alcance: Esta NIIF se aplicará a una transacción u otro suceso que cumpla la definición de una combinación de negocios

2.22.4. NIIF 4 Contratos de Seguros

Objetivo: Especificar la información financiera que debe ofrecer, sobre los contratos de seguro, la entidad emisora de dichos contratos (que en esta NIIF se denomina aseguradora), hasta que el Consejo complete la segunda fase de este proyecto sobre contratos de seguro.

Alcance: La entidad aplicará esta NIIF a los:

Contratos de seguro (incluyendo también los contratos de reaseguro que acepte) que emita y los contratos de reaseguro que ceda.

2.22.5. NIIF 5 Activos no corrientes mantenidos para la venta y operaciones interrumpidas.

Objetivo: Especificar el tratamiento contable de los activos mantenidos para la venta, así como la presentación e información a revelar sobre las actividades interrumpidas.

Alcance: Los requisitos de clasificación y presentación de esta NIIF se aplicarán a todos los activos no corrientes reconocidos, y a todos los grupos enajenables de elementos de la entidad.

2.22.6. NIIF 6 Exploración y evaluación de recursos minerales

Objetivo: El objetivo de esta NIIF es especificar la información financiera relativa a la exploración y la evaluación de recursos minerales.

Alcance: Una entidad aplicará esta NIIF a los desembolsos relacionados con la exploración y evaluación en los que incurra; la NIIF no aborda otros aspectos relativos a la contabilización de las entidades dedicadas a la exploración y evaluación de recursos minerales.

2.22.7. NIIF 7 Instrumentos Financieros: Información a revelar

Objetivo: Requerir a las entidades que, en sus estados financieros, revelen información que permita a los usuarios evaluar la relevancia de los instrumentos financieros en la situación financiera y en el rendimiento de la entidad; y la naturaleza y alcance de los riesgos procedentes de los instrumentos financieros a los que la entidad se haya expuesto durante el ejercicio y en la fecha de presentación, así como la forma de gestionar dichos riesgos.

Alcance: Esta NIIF se aplicará tanto a los instrumentos financieros que se reconozcan contablemente como a los que no se reconozcan. Los instrumentos financieros reconocidos

comprenden activos financieros y pasivos financieros que estén dentro del alcance de la NIC 39. Los instrumentos financieros no reconocidos comprenden algunos instrumentos financieros que, aunque estén fuera del ámbito de aplicación de la NIC 39, entran dentro del alcance de esta NIIF (como, por ejemplo, algunos compromisos de préstamo).

2.22.8. NIIF 8 Segmentos de operación

Principio Fundamental: Toda entidad debe presentar información que permita a los usuarios de sus estados financieros evaluar la naturaleza y las repercusiones financieras de las actividades empresariales que desarrolla y los entornos económicos en los que opera.

Alcance: Si un informe financiero contiene tanto los estados financieros consolidados de una dominante a la que es de aplicación la presente NIIF, como los estados financieros separados de la misma, sólo se requerirá información por segmentos en los estados financieros consolidados.

2.22.9. NIIF 9 Instrumentos Financieros

Objetivo: El objetivo de esta NIIF es establecer los principios para la información financiera sobre activos financieros y pasivo financieros de forma que presente información útil y relevante para los usuarios de los estados financieros para la evaluación de los importes, calendario e incertidumbre de los flujos de efectivo futuros de la entidad.

Alcance: Una entidad aplicará esta NIIF a todas las partidas dentro del alcance de la NIC 39 Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Medición.

2.22.10. NIIF 10 Estados Financieros Consolidados

Objetivo: El Objetivo de esta NIIF es establecer los principios para la presentación y

preparación de estados financieros consolidados cuando una entidad controla una o más entidades distintas.

Cumplimiento del objetivo: Para cumplir el objetivo del párrafo 1, esta NIIF:

(a) requiere que una entidad que controla una o más entidades distintas (subsidiarias) presente estados financieros consolidados;

(b) define el principio de control, y establece el control como la base de la consolidación;

(c) establece la forma en que se aplica el principio de control para identificar si un inversor controla una entidad participada y por ello debe consolidar dicha entidad;

(d) establece los requerimientos contables para la preparación de los estados financieros consolidados.

Esta Norma no trata los requerimientos para contabilizar las combinaciones de negocios ni sus efectos sobre la consolidación, incluyendo la plusvalía que surge de una combinación de negocios.

2.22.11. NIIF 11 Acuerdos Conjuntos

Objetivo: El objetivo de esta NIIF es establecer los principios para la presentación de información financiera por entidades que tengan una participación en acuerdos que son controlados conjuntamente (es decir acuerdos conjuntos).

Cumplimiento del objetivo: Para cumplir el objetivo del párrafo 1, esta NIIF define control conjunto y requiere que una entidad que es una parte de un acuerdo conjunto determine el tipo de acuerdo conjunto en el que se encuentra involucrada mediante la evaluación de sus derechos y obligaciones y contabilice dichos derechos y obligaciones de acuerdo con el tipo de

acuerdo conjunto.

Alcance: Esta NIIF se aplicará por todas la entidades que sean una parte de un acuerdo conjunto.

2.22.12. NIIF 12

Objetivo: El objetivo de esta NIIF es requerir que una entidad revele información que permita a los usuarios de sus estados financieros evaluar: (a) la naturaleza de sus participaciones en otras entidades y los riesgos asociados con éstas, y (b) los efectos de esas participaciones en su situación financiera, rendimiento financiero y flujos de efectivo.

2.22.13. NIIF 13

El valor razonable es una medición basada en el mercado, no una medición específica de la entidad. Para algunos activos y pasivos, pueden estar disponibles transacciones de mercado observables o información de mercado. Para otros activos y pasivos, pueden no estar disponibles transacciones de mercado observables e información de mercado. Sin embargo, el objetivo de una medición del valor razonable en ambos casos es el mismo -estimar el precio al que tendría lugar una transacción ordenada para vender el activo o transferir el pasivo entre participantes del mercado en la fecha de la medición en condiciones de mercado presentes (es decir, un precio de salida en la fecha de la medición desde la perspectiva de un participante de mercado que mantiene el activo o debe el pasivo).

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El estudio de mercado que se pretende realizar en la ciudad de Ibarra con la finalidad de determinar la aceptación de los servicios teleférico que cruzará la laguna de Yahuarcocha con el fin de implantar una empresa administradora para que funcione el servicio de teleférico que adicionará, contará con otros servicios como bar, cafetería y restaurante y un valor agregado que es la zona para los niños que son los juegos infantiles.

Uno de los lugares más referentes donde existen mayor concentración de turistas nacionales e internacionales es la Laguna de Yahuarcocha donde actualmente se ha implantado una infraestructura turística con una cantidad de pequeños y medianos negocios de restaurante y hoteles y paraderos turísticos como Hotel Imperio del Sol, el Conquistador, Rancho San Miguel, Rancho San Andrés, Rincón Familiar, Ojos del Cielo entre otros. Yahuarcocha conocida también internacionalmente por el autódromo que lleva el mismo nombre. Junto a este sector se encuentra el cerro denominado la loma de las Guayabillas, donde está la estatua de San Miguel Arcángel, y un pequeño mercado artesanal, pues a futuro en este sitio se implantará la Ciudad Arcángel Proyecto del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra, que consiste en la construcción de nuevas vías de primer orden para acceder a este sitio, además se implementará un mirador más grande que se observe la Ciudad de Ibarra, y la Ciudad Arcángel que consiste en viviendas con edificios modernos y por último se implantará un teleférico que cruce la Laguna de Yahuarcocha, obra emblemática de la actual administración Municipal. Una vez terminado este proyecto se concesionará los servicios del

teleférico a un socio estratégico, en concordancia a las encuestas y entrevistas realizadas.

Uno de los aspectos más importantes de la provincia de Imbabura es el crecimiento y desarrollo del turismo que se ha venido dando a medida que pasa el tiempo ya que esta provincia tiene un sin número de atractivos turísticos. La más conocida y popular es la ruta de las lagunas, que pasa por San Pablo a Otavalo con su mercado mundialmente conocido, avanza a Cotacachi y su laguna Cuicocha, a Atuntaqui y su gran feria textil y San Antonio de Ibarra con su oferta detallado y así llegando a la ciudad de Ibarra, cuyas paredes blancas se aprecian desde Bellavista, para concluir en Yahuarcocha, la legendaria laguna con su autódromo. En las lagunas se practican deportes acuáticos y en ellas se asientan muchas instalaciones para servicio de hospedaje y gastronomía típica.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. General

Detallar el mercado que permita establecer el volumen de turistas extranjeros y nacionales que puedan transformar en nuestros clientes potenciales y que requieran el servicio que oferte el proyecto.

3.2.2. Específicos

- Determinar el servicio, mediante encuestas realizadas a la población de barra, para concretar el segmento de mercado, las especificaciones y la tecnología para la generación del mismo.
- Determinar el segmento de mercado o área de cobertura mediante encuestas para determinar el servicio del teleférico.

- Desarrollar diagnósticos relativos de la oferta y demanda del servicio, mediante encuestas y entrevistas, para el cual se elaborará el estudio de mercado.
- Determinar la demanda insatisfecha del servicio del teleférico, mediante un estudio de mercado realizando encuestas y en caso de existencia de ésta, su cuantificación para un período de 5 años.

Tabla 15 Matriz de Relación Diagnóstica del Estudio de Mercado

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN	
Analizar el mercado que permita identificar el volumen de turistas nacionales y extranjeros que puedan convertirse en potenciales clientes y que requieran el producto y servicio que oferte el proyecto	Determinar el servicio, para concretar el segmento de mercado, las especificaciones y la tecnología para la generación del mismo.	Servicio	Servicio del teleférico	Encuesta	Primaria	
			Servicio de restaurante	Encuesta	Primaria	
			Servicio de Cafetería	Encuesta	Primaria	
			Área de Juegos	Encuesta	Primaria	
	Determinar el segmento de mercado o área de cobertura que tendrá el servicio del teleférico.	Segmento de mercado	Condiciones sociales, económicas y turísticas de la población del barrio San Miguel de Yahuarcocha	Encuesta	Encuesta	Primaria
				Encuesta	Encuesta	Primaria
				Encuesta	Encuesta	Primaria
				Encuesta	Encuesta	Primaria
	Realizar diagnósticos relativos de la oferta y demanda del servicio, para el cual se realiza el estudio de mercado	*Caracterización de demandantes *Caracterización de ofertantes	La tasa de consumo y el periodo en que se realizan. Preferencias de servicios turísticos. Hábitos de distracción La capacidad instalada y el grado de ocupación Los planes sobre futuras expansiones	Encuesta	Encuesta	Primaria
				Encuesta	Encuesta	Primaria
				Encuesta	Encuesta	Primaria
				Encuesta	Encuesta	Primaria
				Encuesta	Encuesta	Primaria
	Identificar la situación actual de las principales actividades económicas y condiciones sociales y turísticas de los habitantes del sector de Yahuarcocha	Condiciones sociales, económicas y turísticas de la población del sector de Yahuarcocha	Sociales: Servicios Básicos, Salud, nivel de educación, Uso de tiempo: horas de trabajo y ocio, Medios de Transporte	Entrevista a Informantes calificados	Encuesta a pobladores	Primaria Primaria
				Encuesta y Documentación Bibliográfica	Primaria y Textos Primaria y Textos Primaria y Textos Primaria y Textos	
	Determinar la demanda insatisfecha del servicio del teleférico, y en caso de existencia de ésta, su cuantificación para un período de 5 años.	Demanda Insatisfecha	Proyección de la demanda Proyección de la oferta Relación oferta y demanda Métodos de cálculo	Encuesta y Documentación Bibliográfica	Primaria y Textos Primaria y Textos Primaria y Textos Primaria y Textos	

Elaborado por: la autora

3.4. Definición del servicio

Este estudio de factibilidad intenta demostrar la viabilidad de la creación de una empresa para el funcionamiento de un teleférico.

El servicio de turismo hoy en día se postula como una alternativa económica en crecimiento constante, integrando de forma coherente y armoniosa tres aspectos fundamentales: a) el cuidado del paisaje y los recursos naturales, b) la participación ciudadana y c) el fortalecimiento de la identidad cultural.

La recreación, el esparcimiento y la relajación en la actualidad son considerados como una de las necesidades básicas para el ser humano. Por lo tanto, la creación de la empresa para el funcionamiento del teleférico aprovechará y optimizará los recursos naturales existentes en el área de influencia del proyecto; de igual forma, la combinación de rubros como la práctica deportiva, la coexistencia en familia y la gastronomía harán del proyecto un espacio que beneficie el convivir entre semejantes.

Desde este punto de vista, el teleférico ofrecerá los siguientes productos y servicios.

3.4.1. Servicio del teleférico

La empresa que ofrecerá este servicio del teleférico, haciendo que el cliente se sienta en un ambiente relajado y de paz, contará con cabinas cómodas y amplias con capacidad de 6 personas, donde podrán observar un ambiente natural para que el cliente se encuentre satisfecho con el servicio brindado.

El servicio de teleférico tendrá 8 foliculares que llevarán a 6 personas el trayecto será de una hora incluido los 10 minutos de espera, cruzando la laguna de Yahuarcocha desde San

Miguel Arcángel. Prestando los servicios durante diez horas diarias desde las 8 de la mañana hasta las seis de la tarde incluido los días sábados, domingos y días feriados.

3.4.2. Servicio de Restaurante

La empresa contará con servicio de restaurante, con una gran variedad de menús de comidas, también habrá comida rápida, elaborados con ingredientes de calidad y valores nutricionales que contengan una dieta balanceada. El servicio de restaurante contará con desayunos, almuerzos y meriendas, además ciertos platos fuertes como pescados y secos de pollo o res entre otros.

3.4.3. Área Infantil

No se puede descuidar este tipo de servicios, considerado los niños también serán beneficiarios de este servicio, para lo cual se contará con todos los atractivos de un parque infantil adecuado de acuerdo al medio que nos rodea. Se contará con los implementos tradicionales como dos resbaladeras, subí y baja, carrusel y columpios para la distracción de los niños.

3.4.4. Infraestructura

La infraestructura estará a cargo del Ilustre Municipio de Ibarra quién cubrirá con toda la construcción del teleférico, instalación, adecuación de todas las áreas técnicas y operativas del paradero.

3.4.5. Mantenimiento

Se asignará un rubro mensual de \$ 2.500,00, para el mantenimiento de los teleféricos, controlando que se encuentren en óptimas condiciones de funcionamiento.

3.5. Segmento de mercado

3.5.1. Población Universo

Tabla 16 Población Universo

Población económicamente activa del Ecuador (PEA)			
Población económicamente activa (PEA)	Hombres	Mujeres	Total
	4.081.415	2.698.053	6.066.942
Porcentaje	42,5%	67,45%	

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: La autora

En marzo del 2016, se detectó que 11,5 millones de personas están en edad de trabajar; esta cifra equivale al 69,6% de la población total ecuatoriana. Por otra parte, se ubicó también que 7,9 millones de ecuatorianos pertenecen a la Población Económicamente Activa (PEA). Y, al interior de esta población, 7,4 millones de personas tienen empleo.

El informe del INEC indica que aquellos valores evidencian que más personas ingresaron al mercado laboral o que hubo mayor oferta de empleo en el país. Y esto, a su vez, apareció reflejado en el aumento del número de personas ocupadas. En lo relativo a las condiciones de empleo, la cobertura urbana de la seguridad social exhibió una tendencia creciente: en marzo de 2016, el 41,9% de las personas con empleo se afilió a la seguridad social pública y el 6,9% está cubierto por el Issfa, el Isspol o seguros privados. Por otra parte, en el último mes, el desempleo se ubicó en 5,7% a nivel nacional y en 7,4% a nivel urbano. Según el reporte del INEC, el incremento en la tasa de participación laboral sería el factor más determinante en la explicación de los últimos registros del desempleo. En el último mes, en cambio, la tasa de empleo adecuado llegó a 48,6%; la tasa de ‘otro empleo no pleno’ fue 21,3% y la tasa de empleo no remunerado era 5,2%. El subempleo se ubicó en 17,1%. En esta categoría se encuentran las personas ocupadas que reciben ingresos inferiores al salario básico, y/o que trabajaron menos

de la jornada legal, pero que tienen el deseo y disponibilidad de trabajar más. Las cifras de pobreza se mantienen estables. En marzo de 2016, la pobreza llegó a 25,4% lo cual no representa un cambio estadísticamente significativo con respecto al valor de marzo de 2015. (El Telégrafo , 2016)

Número de turistas que visitan Ecuador

Un total de 416.030 turistas arribó a Ecuador durante el primer trimestre de 2015, lo que evidencia un crecimiento de 6,4% con relación a igual período de 2014 cuando llegaron 391.167 visitantes.

En enero de 2015 arribaron al país 169.378 turistas; en febrero, 119.665 y en marzo, 126.987. (Ecuador potencia turística, 2016)

Número de Turistas locales y extranjeros que visitan la ciudad de Ibarra

Turistas locales y extranjeros visitan el hermoso cantón Ibarra y llegan a conocer los encantadores lugares naturales, su cultura y tradición. La Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra dentro de sus competencias lleva las estadísticas de los visitantes.

Tabla 17 Visitas Yahuarcocha

VISITAS YAHUARCOCHA	
AÑO	NÚMERO DE VISITANTES
2008	825440
2009	826600
2010	738600
2011	861794
2012	851377
2013	869450
2014	688858

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra, 2016)

Elaborado por: la autora

$$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$$

La tasa promedio representa el 0.00674

$$\sum i = 0.01348$$

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0.01348}{2} = 0.00674 (i)$$

$$n = 2$$

Tasa de crecimiento del turismo 6,74 %

Tabla 18 Ingreso turistas a la ciudad de Ibarra

AÑO	NÚMERO DE VISITANTES
2009	27689
2010	29555
2011	31547
2012	33674
2013	35943
2014	38366
2015	40952
2016	43712
2017	46658
2018	49803

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra, 2016)

Elaborado por: la autora

La población universo comprende el mercado objetivo, del cual el estudio determinará los posibles clientes que requieran los servicios de la empresa, por tanto para la determinación de la población objeto de estudio se consideró el número receptivo de personas que visitaron la ciudad de Ibarra proyectado al 2018 que es 49.803 .

Para la proyección de la demanda se empleó la siguiente fórmula:

La fórmula de crecimiento exponencial es $Q_n = Q_0 (1 + i)^n$

En donde:

Q_n = Población futura

Q_0 = población

i = tasa de crecimiento anual promedio

n = años a proyectar

$Q_0 = 49.803$

$I = 6.74\%$

$N = 1$

$Q_n = 27689 (1+0.0674)^1$

$Q_n = 49.803$

3.5.2. Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{N \delta^2 Z^2}{e^2 (N-1) + \delta^2 Z^2}$$

En donde:

N = Población Total

n = Muestra

z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o de significancia con el que se va a realizar el tratamiento se las estimaciones, es un valor constante que se toma en relación del 95% a 1.96

E^2 = Nivel de error, nos indica el grado de precisión de las estimaciones, se trabajó con el 5%, esto es 0,05 de error.

d = Varianza de la población respecto a las principales características que se va a representar, es un valor constante que equivale al 0,25.

Z_2 = Nivel de confiabilidad 95% --- 1.96

N = Universo o población

d_2 = Varianza de la población 0.25

n = Tamaño de la muestra

E = Límite aceptable de error de muestra 5%

$$n = \frac{1.96^2 * 0.25 * 49803}{0.05^2 (49803 - 1) + 1.96^2 * 0.25} = 381.23$$

$$n = 381,23 = 382$$

Para realizar la encuesta se realizaron algunos segmentos a la población, primeramente se estableció la población de la Ciudad de Ibarra, seguidamente se clasificó a la población por edades. Se considera que los clientes fijos que pueden adquirir el servicio de teleférico comprende de las edades de cinco años a sesenta y cinco años, posteriormente se actualizó la muestra con la fórmula de crecimiento exponencial, tomándose en cuenta el crecimiento de ingresos de turistas nacionales a la Ciudad de Ibarra que es del 6,78 % hasta obtener el resultado de la población a encuestar que es de 49.803, seguidamente se calculó la muestra dando como resultado dando 382.

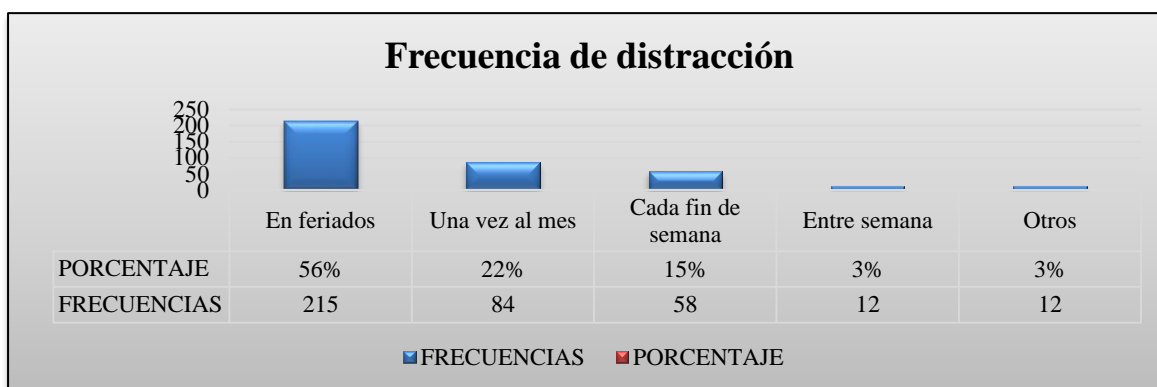
3.5.3. Resultados y análisis de la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ibarra.

Fecha de aplicación de encuestas: 14 de Julio del 2015

Objetivo: El objetivo de la encuesta es determinar el nivel de aceptación del servicio del teleférico y servicios complementarios como bar, restaurante, cafetería y la zona de juegos, además determinar la oferta y la demanda de productos y servicios sustitutivos para ser aplicados en el año 2018.

1.- ¿Con qué frecuencia acude usted a distraerse en lugares turísticos?

Gráfico 9 Frecuencia de distracción



Fuente: encuestas

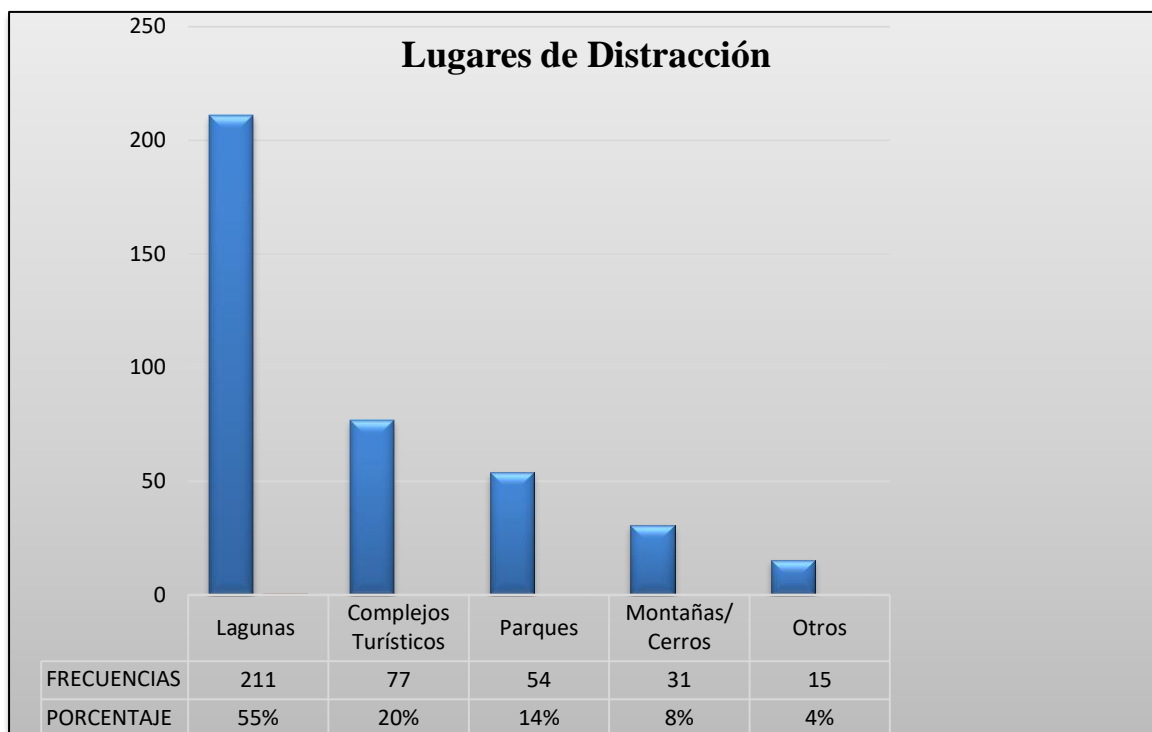
Elaborado por: la autora

Análisis:

En referencia a la pregunta de esta encuesta que si acude a distraerse a sitios o lugares turísticos, la mayoría de los encuestados opinan que concurren a distraerse y relajarse en los días feriados, siendo una gran oportunidad para atraer a clientes al proyecto del teleférico ya que en estas fechas es donde amigos, familiares tienden a distraerse y estar unidos alejándose del ruido siendo saludable porque se combate el estrés del trabajo y de los estudios y buscar otras opciones nuevas de distracción. También cabe señalar que existen personas que para ellos es suficiente salir una vez en el mes o un fin de semana, por lo cual existe una oportunidad de atraer clientes en este lapso de tiempo.

2.- ¿A qué lugar acude para distraerse y relajarse?

Gráfico 10 Lugares de distracción y relajación



Fuente: encuestas

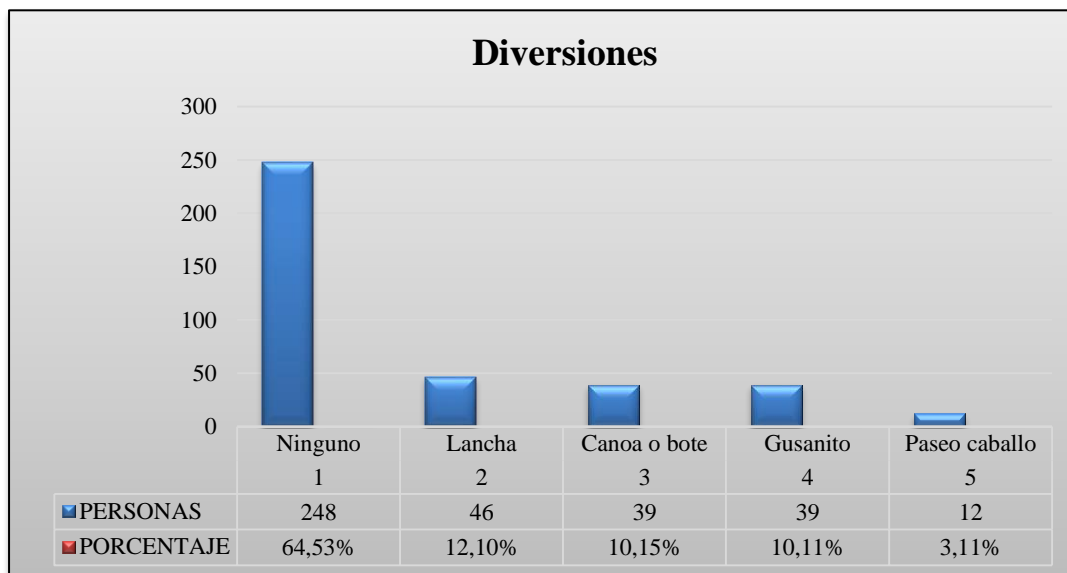
Elaborado por: la autora

Análisis:

La provincia de Imbabura por ser turística está comprendida y rodeada de paisajes hermosos y exuberantes donde los turistas nacionales y extranjeros visitan diferentes lugares y realizan actividades entre las que están lagunas montañas en especial la laguna de Yahuarcocha y también gozar de los paraderos turísticos, se ha demostrado que es la actividad más elegida ya que un gran porcentaje de los encuestados opina que es el mejor lugar para distraerse y relajarse, lo indica que existirá una favoritismo por este lugar a la hora de elegir una actividad para la distracción.

3.- ¿Qué distracciones que ofertan en Yahuarcocha ha utilizado?

Gráfico 11 Clases de diversiones



Fuente: encuestas

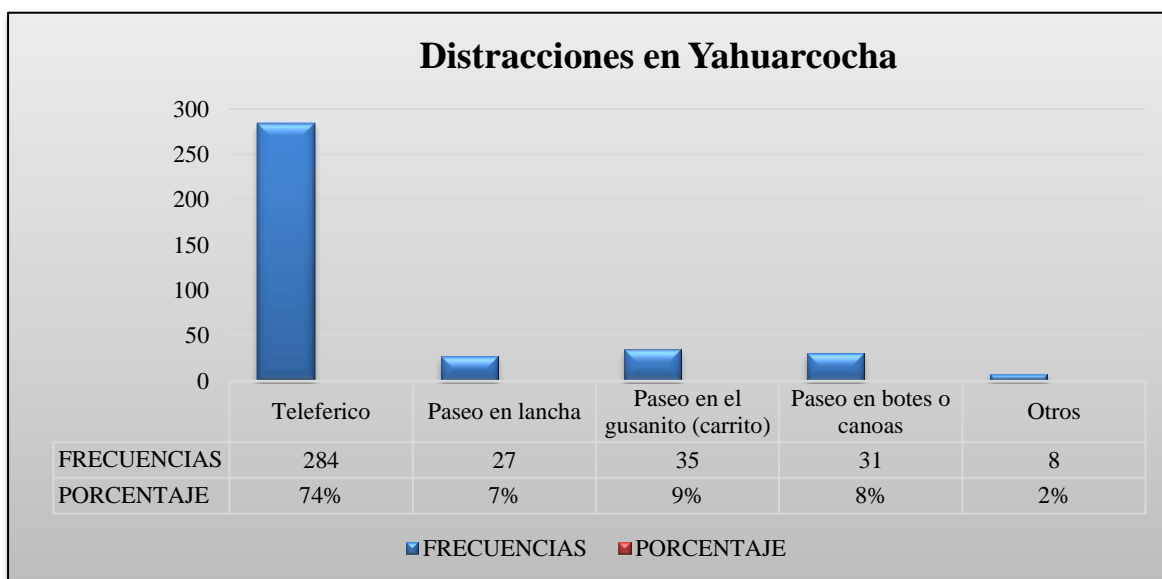
Elaborado por: la autora

Análisis:

Del estudio de mercado realizado mediante encuestas se detecta que los servicios complementarios de distracción que se ofertan en la laguna de Yahuarcocha. Más de la mitad de los encuestados no han utilizado ningún servicios de distracción. El resto de la población se ha distraído en los diferentes servicios que brindan el lugar como paseo en lancha por la laguna o paseo en canoa o bote y el gusanito que es un vehículo parecido a un trencito que da la vuelta la autopista, para el proyecto que se implementará saber este tipo de porcentaje si es relevante porque así nos permite saber cuál será la competencia directa dentro del sector de Yahuarcocha, como se puede observar en el cuadro la mayoría de los encuestados prefieren dar un paseo en lancha, canoa o bote y como los niños son los más influyentes al momento de elegir una distracción también prefieren ir al gusanito, es por ello que en el proyecto que se implementará esta la zona de juegos o área infantil para consentir a los más pequeños del hogar.

4. ¿Qué distracción escogería en la Laguna de Yahuarcocha de existir todas estas?

Gráfico 12 Distracciones en la Laguna de Yahuarcocha



Fuente: encuestas

Elaborado por: la autora

Análisis:

Es un factor determinante al momento de elegir una distracción en la laguna de Yahuarcocha la mayor parte de la población preferirá distraerse en el teleférico, teniendo una aceptación de preferencia de las tres cuartas partes de encuestados por la adrenalina, aventura novedosa y los hermosos paisajes que se observarían desde el aire y por ser una distracción única en el norte ecuatoriano, para nuestro proyecto esta pregunta aporta mucho al proyecto de factibilidad porque se determina el porcentaje de personas que visitará el servicio del teleférico que es la mayoría de encuestados, además de los servicios adicionales que se ofrecerá.

5. - ¿Acude a Yahuarcocha los fines de semana?

Gráfico 13 Porcentaje de personas que acuden a Yahuarcocha



Fuente: encuestas

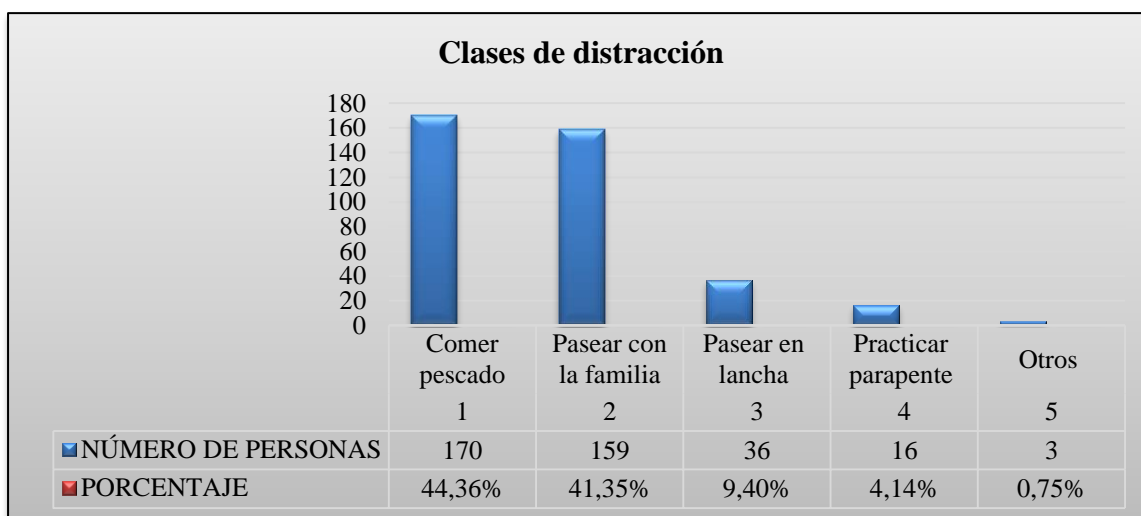
Elaborado por: la autora

Análisis:

La actividad turística ausentado sustancialmente alrededor de la Laguna Yahuarcocha y los sitios aledaños como San Miguel Arcangel de la ciudad de Ibarra en la actualidad está creciendo la población y por ende turístico, siendo favorable para el proyecto ya que la gran mayoría de la ciudad de Ibarra e incluso turistas nacionales y extranjeros acuden a la laguna de Yahuarcocha a realizar diferentes actividades para distraerse y relajarse todos los días y exclusivamente los fines de semana.

6.- Con qué propósito acude usted a Yahuarcocha?

Gráfico 14 Clases de distracción



Fuente: encuestas

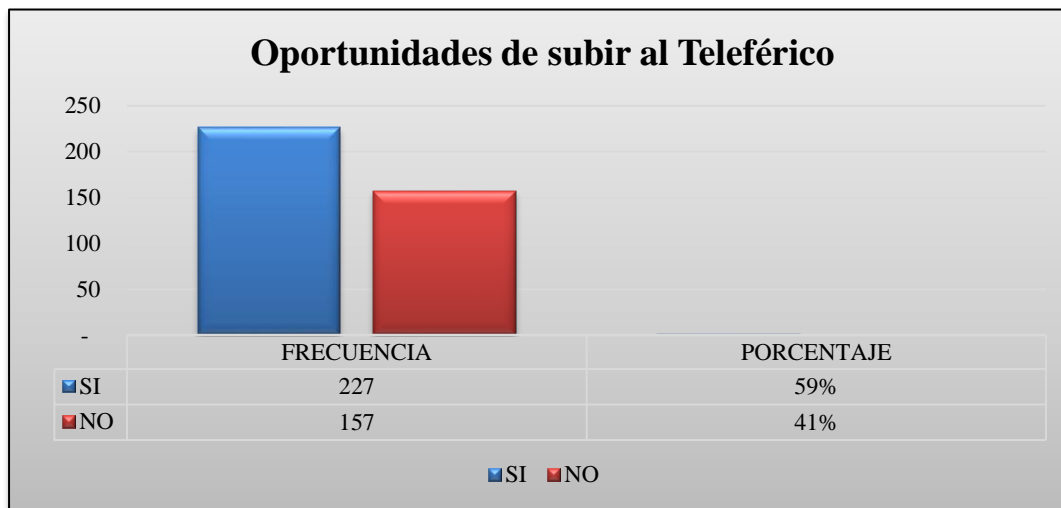
Elaborado por: la autora

Análisis:

De las personas encuestadas se evidenció que la finalidad de las visitas que realizan a la zona de Yahuarcocha, la población tiene como preferencia el ir a comer pescado en un seguido pasear con la familia, entendiéndose que el paseo y la gastronomía son la motivación por lo que la población asiste a este sitio de mayor concentración turística en el norte ecuatoriano, es por eso que en el servicio de restaurante se ofrecerá una variedad de comida y de esta manera satisfacer al cliente.

7. - ¿Ha tenido la oportunidad de subir a un teleférico?

Gráfico 15 Oportunidades de subir al teleférico



Fuente: encuestas

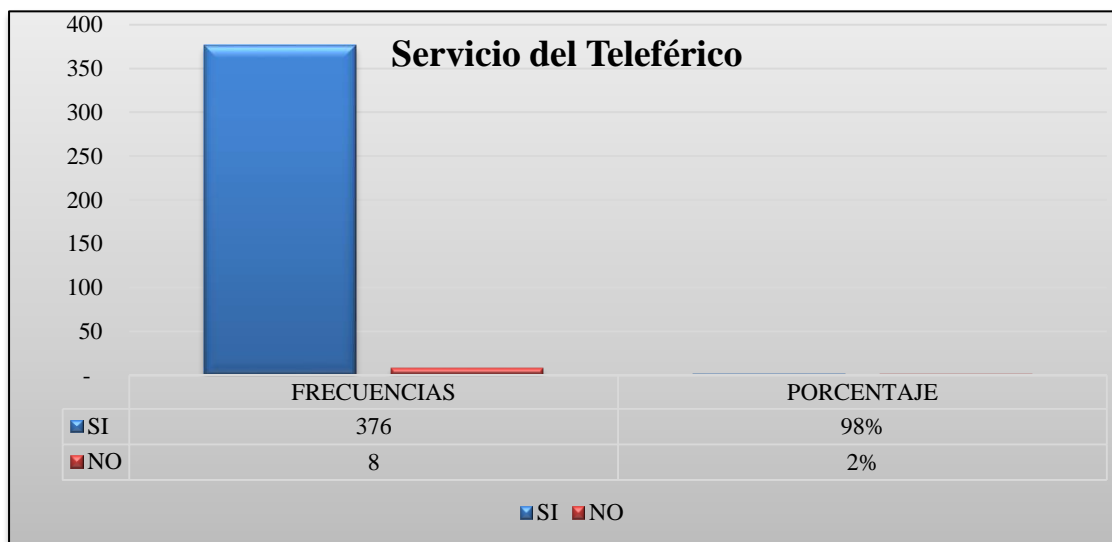
Elaborado por: la autora

Análisis:

Es importante conocer cuántas personas han experimentado subir a un teleférico, ya que se sabe el grado de conocimientos que tienen los habitantes de la ciudad de Ibarra con respecto a este tipo de servicios, y crear en las personas que no conocen sobre este servicio que si es una cantidad considerable una idea de curiosidad por este servicio y a las personas que ya conocen crear la expectativa de conocer este nuevo servicio que se implementará en la ciudad de Ibarra.

8.- ¿Le gustaría que en la ciudad de Ibarra en el sector de Yahuarcocha se implemente un servicio de teleférico?

Gráfico 16 Servicio de teleférico



Fuente: encuestas

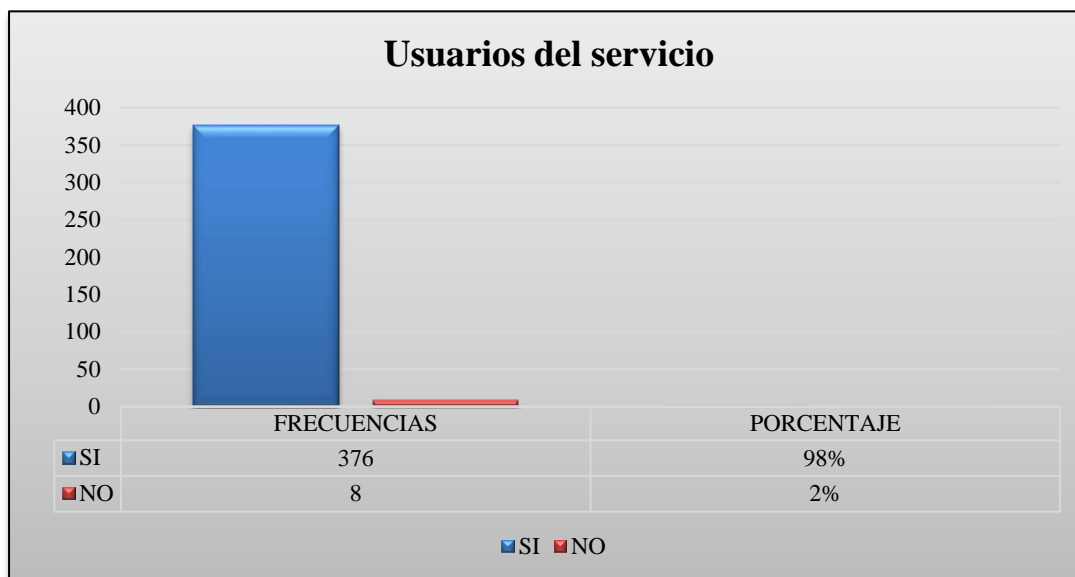
Elaborado por: la autora

Análisis:

El Sector de Yahuarcocha ubicado en Ibarra en el Barrio El Priorato, Hoy en día está creciendo verticalmente tanto poblacionalmente así como turísticamente y es gratificante saber que la gran mayoría de los encuestados están plenamente de acuerdo que exista un servicio de teleférico, ya que están buscando nuevos e innovadores lugares para distraerse o pasar un momento de relajamiento o esparcimiento en compañía de amigos o familiares y logrando un crecimiento turístico tanto provincial como nacional.

9.- ¿Si se llegara a implementar este innovador servicio turístico usted sería usuario del mismo?

Gráfico 17 Personas que desearían utilizar este servicio



Fuente: encuestas

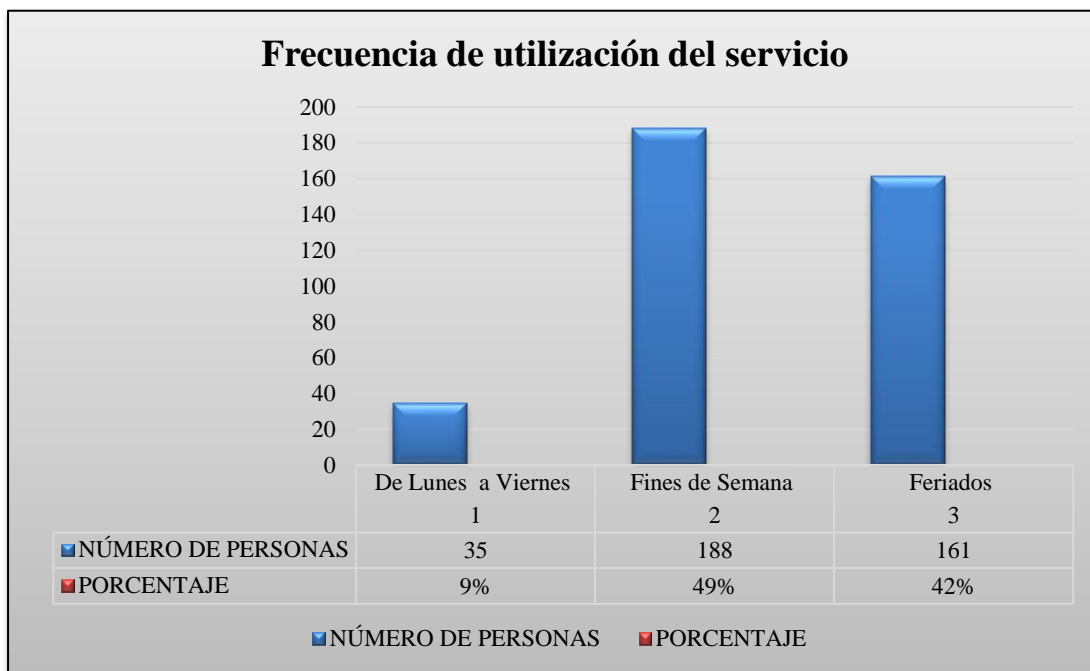
Elaborado por: la autora

Análisis

Mediante el estudio de mercado se puede determinar que existe una aceptación total al proyecto por ser novedoso los clientes potenciales usuarios del servicio del teleférico, considerándose una gran oportunidad para implantar el proyecto en estudio siendo el primer teleférico en el norte ecuatoriano, creándose una expectativa para el incremento del desarrollo turístico que tiene como ventaja comparativa la belleza de los paisajes alrededor de la laguna, y la concentración de gran cantidad de turistas nacionales e internacionales.

10. - ¿Qué días usaría este servicio?

Gráfico 18 Frecuencia de utilización del servicio



Fuente: encuestas

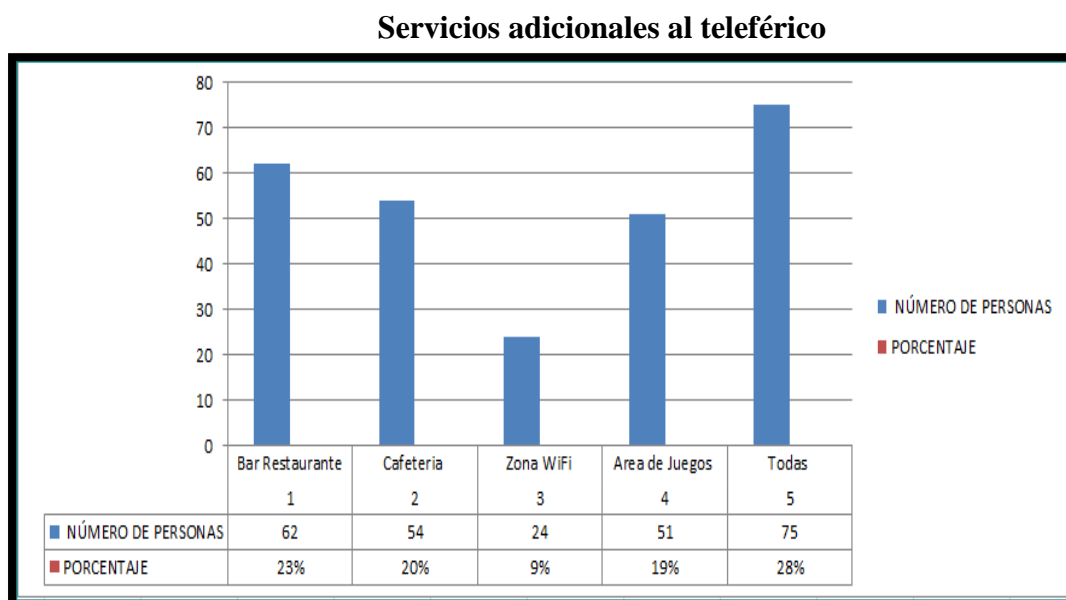
Elaborado por: la autora

Análisis:

La mayoría de personas encuestadas indican que los días ideales para realizar actividades recreativas son los fines de semana y los días feriados, lógicamente son días que son de vacaciones obligatorias y es la oportunidad ideal para vender los servicios de teleférico. Otro grupo muy pequeños de encuestados lo realizaría de lunes a viernes, por lo que se prevé que en estos días laborables disminuirá considerablemente el flujo de clientes tan solo limitándose a los establecimientos educativos.

11.- ¿Qué otros servicios adicionales le gustaría que se implemente en este servicio además del teleférico?

Gráfico 19 Servicios adicionales al teleférico



Fuente: encuestas

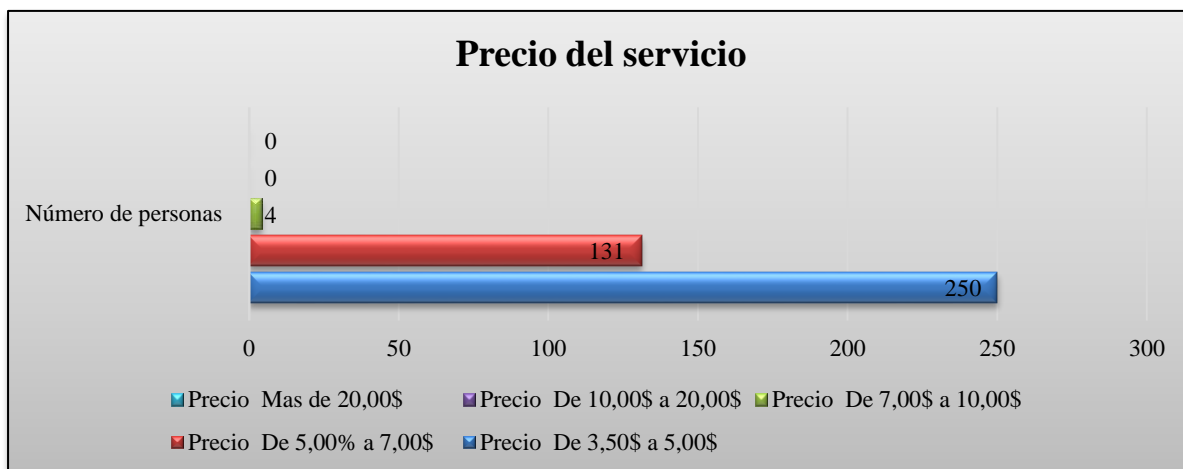
Elaborado por: la autora

Análisis:

Es muy atractivo e indispensable que el servicio del teleférico tenga otros servicios de distracción como: área de juegos, con el fin dar valor agregado al proyecto se pretende implantar nuevos servicios entre los cuales los encuestados han dado preferencia, Zona Wifi, una cafetería, un Bar- Restaurante, las cuales se tomarán en cuenta para implantarlas dentro del servicio del teleférico, en su mayoría los encuestados prefieren todos los servicios, siendo atractivo y económicamente factible para la empresa en estudio tener otras alternativas de auto gestión económica.

12. -¿Cuánto dinero pagaría usted por este servicio?

Gráfico 20 Valor del servicio



Fuente: encuestas

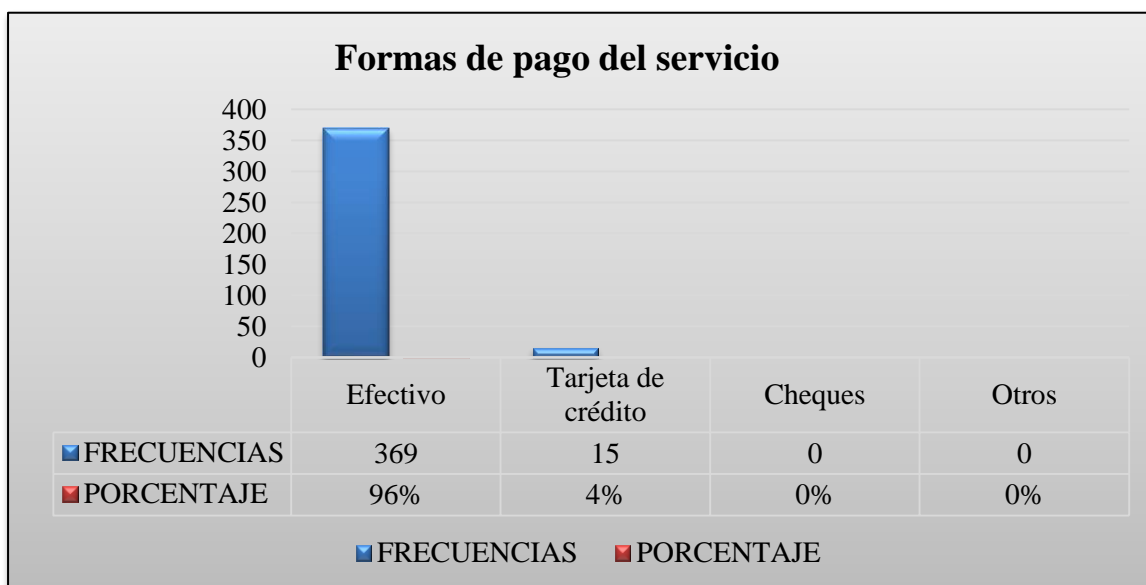
Elaborado por: la autora

Análisis:

En referencia a la pregunta cuánto dinero destina una persona por un servicio de calidad, la mayoría de encuestados manifiestan que gastarían de 3,50 a 5.00\$ siendo la base de referencia para establecer el precio por el servicio prestado que deben pagar los clientes, otra parte de encuestados destinaría para esta diversión de 5,00 a 7,00\$, siendo dos rangos de precio ya que los encuestados no pagarían más por este servicio. Por los demás servicios que se pretende implantar si se establecerá una tarifa para cada producto.

13. - ¿Qué forma de pago suele utilizar usted?

Gráfico 21 Formas de pago del servicio



Fuente: encuestas

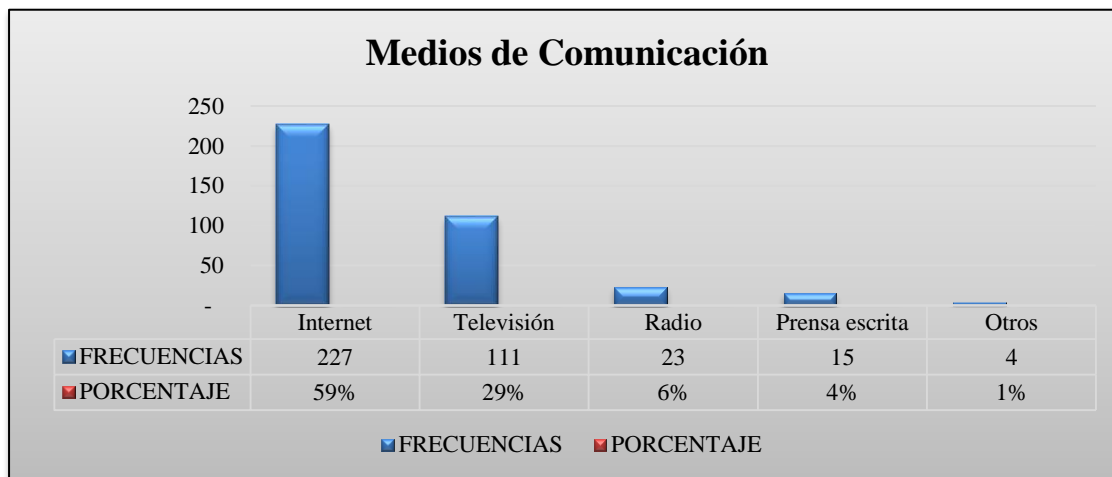
Elaborado por: la autora

Análisis:

Casi todos los encuestados prefieren pagar en efectivo, por ser un precio que no se justifica adquirir con tarjeta a no ser que sea de grupos grandes como asociaciones o sindicatos, la mejor forma de pago que los encuestados prefieren es el efectivo ya que es la forma más fácil de intercambio entre el cliente y el comerciante a la hora de prestar el servicio de teleférico ya que a la empresa le permite tener mayor solidez.

14. - ¿Qué medios de comunicación utiliza usted para informarse?

Gráfico 22 Medios de Comunicación



Fuente: encuestas

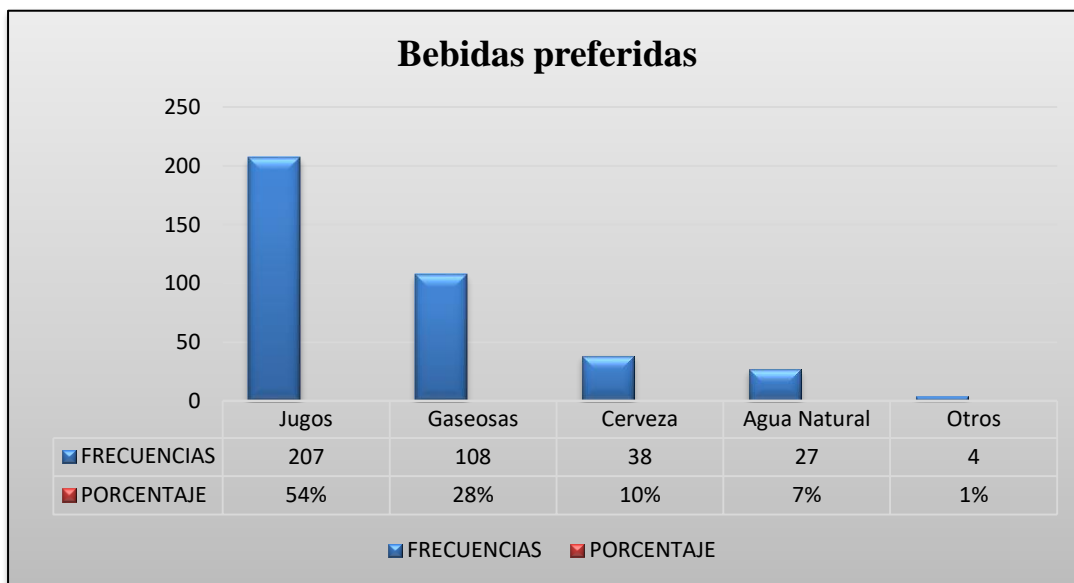
Elaborado por: la autora

Análisis:

En la actualidad el internet se ha convertido en el medio de comunicación más eficaz para promocionar todo tipo de productos y servicios, a través de las redes sociales como Facebook y Twitter o la implantación de una página web que utilizadas eficientemente se convierten en una poderosa herramienta de promoción y difusión ya que es utilizada por jóvenes y adultos, el paradero utilizará esta herramientas para llegar a informar del servicio a los potenciales clientes ya que es el medio de comunicación más utilizado para informarse según los encuestados.

15.- ¿Qué tipo de bebidas prefiere?

Gráfico 23 Tipo de bebidas



Fuente: encuestas

Elaborado por: la autora

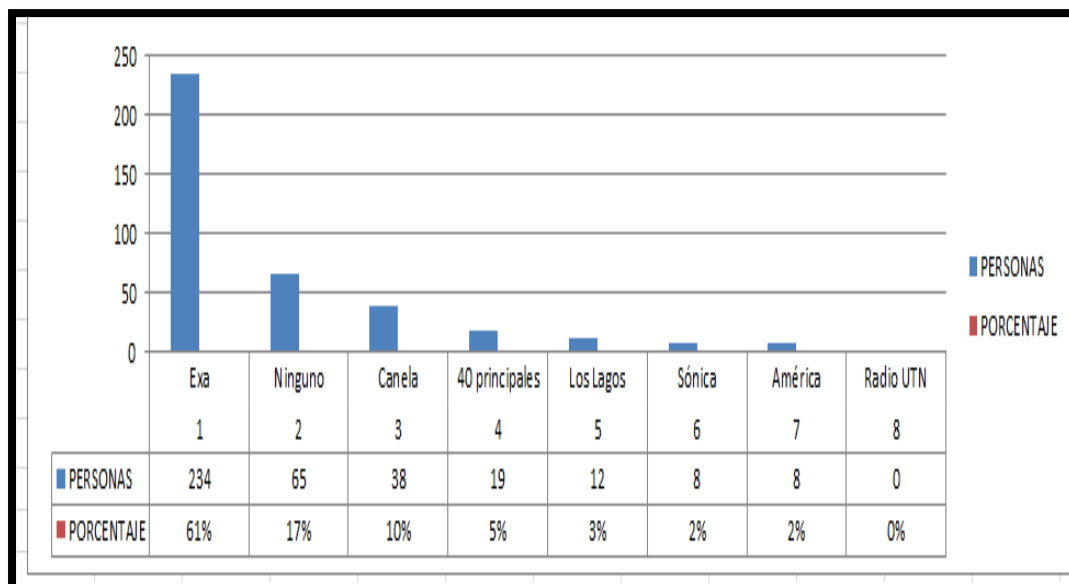
Análisis:

Las bebidas son indispensables dentro del servicio del teleférico ya que después de un viaje relajado por las alturas de la laguna de Yahuarcocha el cuerpo necesita bebidas para refrescarse, es por eso que en el servicio del teleférico se ofrecerán todo tipo de bebidas ya sean gaseosas, cerveza, agua natural, entre otros, pero en referencia al tipo de bebidas preferidas los encuestados en su mayoría prefieren jugos naturales los cuales se servirán con más frecuencia dentro del bar-restaurant del servicio del teleférico.

16.- ¿Qué radio escucha usted con frecuencia?

Gráfico 24 Radio más escuchada

Radio más escuchada



Fuente: encuestas

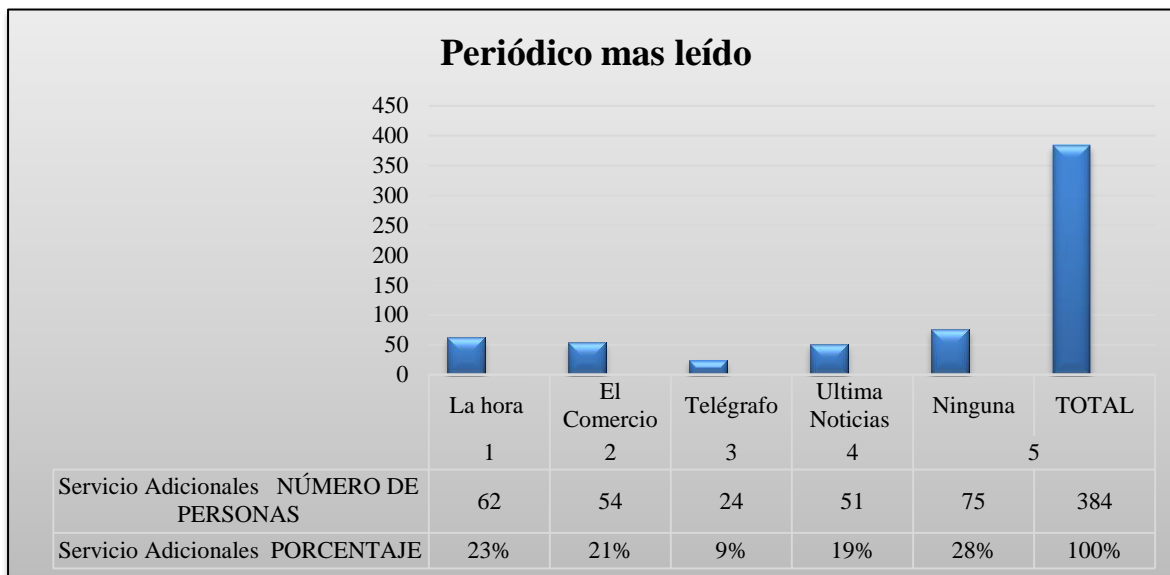
Elaborado por: la autora

Análisis:

Un medio de comunicación que se puede utilizar como herramienta para la promoción y publicidad del servicio del teleférico y por ende el paradero turístico es la radio, en la ciudad de Ibarra según el estudio de mercado realizado mediante encuestas es la emisora EXA 93.9 la radio más escuchada por ser preferida por la juventud por la música moderna, los programas de chistes. El utilizar este medio de comunicación para promocionar la empresa turística dependerá del creador del proyecto, por lo que se considera un medio de mayor alcance y de menor costo.

17.- ¿Qué periódico lee usted con frecuencia?

Gráfico 25 Periódico más leído



Fuente: encuestas

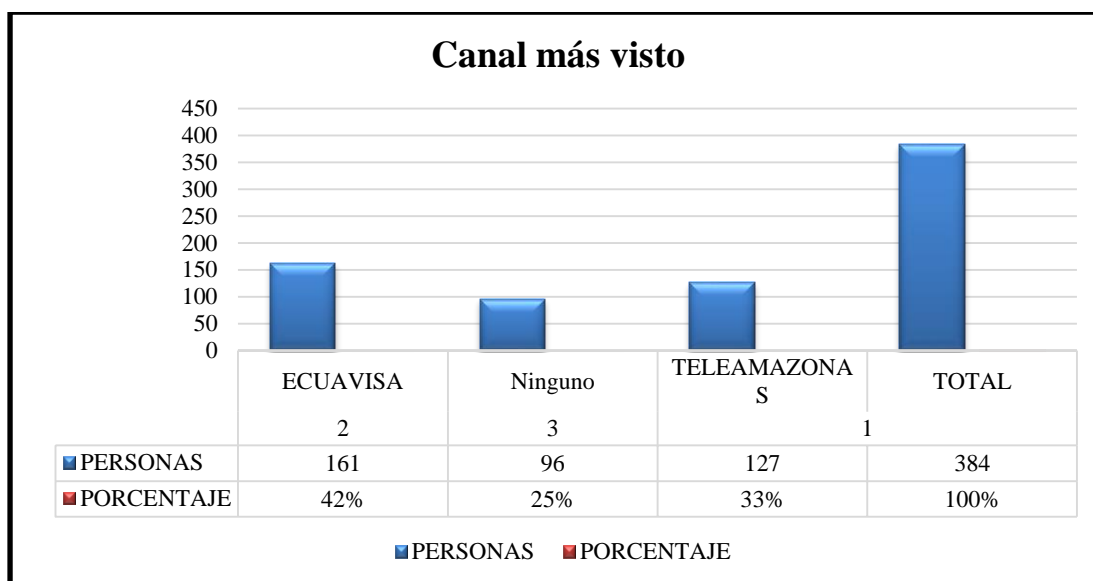
Elaborado por: la autora

Análisis:

Un medio de comunicación que se puede utilizar como herramienta para la promoción, publicidad de la empresa turística, es el periódico, en la ciudad de Ibarra según el estudio de mercado mediante encuestas el periódico de mayor circulación es el diario “La Hora ” por ser el más leído por la población es preferido gracias a las noticias nacionales y locales, los otros medios que también difunden noticias locales tienen menor aceptación, por lo tanto se crea una oportunidad para difundir y dar a conocer las bondades del servicio.

18.- ¿Qué canal de televisión ibarreños mira usted con frecuencia?

Gráfico 26 Canal más visto



Fuente: encuestas

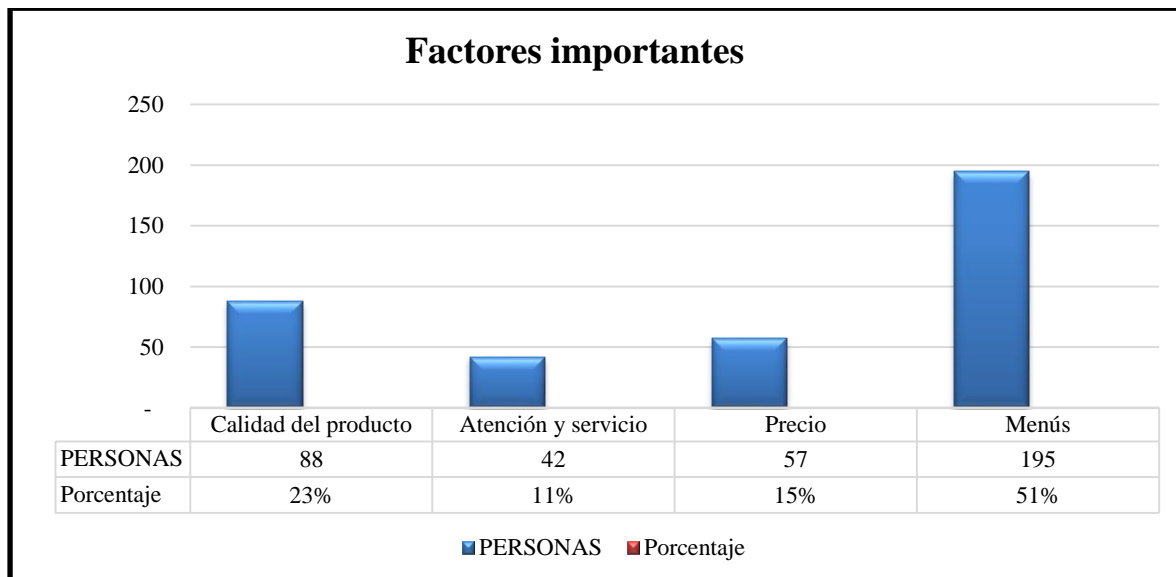
Elaborado por: la autora

Análisis:

Un medio de comunicación que se puede utilizar como herramienta para la promoción, publicidad del servicio del teleférico es el canal de televisión. El canal que tiene mayor cobertura de sintonía, Ecuavisa, seguido de Teleamazonas que se caracteriza por programas culturales y educativos. Son los dos canales de televisión existentes. Además existe una cuarta parte de la población que no mira la televisión.

19.- ¿Cuál de estos factores cree usted que es más importante al momento de ir a un restaurante que usted crea más conveniente?

Gráfico 27 Factores Importantes



Fuente: encuestas

Elaborado por: la autora

Análisis:

Más de la mitad de los encuestados prefieren ir al restaurante por la variedad de menús que pueden ofrecer, seguidamente por la calidad del producto, siendo necesario tener en cuenta la variación de los menús diarios, para los turistas, principalmente con la comidas típicas, la comida rápida y una variedad de menús que satisfagan las necesidades y gustos de los clientes.

3.5.4. Resultados y análisis de la entrevista aplicada a los gerentes del sector turístico.

Se aplicó una entrevista de carácter cualitativo con preguntas abiertas.

Una vez aplicado la entrevista aplicada a gerentes del sector turístico dueños de lugares turísticos como son: Sierra Aventura, Montecarlo, Turismo, de la ciudad de Ibarra se obtuvo la siguiente información.

Los dueños de estos lugares turísticos llevan más de 10 años en este negocio lo que nos indica que ya tienen mucha experiencia en el manejo y administración de lugares turísticos dentro del mercado de actividades turísticas.

Una entrevista especial también se hizo al propietario del Teleférico de Quito “Quito Adventure”, bautizado en 2005 como el Teleférico, es el más alto de Sudamérica. Parte desde los 2,950 msnm hasta llegar a los 4,050 msnm: la cúspide de Cruz Loma, aledaña al volcán Pichincha.

Existe un motivo principal por el cual el servicio del teleférico ha seguido funcionando hasta hoy en día, según el propietarios es que esta actividad es rentable ya que muchos turistas acuden a estos lugares que son innovadores para distraerse y relajarse los fines de semana, cuando hay feriados y entre semana lo cual indica que existe un flujo de turistas diarios.

Todas las instalaciones del servicio del teleférico observadas cuentan con oficinas de administración, Bar-Restaurante, Cafetería, lo cual es esencial en un lugar como es el teleférico, pero el valor agregado de estos dependerá del gerente; existen servicios adicionales que se han aplicado en este servicio observados como son: Un área de juegos que se planea hacer como en el teleférico de Quito, parqueadero privado, paseos a caballo, el teleférico,

bar- restaurante, cafetería, zonas Wifi, jardines recreativos, parapente.

Para darse a conocer a la población y turistas en general todos los servicios turísticos utilizan el internet cada uno con su propia página web y se encuentran registrados en la red social de Facebook.

El mayor movimiento de turistas que prefieren ir a lugares turísticos sin duda alguna se debe a las temporadas y días feriados, según los propietarios de los servicios turísticos estas fechas son de mayor flujo de personas.

A la hora de escoger un servicio de relajación y de distracción que ofrecen los lugares turísticos las personas buscan precios cómodos al alcance de sus bolsillos, un servicio de calidad y rodeado de un ambiente especial de tranquilidad, seguridad, limpieza, amabilidad y hospitalidad.

La atención de los servicios turísticos según nos indicó los propietarios son todos los fines de semana y los días miércoles jueves y viernes ya que los días lunes y martes los dedican a la limpieza de las instalaciones del teleférico.

3.6. Oferta

3.6.1. Análisis de la oferta

El estudio de la oferta se realiza con servicios sustitutos de diversión que se ofertan en la Laguna de Yahuarcocha como son: Paseos en lancha, botes o canoas, el gusanito (vehículo de varios vagones), y paseo a caballo en concordancia al estudio de mercado mediante encuestas. Para a este resultado fue necesario tomar en cuenta la frecuencia de visitas de la población a la Laguna de Yahuarcocha multiplicado por el número de personas que asisten y ese resultado multiplicado por el porcentaje de ocupación del servicio dando como resultado

1'363.447 utilizaciones de los servicios.

Tabla 19 Muestra

Muestra	No asisten 24%	Asisten 76%	En feriados 56%	Una vez al mes 22%	Fin de semana 15%	Dos veces por semana 3%	Tres veces por semana 3%	100% que asisten
			10 veces al año	12 veces al año	48 veces al año	96 veces al año	144 veces al año	
384	92	292	164	64	44	9	9	
		Multiplicado	10	12	48	96	144	
		Igual	1635	771	2102	841	1261	6611

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: la Autora

Para analizar la muestra se toma en cuenta el resultado de las encuestas multiplicando el número de personas que asisten en cada alternativa por las veces que asisten al año, con la finalidad de determinar el número de asistencia del año de la muestra.

Tabla 20 Desegregación de la muestra con toda la población

Población	No asisten 24%	Asisten 76%	En feriados 56%	Una vez al mes 22%	Fin de semana 15%	Dos veces por semana 3%	Tres veces por semana 3%	100% que asisten
			10 veces al año	12 veces al año	48 veces al año	96 veces al año	144 veces al año	
49803	11953	37850	21.196	8.327	5.678	1.136	1.136	
		Multiplicado	10	12	48	96	144	
		Igual	211.962	99.925	272.522	109.009	163.513	856.930

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: la Autora

Para desagregar la muestra es decir obtener el resultado de la población total de la oferta; se realiza exactamente la misma operación de la multiplicación del total de días de asistencia al año por el número de personas por cada alternativa obteniéndose como resultado 856.930 asistencias,

Tabla 21 Oferta de servicios sustitutivos

Medio Disponible	Porcentaje	Población
Lancha	12,10%	103.689
Bote o canoa	10,15%	86.978
Gusanito	10,11%	86.636
Paseo caballo	3,11%	26.651
OFERTA SERVICIOS SUSTITUTIVOS		303.953

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: la Autora

3.6.2. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se utiliza la fórmula de crecimiento exponencial utilizando la variable de crecimiento económico del último año que es de 3,80 % consulta que se realizó en la Página web del INEC. Este criterio es válido porque entre más se mejora el poder adquisitivo de la población tiene mayores posibilidades de utilizar el servicio.

Para la proyección de la oferta se empleó la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_o (1 + i)^n$$

En donde:

Q_n = consumo Futuro

Q_o = población

i = tasa de crecimiento anual promedio

n = años a proyectar

Tabla 22 Cálculo de la Oferta real

Años	Detalle del cálculo	Oferta
Año 2018		Qn=303.952
Año 2019	Qn=303.952(1 + 0,038)	Qn=315.503
Año 2020	Qn=315.503(1 + 0,038)	Qn=327.493
Año 2021	Qn=327.493 (1 + 0,038)	Qn= 339.937
Año 2022	Qn= 339.937(1 + 0,038)	Qn= 352.855

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: la Autora

Tabla 23 Proyección de la oferta

SERVICIO	2018	2019	2020	2021	2022
SUSTITUTIVO					
Lancha	103.689	107.629	111.719	115.964	120.371
Bote o canoa	86.978	90.284	93.714	97.276	100.972
Gusanito	86.636	89.928	93.345	96.892	100.574
Paseo caballo	26.651	27.663	28.714	29.806	30.938
OFERTA					
SERVICIOS	303.953	315.503	327.493	339.937	352.855
SUSTITUTIVOS					

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: la Autora

Para el cálculo de la proyección de la oferta se realiza con la fórmula de crecimiento exponencial tomando en cuenta el 3,80% que es el crecimiento económico del último año. Este criterio se considera válido porque si se mejora la economía promedio nacional, también mejora el poder adquisitivo de la población. Se realiza con los servicios sustitutivos que se les considera en competencia con el teleférico.

3.7. Demanda

3.7.1. Análisis de la demanda

La demanda está en concordancia a las encuestas realizadas de total de personas que asisten a la Laguna de Yahuarcocha multiplicado por el porcentaje de aceptación del servicio, utilizándose los mismos parámetros de cálculo que se utilizó para la oferta.

Tabla 24 Frecuencia multiplicada por número de personas que asisten a Yahuarcocha.

POB LAC IÓN	NO ASIST EN 24 %	ASIS TEN 76%	EN FERIA DOS 56%	UNA VEZ AL MES 22%	FIN SEMA NA 15 %	DOS VESES SEMANA 3%	TRES VECES 3%	100 % QUE ASISTEN
			10 VECES AL AÑO	12 VECES AL AÑO	48 VECES AL AÑO	96 VECES AL AÑO	144 VECES AL AÑO	TOTAL DIAS* PERSONA S
4980 3	11953	37.85 0	21.196	8.327	5.678	1.136	1.136	
		Multi plica do	10	12	48	96	144	
		Igual	211.962	99.925	272.522	109.009	163.513	856.930

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: la autora

Para el cálculo de la demanda se toma en cuenta el mismo criterio de cálculo que la oferta el número de personas que asisten de acuerdo al porcentaje multiplicado por el número de veces que asisten al año tomando en cuenta que existe una aceptación del servicio del 76 % y un 24% que no asisten, lo que genera gran expectativa del servicio de teleférico en estudio.

Tabla 25 Frecuencia de visita a Yahuarcocha

TOTAL DE DÍAS POR PERSONAS MULTIPLICADO POR DIAS QUE ASISTEN A YAHUARCOCHA AL AÑO	
TOTAL	856.930
74 % TELEFÉRICO	634.124

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: la autora

3.7.2. Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda real se utiliza la misma fórmula y criterio de la oferta, para el crecimiento se toma en cuenta el 6,78 % que es el crecimiento poblacional en concordancia a los resultados del último Censo Poblacional realizado en el 2010 por el INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Para la proyección de la demanda se empleó la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

En donde:

Q_n = consumo Futuro

Q_0 = población

i = tasa de crecimiento anual promedio

n = años a proyectar

Tabla 26 Cálculo de la demanda real

AÑOS	DETALLE	CÁLCULO
Año 2018		$Q_n=634.128$
Año 2019	$Q_n=634.128(1 + 0,0678)$	$Q_n=646.938$
Año 2020	$Q_n=646.938(1 + 0,0678)$	$Q_n=660.006$
Año 2021	$Q_n=660.006 (1 + 0,0678)$	$Q_n=673.338$
Año 2022	$Q_n= 673.338(1 + 0,0678)$	$Q_n= 686.940$

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: la autora

Tabla 27 Proyección de la Demanda

SERVICIO	2018	2019	2020	2021	2022
TELEFERICO					
TELEFÉRICO	634.128	646.938	660.006	673.338	686.940
TOTAL	634.128	646.938	660.006	673.338	686.940

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: la autora

Para el cálculo de la proyección de la demanda se toma en cuenta el mismo criterio que el de la oferta. Se realizan con la fórmula de crecimiento exponencial tomando en cuenta el 6,78% que es el crecimiento turismo del último año. Este criterio se considera válido porque si

se mejora la economía promedio nacional, también mejora el poder adquisitivo de la población.

3.8. Determinación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es el producto de la demanda real del servicio menos la oferta real. Para la proyección se utiliza los mismos parámetros.

Tabla 28 Proyección de la demanda insatisfecha

SERVICIO TELEFERICO	2018	2019	2020	2021	2022
DEMANDA	634.128	677.122	723.031	772.053	824.398
(-) OFERTA	303.953	315.503	327.493	339.937	352.855
(=) DEMANDA INSATISFECHA	330.175	361.619	395.539	432.116	471.543

Elaborado por: la autora

La demanda insatisfecha es el resultado de la oferta real menos la demanda real proyectada por años, siendo indispensable para la determinación de la capacidad de la planta porque se obtendrá el resultado del porcentaje que se hará cargo la empresa.

3.9. Determinación del precio del producto

3.9.1. Análisis de Precios

En general, Ecuador es uno de los países más baratos de Latinoamérica. Por lo tanto se podrá encontrar alimentación, alojamiento, y transporte de buena calidad a precios relativamente bajos comparados con otros países de la región dependiendo siempre del grado de calidad y comodidad que el turista prefiera.

3.10. Precios del servicio de alimentación

El promedio con relación a la alimentación en un buen restaurante oscila entre los USD 4 y los USD 9. El menú o un plato a la carta. Se puede encontrar comida de buena calidad por precios más bajos pero se sacrifica comodidad y calidad. Desayunos, almuerzos y meriendas estarán a 4 dólares.

3.10.1. Precios del servicio del teleférico y sus complementos

Competencia directa en el lugar de ubicación del servicio del teleférico no existe en cuanto a este servicio. Pero existe competencia en la ciudad y cantón Ibarra, siendo los precios de 5 USD. Para la población de mayores de 5 años y menores de 65 años. Los que no están en este rango será de dos personas por un boleto. Este tipo de servicio estará orientado al mercado local, en razón de que por estar ubicados a penas 60 km de la ciudad de Ibarra el cliente en su mayoría va y viene en el mismo día.

3.11. Resumen estudio de mercado

- Existe gran optimismo por las personas encuestadas, por los servicios propuestos por el proyecto, debido a que los complejos turísticos son los lugares de mayor demanda en la ciudad de Ibarra.
- La demanda a captar del proyecto está en función, al diseño de las instalaciones, es decir la capacidad instalada en el área de las instalaciones.
- Las políticas de fijación de precios en el paradero turístico se determinarán de acuerdo a la calidad de servicios que se prestará, la capacidad de gasto de futuros clientes y también en equilibrio con los precios ofertados por los competidores.

- Las oportunidades de invertir en el mercado turístico mediante la creación de un paradero turístico como la de este proyecto son factibles ya que existe una demanda insatisfecha muy amplia.

3.12. Estrategias de mercado

Tabla 29 Matriz Resumen de Estrategias de Marketing

OBJETIVOS		ESTRATEGIA GLOBAL
MARKETING	Incrementar ventas e ingresos; Ganar posicionamiento en el mercado	Liderazgo en calidad y diferenciación de los servicios
PLAN OPERATIVO DE MARKETING		
PRODUCTO		
* Entregar un buen producto y un buen servicio, en forma eficiente e inmediata de acuerdo a los requerimientos de los clientes; Dar a notar la importancia que significa el cliente, para la empresa. Se entregará una disposición de productos de calidad y diversificados acordes a las necesidades de los clientes en los momentos requeridos.		
PRECIO		
Competencia.-	Se analizará los precios de la competencia, para así poder establecer un precio justo de mercado, sin alejarse de lo normal y sin llegar a lo exagerado	
Oferta y Demanda.-	Se enfatizará los precios de la competencia, para así poder establecer un precio justo de mercado, sin alejarse de lo normal y sin llegar a lo exagerado.	
Volumen de compra.-	Los precios se establecerán en función de los volúmenes de compra de parte de los clientes a mayor volumen menor precio	
PROMOCIÓN		
Las promociones que se ofrecerán, estarán basadas en la calidad de los servicios que pidan los clientes, dependiendo de la temporada. Realizar una campaña través de los medios de comunicación, como: periódico, radio y televisión. En el mediano plazo diseñar una página Web propia de la empresa.		
PROMOCIÓN DE VENTA		
Concursos	Descuentos	Regalos, combos, etc.
Incentivos	Los incentivos pueden ser a clientes, proveedores	

Fuente: Investigación directa

Elaboración por: La autora

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto, de forma óptima y racional se toma en cuenta algunos factores que determinan el mismo, como: volumen de demanda, volumen de oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación, inversión y posibles contingencias.

El crecimiento de la oferta potencial está calculado con el crecimiento económico del país que es del 3,80%

Tabla 30 Oferta Potencial

SERVICIO TELEFERICO	2018	2019	2020	2021	2022
(=) DEMANDA INSATISFECHA	330.175	361.619	395.539	432.116	471.543
OFERTA POTENCIAL	121.751	126.378	131.180	136.165	141.339
PORCENTAJE COBERTURA	36,9%	34,9%	33,2%	31,5%	30,0%

Elaborado por: la autora

Según la capacidad instalada de la planta se prevé que en el año 2022 la capacidad máxima del proyecto será de 387 personas diarias que es la capacidad operativa siendo promedio de 39 personas por hora considerando un horario de 10 horas durante los 360 días del año incluido los feriados y que son 8 foliculares que tendrían la capacidad de llevar hasta 6 personas por cada uno. A este resultado se prevé que el 43 % de personas en el teleférico, utilizarán el Servicio de restaurante.

Tabla 31 Capacidad operativa del proyecto

Horas	Viajes de 60 minutos	Funiculares	Personas	Total	
10	10	8	6	480	Capacidad máxima diaria días
				X 360	
				172.800	Capacidad máxima propuesta 387
				141.339	Capacidad operativa
				82%	

Elaborado por: la autora

Del cálculo realizado de la capacidad máxima de la planta del proyecto se divide para los días que represente el flujo de ventas de servicios por teleférico y restaurante.

Tabla 32 Servicio Teleférico

SERVICIO TELEFÉRICO		
AÑO	PRODUCTOS	PORCENTAJE
2.018	121.751	86,14%
2.019	126.378	89,41%
2.020	131.180	92,81%
2.021	136.165	96,34%
2.022	141.339	100,00%

Elaborado por: la autora

Estos resultados son producto del cálculo de la capacidad de la planta para transporte en el teleférico y restaurante entendiéndose que ningún proyecto ingresa con el 100% de las ventas existiendo con el 86.14% de la capacidad máxima terminando en el quinto año con el 100 %.

Tabla 33 Servicio de restaurante

SERVICIO RESTAURANTE		
AÑO	PRODUCTOS	PORCENTAJE
2.018	52.353	86,14%
2.019	54.342	89,41%
2.020	56.407	92,81%
2.021	58.551	96,34%
2.022	60.776	100,00%

Elaborado por: la autora

Estos resultados son producto del cálculo de la capacidad del servicio restaurante entendiéndose que ningún proyecto ingresa con el 100% de las ventas existiendo con el 86.14% de la capacidad máxima terminando en el quinto año con el 100 %.

4.1.1. Factores que afecta el Tamaño

El análisis de estos factores, permiten determinar un panorama claro, con respecto a si es viable o cual es el nivel riesgo que tiene la implementación del proyecto. Las perspectivas en este sentido dan la pauta de establecer si es atractivo o no al inversionista, además de tomar en cuenta variables como; demanda, oferta, desarrollo futuro de la empresa, disponibilidad de recursos humanos, financieros, tecnología, entre otras. Es así que, para establecer su tamaño, se consideró los siguientes factores:

- Tamaño del mercado
- Acceso a suministros insumos
- Aspectos tecnológicos
- Disponibilidad de recursos financieros
- De acuerdo a su organización

4.2. El tamaño del mercado

La demanda es uno de los factores más importantes para considerar el tamaño del proyecto. El proyecto debe aceptarse si tiene demanda insatisfecha claramente en crecimiento. Para el caso del proyecto en estudio la demanda del servicio para el año 2022 es de 924.744u, se espera una captación, para la empresa turística del 10% de ésta. Esta relación cuantitativa permitirá implementar el proyecto, considerando la capacidad que alcanzaría a cubrir el proyecto.

4.3. Acceso a suministros e insumos

Este factor es vital en la determinación del tamaño del proyecto, sin embargo no es una limitante, para el caso de nuestro proyecto por tratarse de una prestación de servicios turísticos y no de transformación, la ubicación de éste, se encuentra cerca de la ciudad de Ibarra, de donde se podrá proveer de los materiales e insumos que se requieran, especialmente de productos alimenticios y de mantenimiento, existiendo suficiente cantidad donde se puedan adquirir estos productos, incluyendo en el mercado local.

4.4. Aspectos Tecnológicos

Este factor exige una escala mínima para ser aplicado, ya por debajo de ciertos niveles estos encarecerían el costo del producto o servicio que ofertará la empresa. Para este caso el equipo y maquinaria no es transformación de productos, en vista de ello el proyecto utilizará tecnología informática, que maneje la administración y las comunicaciones. Además de los equipos para el funcionamiento del teleférico y, estos serán lo menos contaminantes al medio ambiente.

4.5. Disponibilidad de recursos financieros

Para iniciar cualquier actividad económica, se precisa tener disponible capital para implementar el negocio, además solventar egresos inevitables antes de recibir ingresos por concepto de las ventas que el proyecto genere a futuro, puesto que tener ingresos por concepto inmediatamente abierto el negocio, no es probable. Por lo que la inversión para este proyecto será financiado el 40% con fondos propios y el 60% restante con un crédito bancario, los cuales estarán destinados a la inversión en bienes de capital, gastos pre operativos y capital de trabajo.

4.6. De acuerdo a su organización

Para la creación de esta empresa no es necesaria la contratación de mucho personal, ya que se trata de la prestación de un servicio de turismo recreativo. El recurso humano no calificado se contratará en la zona. Más adelante se especificará los requerimientos del personal necesario para el buen funcionamiento de la empresa. También se detallará el número, los cargos, funciones, requerimientos mínimos, estructura y organización.

4.7. Localización

Para la determinación de la localización, parte del estudio de mercado, que es el que establece un área general en el cual puede ser comercializado el bien o servicio, el estudio de localización, con plena interdependencia del tamaño, permitirá en forma definitiva la ubicación final del proyecto. Para ello se plantea dos niveles de avance en el proceso de decidir el lugar apropiado para la instalación de la nueva empresa.

El primer nivel se refiere a la macro-localización y el segundo nivel sería el micro-localización.

4.7.1. Macro localización

Ecuador se localiza en la costa noroccidental de América del Sur; limita por el sur y por el este con Perú, y con Colombia por el norte. Las famosas Islas Galápagos pertenecen a Ecuador, y están ubicadas a aproximadamente 1 000 kilómetros de la Costa. Ecuador cubre un área de 256 370 Km² de tierra y es el tercer país más pequeño de Sudamérica después de Uruguay y las Guayanas, tiene 15 millones de habitantes y se divide en 4 regiones: Galápagos, Costa, Andes y Amazonia. **Galápagos** es un grupo de 14 islas de origen volcánico que alberga iguanas, leones marinos y tortugas galápagos, y fue nombrado Patrimonio Natural de la

Humanidad. Aquí se recomienda conocer **Santa Cruz**. La costa de Ecuador es de clima caluroso y húmedo, y tiene manglares, bosques tropicales, playas y ciudades históricas, donde se aconseja visitar **Manta, Santo Domingo y Guayaquil**. La región de los Andes es tierra de valles, sierras nevadas, volcanes y centros históricos. Aquí se puede visitar **Quito, Cuenca y Loja**. La Amazonia de Ecuador tiene bosques tropicales, pueblos originarios, hermosas cascadas y selvas que invitan a pisar **Macas, Puyo y Tena**". (Viajeros.com, 2014)

Gráfico 28 Mapa de Ecuador



Fuente: (Mapas del mundo, 2014)

Provincia de Imbabura

Imbabura es un destino turístico permanente. Esta provincia conserva una diversidad importante de paisajes y de culturas. Paisajes andinos dominados por el Taita Imbabura y la Mama Cotacachi y una veintena de lagos en cuyos entornos se asientan ciudades y comunidades indígenas, que aún conservan sus ritos y tradiciones.

Históricamente sus habitantes fueron los Imbayas, Cayambis, luego dominados por los Caras, la convergencia de estas, permitiría el nacimiento de los Caranqui quienes resistirían a la invasión Inca, años más adelante.

La provincia fue creada el 25 de junio de 1824, incluía los territorios actuales de la provincia del Carchi. En 1880 se concretaron los territorios actuales.

Está ubicada al norte del territorio ecuatoriano, en la hoya occidental del Chota. En ella existen valles muy fértiles, como los de Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Chota; sus principales elevaciones son el Imbabura (4560 m) el Cotacachi (4.944m), y el Yanaurco de Piñan (4.535 m). (ecuale, 2016).

Cantón Ibarra

La macro localización es la visualización panorámica o general de la zona donde se instalará el proyecto. Entonces, desde el punto de vista la macro localización, la ubicación del proyecto será en la Parroquia La Dolorosa del Priorato, perteneciente al Cantón Ibarra, provincia de Imbabura. Sus límites son: al norte con la provincia del Carchi, al noreste se encuentra la provincia de Esmeraldas, al oeste esta: Otavalo, Urcuqui, Antonio Ante, al este con el cantón Pimampiro y al sur se encuentra la provincia de Pichincha. A más de la provincia por la vía la Panamericana, el cantón Ibarra cuenta con otras vías de alta importancia turística,

como la carretera Ibarra – San Lorenzo, siendo ésta, totalmente asfaltada y se transforma en un paso obligado, para quienes tienen su destino a la provincia de Esmeraldas.

El cantón tiene una superficie de 1.162,22 Km². La extensión territorial de la zona urbana del cantón cubre un área de 41.68 Km², con una densidad de 131,87 habitaciones por Km², constituido por 5 parroquias urbanas: Caranqui, El Sagrario, San Francisco, La Dolorosa del Priorato y Alpachaca y 7 parroquias rurales: La Carolina, Lita, La Esperanza, Salinas, San Antonio, Ambuquí y Angochagua.

Otro factor de resaltar es que el cantón cuenta con una variedad de microclimas que van desde el frío hasta el cálido húmedo.

4.7.2. Micro localización

Para realizar el estudio de micro localización se necesita realizar un análisis exhaustivo de la región de la macro zona de la región en donde se determina la ubicación exacta del proyecto. Para este análisis se tomó en cuenta algunos factores que afectan para la ubicación del proyecto. A continuación se enumera los que se considera de más importancia para realizar este estudio.

- Disponibilidad y costo de topografía de suelos y terrenos.
- Situaciones Meteorológicas
- Confiabilidad y Disponibilidad de los sistemas de apoyo
- Vías y Medios de Transporte
- Competencia

4.7.3. Condiciones Meteorológicas

En el sector se cuenta con un clima cálido húmedo, con una temperatura promedio de 22°C tiene cinco meses de época con lluvias ocasionales y siete meses de época lluviosa. Además se debe decir que en el sector se tiene condiciones meteorológicas agradables como para desarrollar cualquier tipo de actividad turística, contando además con un bello entorno, por su paisaje, fauna y el de contar con una cuenca hidrográfica importante, la del río Mira, siendo atractivo para desarrollar el turismo recreativo y de aventura.

4.7.4. Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo

Constituye los servicios básicos como: agua y electricidad, combustible, protección contra incendios, comunicación, incluye carreteras entre otros. Para la implantación del teleférico turístico son indispensables estos servicios, por ser aspectos importantes de considerar, tomando en cuenta que estos, son fundamentales para la implementación de la empresa, los mismos que contribuyen, como fuente de apoyo a la operatividad y funcionamiento del proyecto.

1. Vías y Medios de Transporte

Este aspecto, en el caso del proyecto tiene mucha significación, tomando en cuenta que el acceso al teleférico turístico debe reunir condiciones óptimas, sin mayores dificultades para que, los potenciales clientes puedan tener todas las facilidades para trasladarse desde su lugar de origen hasta el sitio de destino.

Mayores dificultades para que, los potenciales clientes puedan tener todas las facilidades para trasladarse desde su lugar de origen hasta el sitio de destino.

Para el caso, se cuenta con carreteras de primer orden totalmente pavimentado, siendo

esta, paso obligado de conexión con el océano Pacífico. En cuanto a medios de transporte se cuenta con líneas de frecuencia de buses interprovinciales, haciendo fácil el traslado de

4.8. Ingeniería del proyecto

4.8.1. Estudio de Requerimientos

Se refiere a los requerimientos Estipulados en el objetivo de la ingeniería del proyecto como: terreno, infraestructura civil (edificio e instalaciones), recursos materiales, necesidades de financiamiento y recursos humanos que el proyecto requiere para su ejecución.

1 Infraestructura Civil

Representan las instalaciones físicas, vienen a ser los espacios físicos necesarios en donde funciona el teleférico turístico, oficinas administrativas y demás requerimientos necesarios para el normal funcionamiento de la Empresa Turística.

Para diagramar los espacios que necesita el proyecto se utilizará el programa de diseño Microsoft Visio.

Es importante indicar los componentes que va a tener las diferentes áreas con las que estará conformada la empresa, para tener claro los espacios y la distribución de los mismos, a continuación se indica su composición y las fases para tomar en cuenta la construcción del teleférico.

2. Construcción del Teleférico:

La construcción del teleférico estará a cargo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Ciudad de Ibarra, el proyecto en estudio es una empresa que se encargará de la administración previo convenio de concesión con el Gobierno Municipal.

Es una vieja aspiración que exista un teleférico en esta zona turística para fomentar el desarrollo zonal.

Figura 1 Fase A



Fuente: (LEITNER AG, 2016)

Control geológico, topográfico y geotécnico: En los controles topográficos, se mide el terreno y después se representa gráficamente. En el curso de los estudios geológicos y geotécnicos se evalúa la composición y la estructura del terreno. Estos cálculos son muy importantes para hacer un apropiado proyecto de la instalación.

Implantación: Este proceso es de mucha importancia ya que se implementan sobre el terreno los puntos de referencia se establece en los planos. Una vez revisado, se pueden desarrollar los pasos siguientes.

Excavación: Dependiendo si las características del suelo y de su accesibilidad, se utilizarán en diferentes medios para la excavación, como una excavadora fuerte y pesada para grandes excavaciones o la excavadora tipo araña para terrenos de difícil entrada.

Trabajos de obra civil: Las estructuras básicas como los asentamientos de las pilonas y la estación, las casetas de mando o el edificio de la estación se construirán completa o parcialmente con hormigón armado.

Hasta mientras, se verificará la disponibilidad de elementos estándar de la instalación, como las estructuras de las estaciones y los balancines. Se lleva a cabo el cronograma de trabajos del proyecto mecánico y eléctrico, la adquisición y la producción de elementos específicos de la instalación (por ejemplo, el cable, las pilonas o el motor) para avalar la disponibilidad de todos los elementos de cara al montaje. (LEITNER AG, 2016)

Figura 2 Fase B



Fuente: (LEITNER AG, 2016)

Transporte y logística: Los componentes individuales se envían al lugar de construcción.

Figura 3 Fase C



Fuente: (LEITNER AG, 2016)

Montaje de las estructuras metálicas: Los componentes de acero se anclan o se montan en una estructura modular y se remontan en la fábrica antes de llegar al sitio para facilitar y acelerar el proceso. Para el montaje se usan máquinas y equipamientos apropiados

para el suelo para poder trabajar en áreas de terrenos difíciles. Si el acceso al terreno es muy complicado, se utiliza un teleférico de materiales para el montaje de partes de la instalación como las pilonas y las estaciones.

Equipos mecánicos y cubiertas: Se montan en las estaciones los frenos, el motor eléctrico y el reductor de velocidad, el cilindro hidráulico, etc. Posteriormente se monta la cubierta de la estación.

Montaje del cable: Cuando se ha finalizado el montaje de los elementos anteriores, se empieza con el tendido del cable. El montaje del mismo finaliza con el empalme del cable. El montaje del cable es la parte más interesante y típicamente también la más difícil, de la construcción de un teleférico. Empresas especializadas se encargan de realizar esta tarea.

Cableado eléctrico: Los técnicos eléctricos establecen la conexión entre los sistemas de control y el motor eléctrico y todos los otros dispositivos de seguridad de la estación y las pilonas.

Montaje de los vehículos: Los vehículos se unen a las pinzas y se cuelgan al cable o se emplazan en el almacén.

Figura 4 Fase D

Reflejos del sistema mecánico y puesta en servicio eléctrica: Cuando termina el montaje, se elaboran los ajustes mecánicos y los técnicos especialistas realizan el calibrado eléctrico.

Pruebas internas e inspección técnica: El profesional encargado del proyecto un ingeniero o un arquitecto lleva a cabo, junto a otros técnicos, las pruebas funcionales y finales de los distintos elementos y componentes de la instalación. A continuación, se realizan, en presencia de las autoridades de control, las verificaciones de que todo se ha instalado satisfaciendo los requisitos legales de cada país.

INSTALACIONES QUE CONSTRUIRA EL ILUSTRE MUNICIPIO DE IBARRA

- 8 CABINAS CON CAPACIDAD PARA 6 PERSONAS
- ESTACIÓN DE SALIDA
- ESTACIÓN DE LLEGADA

Construcciones de la empresa la empresa en estudio.

ÁREAS RECREACIONALES:

- ÁREA DE JUEGOS
- BAR-RESTAURANTE
- CAFETERIA

ÁREA ADMINISTRATIVA

- SECCIÓN GERENCIA

- SECCIÓN CONTABILIDAD
- SECCIÓN RECEPCIÓN (BOLETERIA)
- SECCIÓN ATENCIÓN AL CLIENTE

Una vez conocidos los componentes de la creación de la empresa para el funcionamiento del Teleférico, a continuación indican los valores de la inversión que se realizará en la construcción de edificaciones y demás instalaciones de obra civil, estimados de acuerdo a información proporcionada por la cámara de la construcción de la ciudad de Ibarra, sobre el precio promedio por metro cuadrado de construcción de cada elemento, los mismos que se pueden encontrar en los siguientes cuadros.

Estructura.- La estructura que tendrá la construcción civil del proyecto es mixto, combinado de madera y hormigón armado, basado en columnas localizadas de forma que permitan un soporte estructural adecuado, de Madera, hierro y hormigón para columnas, vigas superiores, cadenas inferiores y superiores de acuerdo al diseño de la estructura.

Pisos.- El piso será hormigón simple, con revestimiento con cerámica no resbalosa para su fácil limpieza y seguridad del personal.

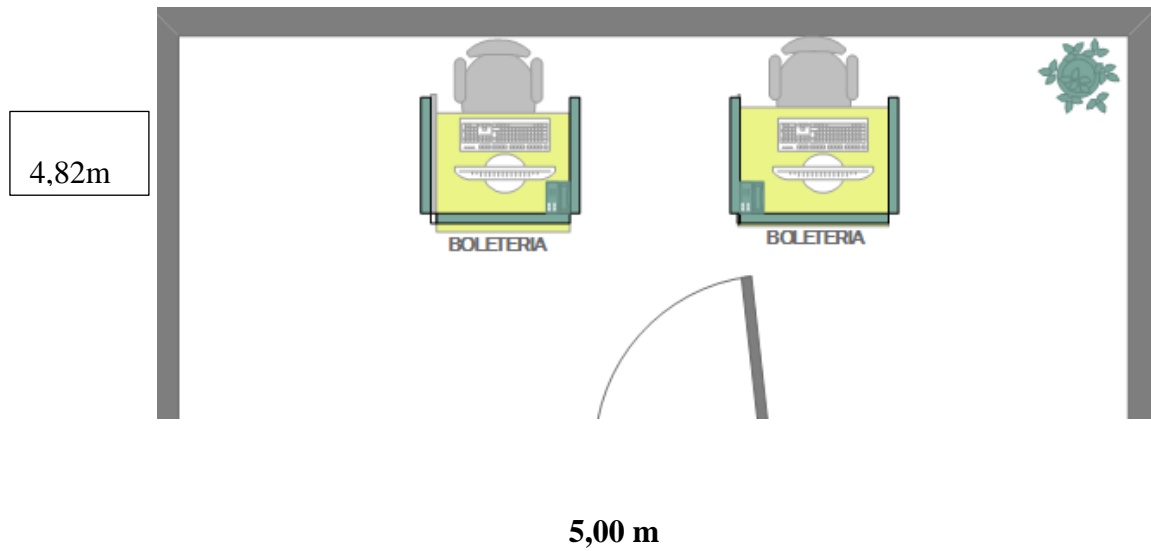
Paredes.- Las paredes serán de ladrillo visto, revestido con esmalte que de brillo.

Cubierta.- La cubierta, hormigón simple y madera tratada y teja con la finalidad de homogenizar la ventilación, mantener un adecuado equilibrio giroscópico, temperatura y humedad relativa en los ambientes físicos.

Luego de determinar los valores y rubros de la construcción de la infraestructura civil del teleférico, procedemos a los planos y las distribuciones de las instalaciones, los mismos

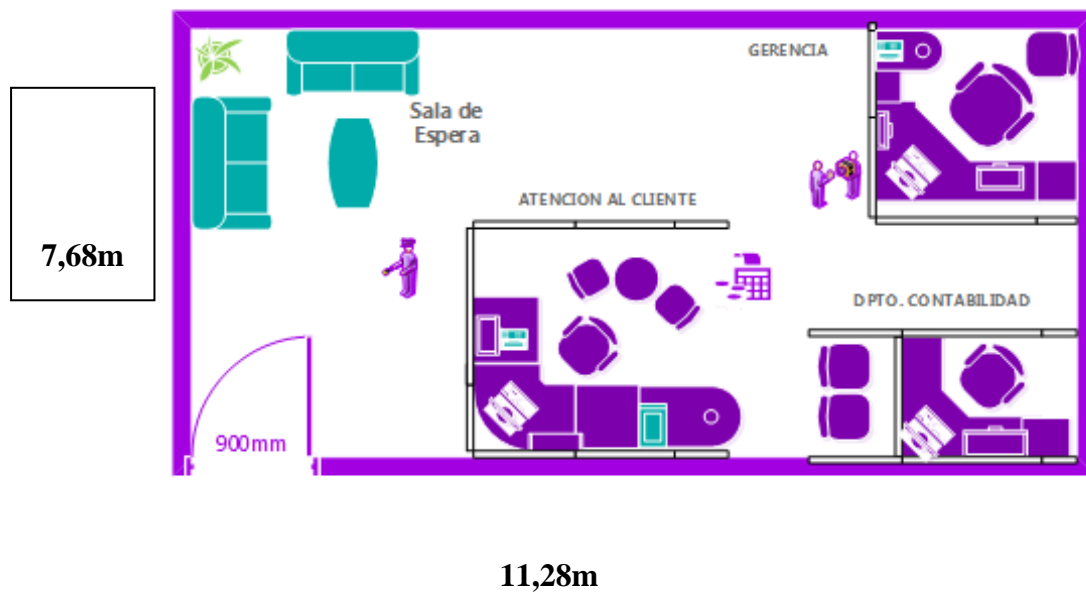
que se pueden ver a continuación.

Gráfico 29 Sección de Recepción



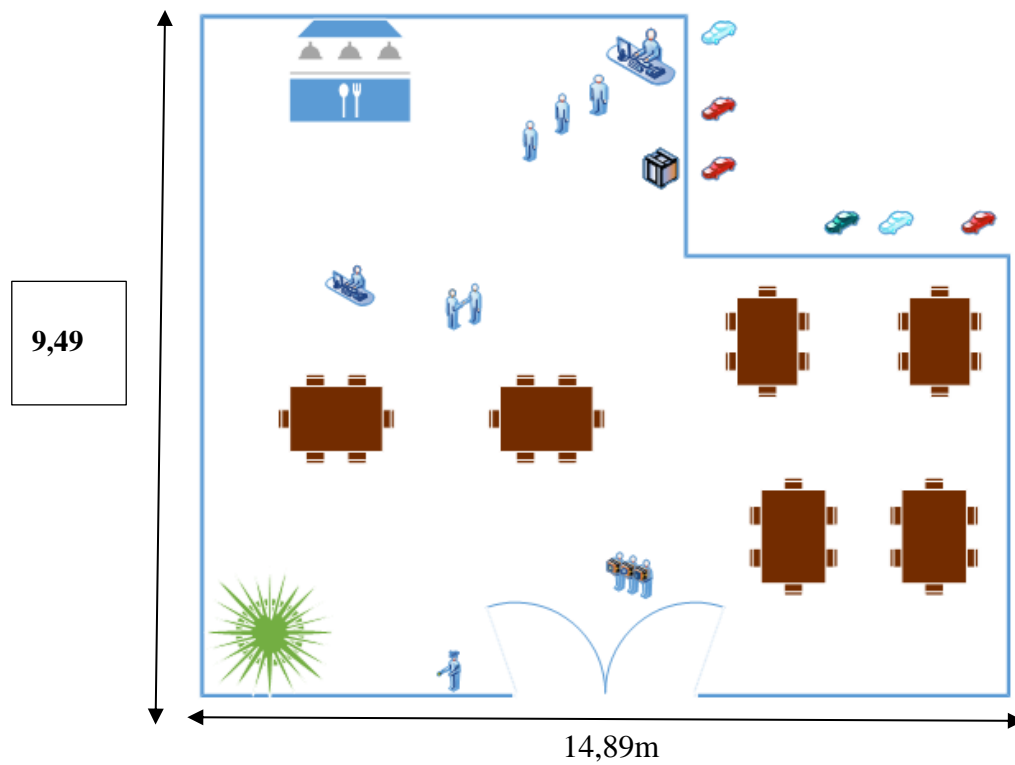
Elaborado por: La autora

Gráfico 30 Plano de las oficinas administrativas



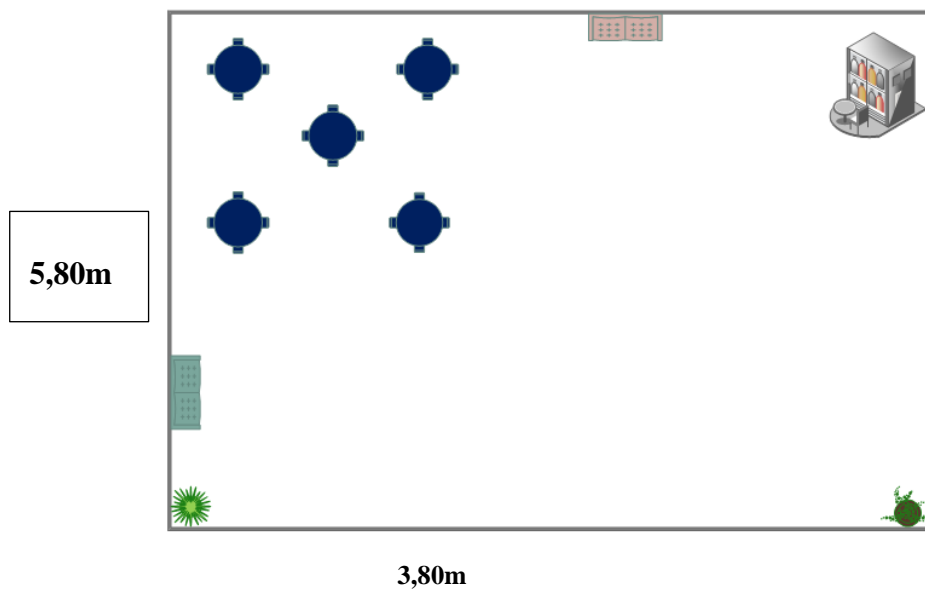
Elaborado por: La autora

Gráfico 31 Plano Restaurante



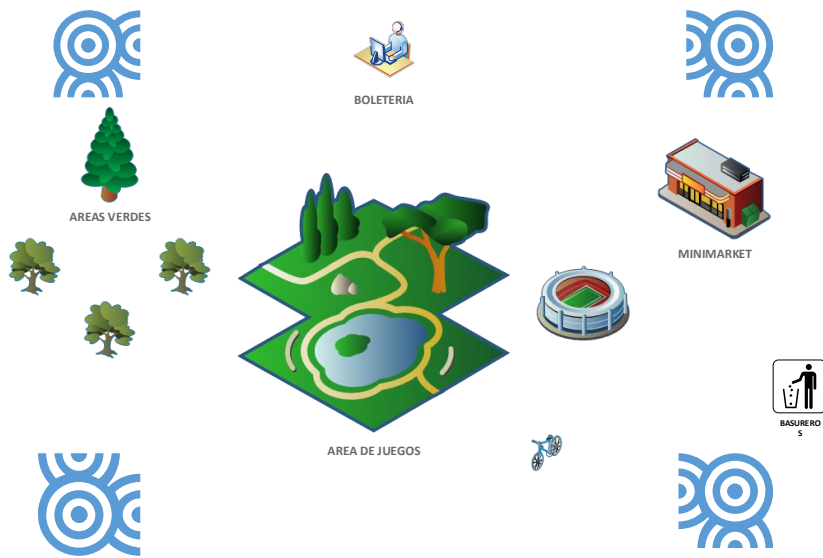
Elaborado por: la autora

Gráfico 32 Plano Bar-Cafetería



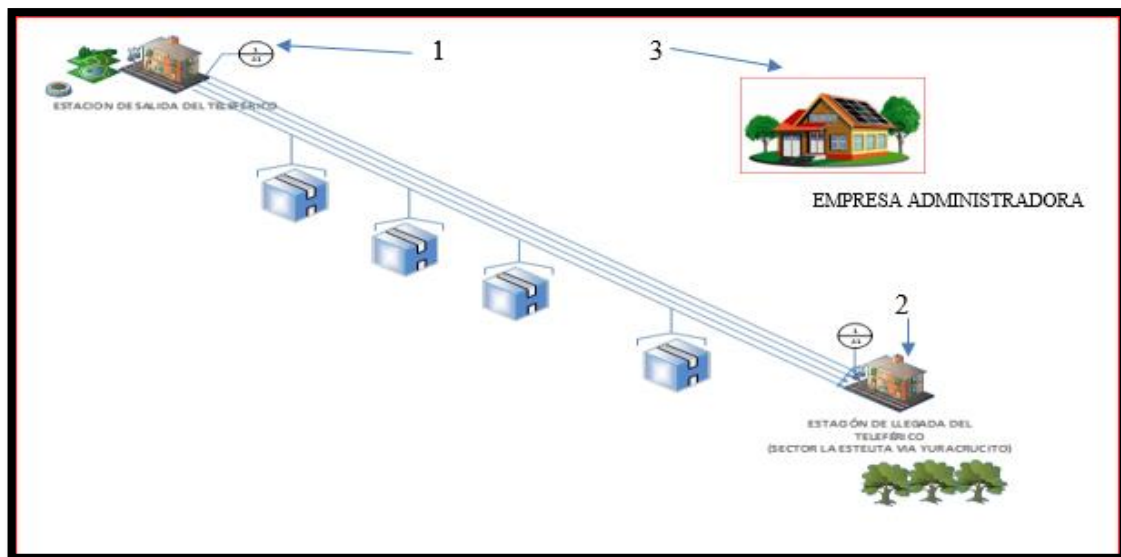
Elaborado por: la autora

Gráfico 33 Plano Áreas Recreativas



Elaborado por: la autora

Gráfico 34 Plano Teleférico



Fuente: Gobierno Descentralizado de San Miguel de Ibarra

Elaborado por: la autora

4.9. Presupuesto técnico

El presupuesto de inversiones corresponden a dos inversiones que son: La Propiedad Planta y Equipo correspondientes a los activos fijos depreciables e inversión variable que viene a ser el Capital de Trabajo de acuerdo al siguiente detalle:

4.9.1. Inversiones fijas

Corresponden a los activos fijos depreciables divididos en tres áreas administrativa, ventas y operativa.

a) Inversiones Área Administrativa

Tabla 34 Muebles de oficina

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	CTO UNITARIO	CTO TOTAL
5	ESTACIONES DE TRABAJO	194,00	970,00
5	SILLAS GIRATORIA	110,00	550,00
12	SILLAS	34,00	408,00
3	SILLONES TRES PUESTOS	259,00	777,00
3	ANAQUEL BIBLIOTECA	95,00	285,00
5	ARCHIVADORES AÉREO	112,00	560,00
TOTAL			3.550,00

Elaborado por: la autora

Tabla 35 Equipos de Oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
5	CACULADORA SUMADORA	60,00	300,00
5	TELÉFONO INALAMBRICO CON LINEA	145,00	725,00
1	EXTENSIÓN TELEFÓNICA	65,00	65,00
TOTAL			1.090,00

Elaborado por: la autora

Tabla 36 Equipos de computación y Software

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	ESPECIFICACIONES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
5	COMPUTADORA	Cpu Core I7 +4gb+1000 Gb+ Lector+ Case	549,00	2.745,00
5	FLASH MEMORY 16 GB		11,00	55,00
2	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN A COLORES	Impresora A3 Epson Wf 7620 Sistema De Tinta- Wifi- Duplex	644,00	1.288,00
TOTAL				4.088,00

Elaborado por: la autora

Tabla 37 Resumen de las Inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS		
NRO.	DESCRIPCION	VALOR TOTAL
INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA		
1	MUEBLES DE OFICINA	3.550,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	1.090,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	4.088,00
SUBTOTAL		8.728,00

Elaborado por: la autora

La Propiedad planta y Equipo requerida para el área administrativa asciende a \$ 134.256,00, consiste en infraestructura de bienes inmueble y bienes muebles.

b) Inversiones del Área de Ventas

En el área de ventas laborarán talento humano, en el área de caja, comercialización, publicidad e imagen institucional de la empresa para lo cual contará con los siguientes bienes muebles:

Las inversiones que se necesitan para el área de ventas se indican en el siguiente detalle:

Tabla 38 Muebles de Oficina

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	CTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	COUNTER METÁLICO MIXTO	280,00	1.120,00
4	SILLA GIRATORIA	110,00	440,00
6	SILLAS	32,00	192,00
4	ARCHIVADORES AÉREOS	112,00	448,00
6	ARCHIVADOR DE 5 GAVETAS	165,00	990,00
TOTAL			3.190,00

Elaborado por: la autora

Equipos de oficina

El equipo de oficina requerido para el área de caja donde laborarán dos cajeras quienes se encargan del cobro de la boletería del teleférico y servicio de restaurante es el siguiente:

Tabla 39 Equipos de Oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	SUMADORA CALCULADORA	60,00	240,00
4	CAJA REGISTRADORA	449,00	1.796,00
1	CAJA FUERTE	475,00	475,00
TOTAL			2.511,00

Elaborado por: la autora

En el área de computación se requerirá equipo de computación y software en concordancia al siguiente detalle:

Tabla 40 Equipos de computación y software

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	ESPECIFICACIONES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	COMPUTADORA	Cpu Core I7 +4gb+1000 Gb+ Lector+ Case	549,00	2.196,00
4	FLASH MEMORY 16 GB		11,00	44,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN A COLORES	Impresora A3 Epson Wf 7620 Sistema De Tinta- Wifi- Duplex	644,00	644,00
TOTAL				2.884,00

Elaborado por: la autora

Resumen de Inversión de Área de ventas

Para el normal funcionamiento del área de Ventas se requieren en muebles de oficina, equipos de oficina y equipos de computación un valor de \$ 4.618,00.

Tabla 41 Inversiones Área de Ventas

INVERSIONES ÁREA VENTAS		
1	MUEBLES DE OFICINA	3.190,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	2.511,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	2.884,00
Subtotal Ventas		8.585,00

Elaborado por: la autora

c) Inversiones del Área Operativa

Se encarga de la atención directa del servicio del teleférico y de restaurante, para lo cual se requieren los siguientes activos:

Tabla 42 Muebles para restaurante

CANTIDAD	MUEBLES	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
20	Juegos de comedor para cuatro puestos	Unidad	100,00	2.000,00
4	Alacenas	Unidad	45,00	180,00
TOTAL				2.180,00

Elaborado por: la autora

Maquinaria y Equipo

La maquinaria y Equipo que van a ser utilizados para el funcionamiento del servicio de bar y restaurante es el siguiente:

Tabla 43 Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	TIPO DE MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Maquinaria y equipó				
2	Soportes para televisores LD	Unidad	55,00	110,00
2	cafeteras	Unidad	190,00	380,00
4	Cocinas industriales	Unidad	360,00	1.440,00
2	Televisores de 24 pulgada LD High definición	Unidad	262,11	524,22
2	Tostadora	Unidad	40,00	80,00
2	Batidora	Unidad	35,00	70,00
2	Exprimidor	Unidad	25,00	50,00
1	Microondas	Unidad	60,00	60,00
1	Abrillantadora Industrial	Unidad	125,00	125,00
1	Horno	Unidad	150,00	150,00
1	Extractor de olores y grasa	Unidad	160,00	160,00
12	Cuchillos	Juego	15,00	180,00
24	Saleros, azucareras y ajiceras	Juego	15,00	360,00
10	Tanque de gas	Unidad	65,00	650,00
1	Cuarto frio	Unidad	4.451,53	4.451,53
6	Cubiertos	Juego	30,00	180,00
24	Vajilla	Juego	35,00	840,00
24	Vasos de vidrio	Juego	15,00	360,00
18	Tazas de porcelana	Juego	18,00	324,00
15	Ollas	Juego	75,00	1.125,00
15	Sartenes	Juego	15,00	225,00
30	Jugueras	Unidad	15,00	450,00
6	Licuadaora	Unidad	80,00	480,00
6	Extractor de jugo	Unidad	175,00	1.050,00
TOTAL				13.824,75

Elaborado por: la autora

Equipos de Seguridad

Para cumplir con uno de los requisitos que solicitan los bomberos para otorgar el permiso de funcionamiento por lo que se deberá adquirir equipos de seguridad-

Para cuidar la integridad del talento humano es necesario contar con equipos de seguridad de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla 44 Equipos de Seguridad

CANTIDAD	EQUIPOS DE SEGURIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
6	EXTINTOR	65,00	390,00
1	EQUIPO DE SEGURIDAD CON 10 M. DE MANGUERA	200,00	200,00
2	CÁMARAS DE VIGILANCIA INALAMBRICAS	175,00	350,00
1	ALARMA INALAMBRICA	298,14	298,14
1	GABINETE PARA EL EQUIPO DE SEGURIDAD	45,00	45,00
5	SEÑALETICAS	60,00	300,00
Total Equipos de seguridad Producción			1.583,14

Elaborado por: la autora

Inversiones Operativas

Para el normal funcionamiento del Área operativa se requieren de muebles operativos, maquinaria y equipo, vehículo y equipos de seguridad que asciende al valor de \$ 17.589,89.

Tabla 45 Inversiones Operativas

	INVERSIONES OPERATIVAS	V. TOTAL
1	MUEBLES OPERATIVOS	2.180,00
2	MAQUINARIA Y EQUIPO	13.824,75
3	EQUIPOS DE SEGURIDAD	1.583,14
SUBTOTAL		17.587,89

Elaborado por: la autora

Resumen de Propiedad Planta y Equipo

Las inversiones fijas que se requieren para poner en marcha el proyecto de factibilidad de la creación de la empresa turística es:

Tabla 46 Resumen de inversiones fijas

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS		
NRO.	DESCRIPCION	V. TOTAL
INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA		
1	MUEBLES DE OFICINA	3.550,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	1.090,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	4.088,00
	subtotal	8.728,00
INVERSIONES ÁREA VENTAS		
1	MUEBLES DE OFICINA	3.190,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	2.511,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	2.884,00
	Subtotal Ventas	8.585,00
INVERSIONES OPERATIVAS		
1	MUEBLES OPERATIVOS	2.180,00
2	MAQUINARIA Y EQUIPO	13.824,75
3	EQUIPOS DE SEGURIDAD	1.583,14
	SUBTOTAL	17.587,89
	INVERSIONES	34.900,89

Elaborado por: la autora

El total de Propiedad Planta y Equipo donde están los bienes inmuebles y bienes muebles clasificados por áreas asciende a \$ 34.900,89.

4.9.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo está calculado para un mes, corresponde al efecto que se requiere para cubrir los costos y gastos del proyecto hasta que adquiera la independencia operativa.

El capital de trabajo es fondo rotativo que se necesita para cumplir con todas las obligaciones financieras y económicas como pago de nómina, impuestos, amortización bancaria, fondos terceros, proveedores, mientras realizan las primeras ventas.

Todos los cálculos proyecciones están en el estudio financiero.

Tabla 47 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
Materia Prima Directa	
Materia Prima Directa	3.651,54
Sub total	3.651,54
Mano de Obra Directa	7.838,62
Costos Indirectos de Producción	
Utensilios de cocina	70,86
Servicios Básicos operativos	3.423,50
Prendas	131,46
Pago por concesión el 60 % de boletería	21.686,77
Sub total	25.312,59
Gastos Administrativos	
Remuneraciones Administrativas	8.751,34
Servicios Básicos Administrativos	6.474,24
Materiales de oficina	104,17
Materiales de aseo	106,14
Gastos de Concesión	335,00
Sub total	15.770,89
Gastos Ventas	
Remuneraciones Ventas	3.856,25
Gastos de Publicidad	2.122,02
SUBTOTAL	5.978,27
Gastos Financieros	701,43
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	59.253,34

Elaborado por: la autora

Tabla 48 Resumen de Capital de Trabajo

RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	ANUAL	MENSUAL
Costos de Producción	441.632,96	36.802,75
Gatos Administrativos	189.250,69	15.770,89
Gastos de ventas	71.739,20	5.978,27
Gastos Financieros	8.417,19	701,43
TOTAL	711.040,04	59.253,34

Elaborado por: la autora

4.9.3. Inversión total del proyecto

La inversión total del proyecto está conformada por la inversión que es la Propiedad Planta y Equipo y la inversión variable que es el capital de trabajo de acuerdo al siguiente

detalle:

Tabla 49 Resumen de inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES		
NRO.	DESCRIPCION	v. total
INVERSIONES ADMINISTRATIVAS		
3	MUEBLES DE OFICINA	3.550,00
4	EQUIPOS DE OFICINA	1.090,00
5	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	4.088,00
	subtotal	8.728,00
INVERSIONES VENTAS		
1	MUEBLES DE OFICINA	3.190,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	2.511,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	2.884,00
	Subtotal Ventas	8.585,00
INVERSIONES OPERATIVAS		
1	MUEBLES OPERATIVOS	2.180,00
2	MAQUINARIA Y EQUIPO	13.824,75
4	EQUIPOS DE SEGURIDAD	1.583,14
	Subtotal	17.587,89
	TOTAL	34.900,89
	CAPITAL DE TRABAJO	59.253,34
	INVERSIONES	94.154,23

Elaborado por: la autora

El valor total que se requiere para poner en marcha el proyecto es de \$ 94.154,89 en la que esta la Propiedad Planta y Equipo por \$34.900,89 que viene a ser inversión fija y de \$ 59.253,34, que es el Capital de Trabajo o como inversión variable.

Tabla 50 Detalle del Capital

CUADRO DE INVERSIONES		
DESCRIPCION		
1	Inversión Variable	59.253,34
2	Inversión Fija	34.900,89
	TOTAL	94.154,23

Elaborado por: la autora

4.9.4. Financiamiento

Para la implementación del proyecto se requiere una inversión inicial que asciende a \$

94.154,54 dólares, de los cuales 34.154,23 será con capital propio y el financiamiento será de \$ 60.000,00, el cual se obtendrá a través de la corporación financiera.

Tabla 51 Financiamiento

DETALLE DEL CAPITAL		
DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	34.154,23	36,27
Préstamo	60.000,00	63,73
TOTAL	94.154,23	100,00

Elaborado por: la autora

4.9.5. Talento humano

La empresa contará con el siguiente talento humano distribuido en áreas para el área operativa, administración y ventas.

Tabla 52 Talento Humano

Puesto	Sueldo
Área Administrativa	
Gerente	1.000,00
Contadora 1	750,00
Contadora 2	750,00
Guía turístico 1	700,00
Guía turístico 2	700,00
Auxiliar de servicios 1	400,00
Auxiliar de servicios 2	400,00
Auxiliar de servicios 3	400,00
Auxiliar de servicios 4	400,00
Auxiliar de servicios 5	400,00
Auxiliar de servicios 6	400,00
Área de ventas	
Cajera 1	700,00
Cajera 2	700,00
Cajera 3	700,00
Cajera 4	700,00
Área Operativa	
Chef	900,00
Cocinero	700,00
Ayudante de cocina 1	400,00
Ayudante de cocina 2	400,00

Ayudante de cocina 3	400,00
Ayudante de cocina 4	400,00
Ayudante de cocina 5	400,00
Salonero 1	400,00
Salonero 2	400,00
Salonero 3	400,00
Salonero 4	400,00
Salonero 5	400,00
Total	14.700,00

Elaborado por: la autora

Análisis

Se concluye que la empresa administradora del teleférico requerirá de veinte y siete trabajadores y empleados teniendo las condiciones de ser una pequeña empresa. Por lo que se requerirá una inversión de \$ 240.000,00. La capacidad del proyecto es de 539 promedio de clientes diarios de los cuales se prevé que el 50 %, de los clientes utilizaran los servicios adicionales que oferta la empresa, siendo un rubro adicional de autogestión de ingreso.

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1. Introducción

Para la realización del estudio financiero parte de tres presupuestos que son: de inversiones que son: presupuesto de inversiones donde está la propiedad Planta y Equipo e inversión variable, de ingresos por prestaciones de servicios de teleférico y restaurante.

El Balance de Costos operativos y gastos donde seguidamente se elaboran los estados financieros proforma como son; Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados Integra y el Estado de Flujo de Caja para posteriormente realizar la evaluación financiera mediante técnicas conocidas como la Tasa de Rendimiento Medio, TRM, el Valor Actual Neto VAN, la Tasa Interna de Retorno TIR, El Costo Beneficio C/B, la Recuperación del Dinero en el Tiempo, Punto de Equilibrio, Análisis de Sensibilidad con la finalidad de determinar si el proyecto es factible o si necesita invertir menos o vender más.

5.2. Determinación de ingresos proyectados

El presupuesto de ingresos proyectados está en concordancia a la venta servicios de teleférico y servicio de restaurante. Para la proyección en años futuros se toma en cuenta 3,80 de acuerdo al crecimiento del país del año anterior consultado en la página del INEC., y para el aumento del precio se toma como referencia a la inflación del 2015 que es del 3,38%.

Para la proyección tanto de crecimiento del proyecto como para el aumento de precios se utilizará la fórmula de crecimiento exponencial que es $Q_0 (1+i)^n$.

Tabla 53 Proyección anual de los servicios

VENTAS ANUALES					
DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022
Servicio anual teleférico					
Boletos Teleférico	121.751	126.378	131.180	136.165	141.339
Precio	4,27	4,42	4,57	4,72	4,88
TOTAL	520.483	558.522	599.341	643.143	690.147
Servicio restaurante					
Boletos Teleférico	52.353	54.342	56.407	58.551	60.776
Precio	4,27	4,42	4,57	4,72	4,88
TOTAL	223.808	240.164	257.717	276.552	296.763
TOTAL	744.290,09	798.686,08	857.057,57	919.695,11	986.910,48

Elaborado por: la autora

5.3. Determinación de egresos proyectados

5.3.1. Costos Operativos

Los Costos operativos tienen tres elementos que son Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa Operativa y Costos Indirectos Operativos que son recuperables en el momento que se venden los servicios siempre y cuando la venta sea superior al Punto de Equilibrio.

a) Materia Prima Directa

Constituye el elemento principal para la transformación de productos elaborados como son los platos que se brindarán en el restaurante.

Tabla 54 Materia Prima

Costo de Alimentación (VENTAS)				
Descripción	medida	UNIDAD	v. unit	anual
CARNES				
Carne de res	Libra	750,00	1,70	1.275,00
Carne de tocino	Libra	750,00	1,50	1.125,00
Carne de pollo	Libra	1.500,00	1,14	1.710,00
Pescado	Libra	1.500,00	3,00	4.500,00
Camarón	Libra	300,00	3,00	900,00
Salchichas	Libra	300,00	2,00	900,00
Jamón	Libra	300,00	2,00	600,00
GRANOS				
Fréjol	Libra	900,00	1,00	900,00
Arveja	Libra	900,00	1,00	900,00
Choclo	Libra	450,00	1,00	450,00
Lenteja	Libra	200,00	1,00	200,00
Chochos	Libra	200,00	1,00	200,00
Maíz	Libra	150,00	0,50	75,00
Canguil	Libra	150,00	0,50	75,00
Mote	Libra	150,00	0,50	75,00
TUBERCULOS				
Papas	qq	150,00	18,00	2.700,00
Yuca	qq	40,00	10,00	400,00
FRUTAS				
Naranja	Unidades	12.000,00	0,10	1.200,00
Limón	Unidades	10.000,00	0,10	1.000,00
Tomate	Unidades	3.000,00	0,10	300,00
Piña	Unidades	1.500,00	0,50	750,00
Babacos	Unidades	600,00	1,00	600,00
Mora	Libra	600,00	1,00	600,00
Tomate de árbol	Unidades	10.000,00	0,10	1.000,00
VARIOS				
Fideos	Libra	120,00	0,60	72,00
Verduras	Libra	200,00	0,50	100,00
Arroz	qq	60,00	270,00	16.200,00
Azúcar	qq.	15,00	250,00	3.750,00
Pan	Unidades	20.000,00	0,15	3.000,00
Huevos	Unidades	20.000,00	0,10	2.000,00
Sal	Lib.	50,00	0,20	10,00
Cebolla	Uni.	1.500,00	0,10	150,00
Aceite	Litros	120,00	1,70	204,00
Mantequilla	Unid.	100,00	1,50	150,00
Leche	Unid.	3.000,00	0,65	1.950,00
Queso	Unid.	1.000,00	1,80	1.800,00
Salchichas	Lib.	1.000,00	2,25	2.250,00
Zanahoria	Lib.	500,00	0,50	250,00
Misceláneos				564,00
TOTAL			560,95	41.000,00

Elaborado por: la autora

Tabla 55 Proyección de Materia Prima

Proyección Materia Prima	2018	2019	2020	2021	2022
Ingredientes	43.818,44	45.299,50	46.830,63	48.413,50	50.049,88
Total	43.818,44	45.299,50	46.830,63	48.413,50	50.049,88

Elaborado por: la autora

b) Mano de Obra Operativa

La mano de Obra operativa es la que está relacionada directamente con el servicio especialmente de restaurante y en la que están cuatro trabajadores quienes percibirán una remuneración mensual unificada, más los componentes salariales como son: Décimo Tercer Sueldo, Vacaciones, Fondos de Reserva, Aporte Patronal. Para la proyección de las remuneraciones se toma en cuenta para el aumento de sueldo la inflación que es del 3,38 % anual.

Tabla 56 Mano de Obra Operativa

Remuneraciones Operativas					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2018	2019	2020	2021	2022
Chef	961,87	994,38	1.027,99	1.062,74	1.098,66
Cocinero	748,12	773,41	799,55	826,57	854,51
Ayudante de cocina 1	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Ayudante de cocina 2	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Ayudante de cocina 3	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Ayudante de cocina 4	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Ayudante de cocina 5	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Salonero 1	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Salonero 2	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Salonero 3	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Salonero 4	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Salonero 5	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
MENSUAL	5.984,96	6.187,25	6.396,38	6.612,58	6.836,08
ANUAL	71.819,49	74.246,99	76.756,54	79.350,91	82.032,97
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCION	2018	2019	2020	2021	2022
Salario Básico Unificado	71.819,49	74.246,99	76.756,54	79.350,91	82.032,97
Vacaciones	2.992,48	3.093,62	3.198,19	3.306,29	3.418,04
Aporte Patronal	8.726,07	9.021,01	9.325,92	9.641,14	9.967,01
Fondos de Reserva		6.184,77	6.393,82	6.609,93	6.833,35
Décimo Tercero	5.984,96	6.187,25	6.396,38	6.612,58	6.836,08
Décimo Cuarto	4.693,92	4.852,57	5.016,59	5.186,15	5.361,44
Total	94.216,91	103.586,22	107.087,43	110.706,99	114.448,89

Elaborado por: la autora

c) Costos Indirectos Operativos

Los Costos Indirectos operativos son los servicios básicos, materiales de oficina, aseo, utensilios, prendas de protección, combustibles y lubricantes y pago por la concesión en arrendamiento del teleférico.

Tabla 57 Utensilios de cocina

Utensilios de cocina						
RUBROS	AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Cuchillos						
Cantidad Unidad		12	12	12	12	12
Precio		12,82	13,26	13,71	14,17	14,65
TOTAL		153,90	159,10	164,48	170,04	175,78
Cucharones						
Cantidad Unidad		12	12	12	12	12
Precio		5,34	5,52	5,71	5,90	6,10
TOTAL		64,12	66,29	68,53	70,85	73,24
Manteles cocina						
Cantidad Unidad		24	24	24	24	24
Precio		10,69	11,05	11,42	11,81	12,21
TOTAL		256,50	265,17	274,13	283,40	292,97
Balde plástico						
Cantidad Unidad		12				
Precio		4,27				
TOTAL		51,30				
Colador de aluminio						
Cantidad Unidad		18				
Precio		15,18				
TOTAL		273,17				
Cucharones GRANDES						
Cantidad Unidad		4				
Precio		12,82				
Valor mensual		51,30				
TOTAL		850,29	490,56	507,14	524,28	542,00

Elaborado por: la autora

Los combustibles lubricantes y repuestos serán utilizados en los vehículos de la empresa de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 58 Servicios Básicos operativos

Servicios Básicos operativos						
RUBROS	2018	2019	2020	2021	2022	
Agua Potable						
Cantidad (m3)	161,62	167,76	174,13	180,75	187,62	
Precio	0,85	0,88	0,91	0,94	0,98	
Valor mensual	138,18	148,28	159,12	170,75	183,22	
ANUAL	1.658,17	1.779,36	1.909,40	2.048,95	2.198,70	
Energía Eléctrica						
Cantidad (KW)	2.693,61	2.795,97	2.902,21	3.012,50	3.126,97	
Precio	0,24	0,25	0,26	0,27	0,27	
Valor mensual	646,47	693,71	744,41	798,82	857,20	
ANUAL	7.757,60	8.324,56	8.932,95	9.585,81	10.286,38	
Mantenimiento Teleférico						
Cantidad mensual	12	12,00	12,00	12,00	12,00	
Precio	2.584,50	2.671,86	2.762,16	2.855,53	2.952,04	
ANUAL	31.014,00	32.062,27	33.145,98	34.266,31	35.424,51	
Teléfono						
Cantidad (minutos)	323,23	335,52	348,27	361,50	375,24	
Precio	0,09	0,09	0,09	0,09	0,10	
Valor mensual	27,64	29,66	31,82	34,15	36,64	
ANUAL	331,63	355,87	381,88	409,79	439,74	
Internet						
Valor (plan) mensual	26,72	27,62	28,56	29,52	30,52	
ANUAL	320,62	331,46	342,66	354,25	366,22	
TOTAL	41.082,03	42.853,52	44.712,88	46.665,11	48.715,55	

Elaborado por: la autora

Las prendas de protección serán utilizadas por el Talento Humano del restaurante, para el aseo.

Tabla 59 Prendas de Vestir

Prendas						
RUBROS	AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Mandiles						
Cantidad		12	12	12	12	12
Cantidad		28,86	29,83	30,84	31,88	32,96
Total		346,27	357,98	370,08	382,58	395,52
Uniformes chaleco y pantalón o falda						
Cantidad		27	27	27	27	27
Cantidad		42,75	44,19	45,69	47,23	48,83
Total		1.154,24	1.193,26	1.233,59	1.275,28	1.318,39
Guantes						
Cantidad		24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Precio		3,21	3,31	3,43	3,54	3,66
Total		76,95	79,55	82,24	85,02	87,89
Total		1.577,46	1.630,78	1.685,90	1.742,89	1.801,80

Elaborado por: la autora

Es competencia exclusiva del Gobierno Autónomo descentralizado de Ibarra la construcción del teleférico como su planificación amparado en artículo 55, 57 y 322 del COOTAC, Código Orgánico Territorial y Autonomía y de acuerdo a las normas de uso ocupación, e intervención del suelo y del espacio aéreo como la Construcción del Teleférico para lo cual dentro de su planificación anual esta con el nombre de la Ciudad Arcángel en la que está constando esta obra.

De acuerdo a la entrevista realizada al Ing. Miltón Yépez, Director de Planificación actual, manifiesta que estos estudios están realizados para ser incluidos en el POA 2017, Plan Anual Operativo como Ciudad Arcángel donde se realizarán etapas de construcción, como la construcción de vías de acceso y caminos de primer orden, construcción de un mirador y un paradero turístico encargado de la administración con aportes de un socio estratégico y la Ciudad Arcángel con modernos edificios y por último la construcción de un teleférico que cruce desde el mirador de la Ciudad Arcángel por la Laguna de Yahuarcocha, El proyecto de

competencia de socio estratégico es elaborar la propuesta de la empresa que se encargará de la administración del teleférico de acuerdo al artículo 100 del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión faculta a los Gobiernos Descentralizados realizar convenios o alianzas estratégicas con empresas públicas o privadas para la concesión o administración de bienes públicos inclusive estratégicos. El GAD de Ibarra.

Mediante contrato de concesión la empresa en estudio reembolazará el 50 % del total de las ventas mensuales por servicio de teleférico al Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.

Tabla 60 Concesión mensual del teleférico

Pago por concesión el 50 % de boletería						
RUBROS	AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Cantidad		12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Precio		21.686,77	23.271,74	24.972,54	26.797,64	28.756,13
Total		260.241,29	279.260,87	299.670,48	321.571,72	345.073,59

Elaborado por: la autora

Tabla 61 Resumen de Costos Indirectos Operativos

Resumen de Costos Indirectos Operativos						
Descripción	2018	2019	2020	2021	2022	
1 Utensilios de cocina	850,29	490,56	507,14	524,28	542,00	
2 Servicios Básicos operativos	41.082,03	42.853,52	44.712,88	46.665,11	48.715,55	
3 Prendas	1.577,46	1.630,78	1.685,90	1.742,89	1.801,80	
4 Pago por concesión el 50 % de boletería	260.241,29	279.260,87	299.670,48	321.571,72	345.073,59	
Total	303.751,07	324.235,73	346.576,40	370.504,00	396.132,95	

Elaborado por: la autora

d) Resumen Costos de producción

El resumen de los costos de producción es la proyección del efectivo en la que consta

Materia Prima Directa, Mano Obra Operativa y Costos Indirectos Operativos en concordancia al siguiente detalle:

Tabla 62 Proyección de Costos Operativos

Costos de Producción						
Nro,	Cuenta	2018	2019	2020	2021	2022
1	Materia Prima Directa	43.818,44	45.299,50	46.830,63	48.413,50	50.049,88
2	Mano de Obra Directa	94.216,91	103.586,22	107.087,43	110.706,99	114.448,89
3	Costos Indirectos Operativos	303.751,07	324.235,73	346.576,40	370.504,00	396.132,95
Total		441.786,43	473.121,46	500.494,46	529.624,49	560.631,71

Elaborado por: la autora

5.3.2. Gastos administrativos

a) Sueldos Administrativos

Para el Talento Humano Administrativo se requiere un presupuesto \$ 105.033,61. En esta Área laborará un Administrador, dos contadoras, dos guías turísticos y seis auxiliares de servicios. Para la custodia de las instalaciones se contratará a una empresa de Guardianía con tres guardias permanentes como consta en el presupuesto.

Tabla 63 Remuneraciones Administrativas

Remuneraciones Administrativas					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2018	2019	2020	2021	2022
Gerente	1.068,74	1.104,87	1.142,21	1.180,82	1.220,73
Contadora 1	801,56	828,65	856,66	885,61	915,55
Contadora 2	801,56	828,65	856,66	885,61	915,55
Guía Turístico 1	748,12	773,41	799,55	826,57	854,51
Guía Turístico 2	748,12	773,41	799,55	826,57	854,51
Auxiliar de servicios 1	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Auxiliar de servicios 2	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Auxiliar de servicios 3	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Auxiliar de servicios 4	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Auxiliar de servicios 5	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
Auxiliar de servicios 6	427,50	441,95	456,88	472,33	488,29
MENSUAL	6.733,08	6.960,66	7.195,93	7.439,15	7.690,59
ANUAL	80.796,93	83.527,86	86.351,11	89.269,77	92.287,09
COMPONENTES SALARIALES					
Salario Básico Unificado	80.796,93	83.527,86	86.351,11	89.269,77	92.287,09
Vacaciones	3.366,54	3.480,33	3.597,96	3.719,57	3.845,30
Aporte Patronal	9.816,83	10.148,64	10.491,66	10.846,28	11.212,88
Fondos de Reserva	6.733,08	6.957,87	7.193,05	7.436,17	7.687,51
Décimo Tercero	6.733,08	6.960,66	7.195,93	7.439,15	7.690,59
Décimo Cuarto	4.320,24	4.466,26	4.617,22	4.773,28	4.934,62
Total	105.033,61	115.541,62	119.446,92	123.484,23	127.658,00

Elaborado por: la autora

Para servicio de guardianía se contratará una empresa de guardianía privada que consta en el presupuesto, porque son competencias exclusivas de las compañías de vigilancia en concordancia al Art. 1 de la Ley de Servicios de Vigilancia y Seguridad Privada, quedando prohibido de realizar cualquier otra empresa sino las compañías legalmente constituidas.

b) Gastos Generales Administrativos

Para la administración del proyecto se necesitan servicios básicos, materiales de oficina, insumos de aseo gastos de constitución para cumplir con los requisitos legales de la ejecución del proyecto.

Tabla 64 Servicios Básicos Administrativos

Servicios Básicos Administrativos					
AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
RUBROS					
Agua Potable					
Cantidad (m3)	10,77	11,18	11,61	12,05	12,51
Precio	0,85	0,88	0,91	0,94	0,98
Valor mensual	9,21	9,89	10,61	11,38	12,21
ANUAL	110,54	118,62	127,29	136,60	146,58
Servicio de guardianía Compañía					
Cantidad mes	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Precio	6.412,45	6.629,20	6.853,26	7.084,90	7.324,37
Valor mensual	76.949,46	79.550,35	82.239,15	85.018,83	87.892,47
Energía Eléctrica					
Cantidad (KW)	85,85	88,75	91,75	94,85	98,06
Precio	0,26	0,27	0,27	0,28	0,29
Valor mensual	22,02	23,53	25,15	26,88	28,73
ANUAL	264,23	282,40	301,81	322,56	344,73
Teléfono					
Cantidad (minutos)	107,31	110,94	114,69	118,56	122,57
Precio	0,09	0,09	0,09	0,09	0,10
Valor mensual	9,17	9,81	10,48	11,20	11,97
ANUAL	110,10	117,67	125,75	134,40	143,64
Internet					
Valor (plan) mensual	21,37	22,10	22,84	23,62	24,41
ANUAL	256,50	265,17	274,13	283,40	292,97
TOTAL	77.690,83	80.334,20	83.068,14	85.895,78	88.820,39

Elaborado por: la autora

Tabla 65 Materiales de Oficina

Materiales de oficina					
Rubros	2018	2019	2020	2021	2022
Agendas					
Cantidad	15	15	15	15	15
Precio	7,48	7,73	8,00	8,27	8,55
Valor	112,22	116,01	119,93	123,99	128,18
Grapadora					
Cantidad	15	15	15	15	15
Precio	6,41	6,63	6,85	7,08	7,32
Valor	96,19	99,44	102,80	106,27	109,87
Carpetas archivadoras					
Cantidad	96	96	96	96	96
Precio	2,24	2,32	2,40	2,48	2,56
Valor	215,46	222,74	230,27	238,05	246,10
Perforadora					
Cantidad	5	5	5	5	5
Precio	6,41	6,63	6,85	7,08	7,32
Valor	32,06	33,15	34,27	35,42	36,62
Carpetas plásticas					
Cantidad	120	120	120	120	120
Precio	0,69	0,72	0,74	0,77	0,79
Valor	83,36	86,18	89,09	92,10	95,22
Basureros					
Cantidad	20	20	20	20	20
Precio	11,76	12,15	12,56	12,99	13,43
Valor	235,12	243,07	251,29	259,78	268,56
Recogedor					
Cantidad	10	10	10	10	10
Valor Unitario	8,02	8,29	8,57	8,86	9,16
Valor anual	80,16	82,86	85,67	88,56	91,55
Bolígrafos					
Cantidad	200	200	200	200	200
Precio	0,53	0,55	0,57	0,59	0,61
Valor	106,87	110,49	114,22	118,08	122,07
Papel Bond					
Cantidad (resmas)	60	60	60	60	60
Precio	4,81	4,97	5,14	5,31	5,49
Valor	288,56	298,31	308,40	318,82	329,60
TOTAL	1.250,00	1.292,25	1.335,93	1.381,08	1.427,76

Elaborado por: la autor

Tabla 66 Materiales de aseo

DETALLE	2018	2019	2020	2021	2022
Detergente					
Cantidad grande	30	30	30	30	30
Valor Unitario	6,95	7,18	7,42	7,68	7,93
Valor anual	208,40	215,45	222,73	230,26	238,04
Jabón Tocador					
Cantidad paquetes 4	50	50	50	50	50
Valor Unitario	2,99	3,09	3,20	3,31	3,42
Valor anual	149,62	154,68	159,91	165,31	170,90
Papel Higiénico					
Cantidad paquetes 12	50	50	50	50	50
Valor Unitario	4,81	4,97	5,14	5,31	5,49
Valor anual	240,47	248,59	257,00	265,68	274,66
Ambientales					
Cantidad grande	30	30	30	30	30
Valor Unitario	5,88	6,08	6,28	6,49	6,71
Valor anual	176,34	182,30	188,46	194,83	201,42
Trapeador					
Cantidad	30	30	30	30	30
Valor Unitario	3,74	3,87	4,00	4,13	4,27
Valor anual	112,22	116,01	119,93	123,99	128,18
Toallas					
Cantidad	24	24	24	24	24
Valor Unitario	5,34	5,52	5,71	5,90	6,10
Valor anual	128,25	132,58	137,07	141,70	146,49
Ambientales baños					
Cantidad	30	30	30	30	30
Valor Unitario	2,67	2,76	2,86	2,95	3,05
Valor anual	80,16	82,86	85,67	88,56	91,55
Desinfectante					
Cantidad galones	20	20	20	20	20
Valor Unitario	4,81	4,97	5,14	5,31	5,49
Valor anual	96,19	99,44	102,80	106,27	109,87
Escobas					
Cantidad	24	24	24	24	24
Valor Unitario	3,42	3,54	3,66	3,78	3,91
Valor anual	82,08	84,85	87,72	90,69	93,75
TOTAL	1.273,73	1.316,78	1.361,29	1.407,30	1.454,86

Elaborado por: la autora

Los gastos de Materiales de Aseo serán utilizados en el primer año para la conformación

de la empresa por lo que se transforman en pre operativos y comprenden estudios, diseños, derechos de planificación y permisos, turismo, sanitarios, patente municipal, permiso bomberos, Registro Único de Contribuyentes.

La capacitación está dada a todo el talento humano con respecto a las competencias que requieren para ejecutar el proyecto.

Tabla 67 Gastos de Constitución

Gastos de Concesión			
CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Escritura pública notariada del convenio aprobada por el concejo.	120,00	120,00
1	Póliza de garantía	2.500,00	2.500,00
1	Patente	100,00	100,00
1	Permiso turismo	500,00	500,00
1	Estudios y diseños	300,00	300,00
1	Capacitación	500,00	500,00
TOTAL			4.020,00

Elaborado por: la autora

Tabla 68 Proyección Gastos Administrativos

Resumen de Gastos Administrativos						
	DESCRIPCION	2018	2019	2020	2021	2022
1	Remuneraciones Administrativas	105.033,61	115.541,62	119.446,92	123.484,23	127.658,00
2	Servicios Básicos Administrativos	77.690,83	80.334,20	83.068,14	85.895,78	88.820,39
3	Materiales de oficina	1.250,00	1.292,25	1.335,93	1.381,08	1.427,76
4	Materiales de aseo	1.273,73	1.316,78	1.361,29	1.407,30	1.454,86
5	Gastos de Concesión	4.020,00	-	-	-	-
Total		189.268,17	198.484,85	205.212,28	212.168,39	219.361,02

Elaborado por: la autora

5.3.3. Gastos de ventas

a) Sueldo de ventas

Los sueldos de ventas son calculados con los mismos parámetros que se calculó los salarios de Mano de Obra Operativa que es del 3,38 %, en concordancia a la última inflación del último año. Dentro de esta área laborarán, 4 cajeras.

Tabla 69 Sueldo de Ventas

Remuneraciones Ventas					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2018	2019	2020	2021	2022
Cajera 1	748,12	773,41	799,55	826,57	854,51
Cajera 2	748,12	773,41	799,55	826,57	854,51
Cajera 3	748,12	773,41	799,55	826,57	854,51
Cajera 4	748,12	773,41	799,55	826,57	854,51
MENSUAL	2.992,48	3.093,62	3.198,19	3.306,29	3.418,04
ANUAL	35.909,75	37.123,50	38.378,27	39.675,46	41.016,49
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCION	2018	2019	2020	2021	2022
Salario Básico Unificado	35.909,75	37.123,50	38.378,27	39.675,46	41.016,49
Vacaciones	1.496,24	1.546,81	1.599,09	1.653,14	1.709,02
Aporte Patronal	4.363,03	4.510,50	4.662,96	4.820,57	4.983,50
Fondos de Reserva		3.092,39	3.196,91	3.304,97	3.416,67
Décimo Tercero	2.992,48	3.093,62	3.198,19	3.306,29	3.418,04
Décimo Cuarto	1.564,64	1.617,52	1.672,20	1.728,72	1.787,15
Total	43.333,66	50.984,35	52.707,62	54.489,14	56.330,87

Elaborado por: la autora

b) Gastos de Ventas: Sirven para cumplir con estrategias empresariales y planes de mercadeo para la correcta comercialización del servicio.

La publicidad y promoción es necesaria para promover y dar a conocer las bondades del producto de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 70 Gastos de Publicidad

GASTOS DE PUBLICIDAD						
RUBROS	AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Página WEB						
Cantidad		1,00				
Unidad		982,11				
total		982,11	-			
Cantidad		5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Unidad		0,05	0,06	0,06	0,06	0,06
Total		267,19	276,22	285,55	295,20	305,18
Hojas volantes						
Cantidad		5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Unidad		0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Total		106,87	110,49	114,22	118,08	122,07
Radio EXA						
Cantidad(2 cuñas diarias)		7,13	7,37	7,62	7,88	8,14
total		5.132,53	5.306,01	5.485,35	5.670,76	5.862,43
Tarjetas de presentación						
Cantidad mil		48,09	49,72	51,40	53,14	54,93
total		240,47	248,59	257,00	265,68	274,66
TV Ecuavisa						
Mínutos		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Valor Unitario		123,44	127,61	131,93	136,38	140,99
Total		7.406,39	7.656,72	7.915,52	8.183,06	8.459,65
Diario la Hora						
Cantidad(1 Publicación al mes)		12	12	12	12	12
Precio		128,25	132,58	137,07	141,70	146,49
Total		1.538,99	1.591,01	1.644,78	1.700,38	1.757,85
Boletos						
Cantidad Libretines de 100		1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
Precio		5,34	5,52	5,71	5,90	6,10
Total		9.618,68	9.943,79	10.279,89	10.627,35	10.986,56
Facturas						
Cantidad Libretines de 100		20	20	20	20	20
Precio		8,55	8,84	9,14	9,45	9,77
Valor		171,00	176,78	182,75	188,93	195,32
TOTAL		25.464,22	25.309,61	26.165,07	27.049,45	27.963,72

Elaborado por: la autora

Dentro de los gastos de ventas se consideran la publicidad y sueldos del personal de ventas.

Tabla 71 Proyección Gastos Ventas

Proyección Gastos Ventas					
DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Publicidad	6.467,40	5.703,89	5.896,68	6.095,99	6.302,03
Sueldos Ventas	21.673,20	24.677,98	26.395,90	28.234,39	30.201,99
TOTAL	28.140,60	30.381,87	32.292,58	34.330,38	36.504,02

Elaborado por: la autora

5.3.4. Gastos Financieros

Los gastos financieros están en concordancia con los intereses bancarios producto de la amortización de la deuda. Para el cálculo de la cuota constante de amortización mensual del préstamo se realizará en Corporación Nacional Financiera se considera que por ser una entidad estatal los intereses son los más justos, para lo cual se utilizará la siguiente fórmula:

$$V_c = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

Simbología y datos:

Valor cuota: $V_c = ?$

Monto del préstamo: $M_p = 60.000$ USD

Tasa interés mensual: $i = 0,0125$

Períodos: $n = 60$ meses (5 años)

$$V_c = \frac{(60.000)(0,0125)(1+0,0125)^{60}}{[(1+0,0125)^{60} - 1]}$$

$$V_c = 1.427,40 \text{ USD}$$

La tasa de interés mensual se obtiene a partir del interés anual del 15,00 %, el cual, se divide para 12 meses dando el valor de 0,125% mensual, siendo una tasa de interés mensual de 0,00125. Los 60 meses corresponden a los cinco años de ejecución del proyecto.

La tabla de amortización indica la cuota mensual e intereses, conforme se irá pagando el capital, donde los primeros meses, se pagará el interés alto e irá bajando conforme se pague el capital.

Tabla 72 Préstamo Bancario

NRO	CUOTA FIJA	INTERES	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
				INSOLUTO
1	1.427,40	750,00	677,40	59.322,60
2	1.427,40	741,53	685,86	58.636,74
3	1.427,40	732,96	694,44	57.942,30
4	1.427,40	724,28	703,12	57.239,19
5	1.427,40	715,49	711,91	56.527,28
6	1.427,40	706,59	720,80	55.806,48
7	1.427,40	697,58	729,81	55.076,66
8	1.427,40	688,46	738,94	54.337,72
9	1.427,40	679,22	748,17	53.589,55
10	1.427,40	669,87	757,53	52.832,02
11	1.427,40	660,40	767,00	52.065,03
12	1.427,40	650,81	776,58	51.288,45
13	1.427,40	641,11	786,29	50.502,15
14	1.427,40	631,28	796,12	49.706,04
15	1.427,40	621,33	806,07	48.899,97
16	1.427,40	611,25	816,15	48.083,82
17	1.427,40	601,05	826,35	47.257,47
18	1.427,40	590,72	836,68	46.420,79
19	1.427,40	580,26	847,14	45.573,66
20	1.427,40	569,67	857,73	44.715,93
21	1.427,40	558,95	868,45	43.847,49
22	1.427,40	548,09	879,30	42.968,18
23	1.427,40	537,10	890,29	42.077,89
24	1.427,40	525,97	901,42	41.176,47
25	1.427,40	514,71	912,69	40.263,78
26	1.427,40	503,30	924,10	39.339,68
27	1.427,40	491,75	935,65	38.404,03
28	1.427,40	480,05	947,35	37.456,68

29	1.427,40	468,21	959,19	36.497,50
30	1.427,40	456,22	971,18	35.526,32
31	1.427,40	444,08	983,32	34.543,00
32	1.427,40	431,79	995,61	33.547,40
33	1.427,40	419,34	1.008,05	32.539,34
34	1.427,40	406,74	1.020,65	31.518,69
35	1.427,40	393,98	1.033,41	30.485,28
36	1.427,40	381,07	1.046,33	29.438,95
37	1.427,40	367,99	1.059,41	28.379,54
38	1.427,40	354,74	1.072,65	27.306,89
39	1.427,40	341,34	1.086,06	26.220,83
40	1.427,40	327,76	1.099,64	25.121,19
41	1.427,40	314,01	1.113,38	24.007,81
42	1.427,40	300,10	1.127,30	22.880,51
43	1.427,40	286,01	1.141,39	21.739,12
44	1.427,40	271,74	1.155,66	20.583,46
45	1.427,40	257,29	1.170,10	19.413,36
46	1.427,40	242,67	1.184,73	18.228,63
47	1.427,40	227,86	1.199,54	17.029,10
48	1.427,40	212,86	1.214,53	15.814,56
49	1.427,40	197,68	1.229,71	14.584,85
50	1.427,40	182,31	1.245,09	13.339,76
51	1.427,40	166,75	1.260,65	12.079,12
52	1.427,40	150,99	1.276,41	10.802,71
53	1.427,40	135,03	1.292,36	9.510,35
54	1.427,40	118,88	1.308,52	8.201,83
55	1.427,40	102,52	1.324,87	6.876,96
56	1.427,40	85,96	1.341,43	5.535,52
57	1.427,40	69,19	1.358,20	4.177,32
58	1.427,40	52,22	1.375,18	2.802,14
59	1.427,40	35,03	1.392,37	1.409,77
60	1.427,40	17,62	1.409,77	-0,00
TOTALES	85.643,75	25.643,75	60.000,00	

Elaborado por: la autora

Tabla 73 Crédito financiero

TABLA DE INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO						
CONCEPTO/AÑO	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
INTERES	3.507,04	2.818,57	2.085,09	1.303,65	471,13	10.185,47
CAPITAL	10.530,06	11.218,53	11.952,01	12.733,44	13.565,97	60.000,00
TOTAL	14.037,09	14.037,09	14.037,09	14.037,09	14.037,09	70.185,47

Elaborado por: la autora

5.4. Tabla de depreciaciones

En concordancia a las NIIFS 16 y 17 en lo referente a las depreciaciones antes de

efectuar un ajuste por depreciación en un bien específico, a su valor total debe restársele el valor de rescate, que también es llamado valor residual o valor de salvamento y es el monto por el cual, cuando termine la vida útil se va a poder recuperar el bien, este valor puede ser cero, pero también puede tener un valor determinado por la administración de la organización.

Por otro lado, para determinar todos los montos referidos en el párrafo anterior, debe tenerse en cuenta la vida útil que es el tiempo en el que se estima que podrá utilizarse el bien; bajo estas tres variables (valor total, valor de rescate y vida útil), se puede calcular el valor a depreciar o valor depreciable.

De acuerdo al artículo 28 inciso 6, del Reglamento para la Aplicación del Régimen Tributario Interno los activos de Propiedad Planta y Equipo se deprecian tomando en cuenta los siguientes parámetros. “La depreciación de la propiedad planta y Equipo se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. En caso de que los porcentajes establecidos como máximos en este Reglamento sean superiores a los calculados de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil o la técnica contable, se aplicarán estos últimos”.

Tabla 74 Tabla de porcentaje para el cálculo de la depreciación

Propiedad Planta y Equipo	% Anual
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares.	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles.	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil.	20%
Equipos de Cómputo y Software.	33,33%

Fuente: Servicios de Rentas Internas

Elaborado por: La Autora

Tabla 75 Resumen gasto depreciación

RESUMEN GASTO DEPRECIACION								
N o	DESCRIPCION	2018	2019	2020	2021	2022	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
ÁREA ADMINISTRATIVA								
3	Muebles de oficina	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	1.775,00	1.775,00
4	Equipos de oficina	109,00	109,00	109,00	109,00	109,00	545,00	545,00
5	Equipos de computación y software	1.362,67	1.362,67	1.362,67			4.088,00	-
6	Reinversión equipos de computación				1.362,67	1.362,67	2.725,33	1.362,67
	subtotal	1.826,67	1.826,67	1.826,67	1.826,67	1.826,67	9.133,33	3.682,67
área de ventas								
1	Muebles de oficina	319,00	319,00	319,00	319,00	319,00	1.595,00	1.595,00
2	Equipos de oficina	251,10	251,10	251,10	251,10	251,10	1.255,50	1.255,50
3	Equipos de computación y software	961,33	961,33	961,33			2.884,00	-
5	Reinversión equipos de computación				961,33	961,33	1.922,67	2.165,33
	subtotal ventas	1.531,43	1.531,43	1.531,43	1.531,43	1.531,43	7.657,17	5.015,83
Inversiones operativas								
1	Muebles operativos	218,00	218,00	218,00	218,00	218,00	1.090,00	1.090,00
2	Maquinaria y equipo	1.382,48	1.382,48	1.382,48	1.382,48	1.382,48	6.912,38	6.912,38
4	Equipos de seguridad	158,31	158,31	158,31	158,31	158,31	791,57	791,57
	subtotal	1.758,79	1.758,79	1.758,79	1.758,79	1.758,79	8.793,95	8.793,95
	TOTAL USD...	5.116,89	5.116,89	5.116,89	5.116,89	5.116,89	25.584,45	17.492,45

Elaborado por: la autora

Tabla 76 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	% ANUAL
Inmueble (excepto terrenos), vanes, aeronaves, barcasas y similares	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	20%
Equipos de cómputo y software	33%

Elaborado por: la autora

DE ACUERDO A LA LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO**Art. 25. Gastos Generales Deducibles. Numeral 6, Depreciaciones de Propiedad Planta y equipo.**

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% Anual.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

(IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

La diferencia entre las NIIFS y la LORTI es que se toma en cuenta el porcentaje de valor de salvamento mientras que en la LORTI no se toma en cuenta.

Tabla 77 Cálculo de la depreciación

NRO.	BIENES	PORCENTAJE	AÑOS	REINVERSIÓN	INVERSIÓN
ÁREA ADMINISTRATIVA					
2	MUEBLES DE OFICINA	10%	10 AÑOS		3.550,00
3	EQUIPOS DE OFICINA	10%	10 AÑOS		1.090,00
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	33,33%	3 AÑOS		4.088,00
5	Reinversión Equipos de computación	33,33%	3 AÑOS	4.088,00	
ÁREA DE VENTAS					
1	MUEBLES DE OFICINA	10%	10 AÑOS		3.190,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	10%	10 AÑOS		2.511,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	33%	5 AÑOS		2.884,00
	Reinversión Equipos de computación			4.088,00	
INVERSIONES OPERATIVAS					
1	MUEBLES OPERATIVOS	10%	10 AÑOS		2.180,00
2	MAQUINARIA Y EQUIPO	10%	10 AÑOS		13.824,75
4	EQUIPOS DE SEGURIDAD	10%	10 AÑOS		1.583,14
TOTAL USD...				8.176,00	34.900,89

Elaborado por: la autora

Para realizar el cálculo de la depreciación tomamos los porcentajes establecidos en el (Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno del:

Art. 28.- Gastos generales deducibles

Bajo las condiciones descritas en el artículo precedente y siempre que no hubieren sido aplicados al costo de producción, son deducibles los gastos previstos por la Ley de Régimen Tributario Interno, en los términos señalados en ella y en este reglamento, tales como:

6. Depreciaciones de activos fijos.

c) En casos de obsolescencia, utilización intensiva, deterioro acelerado u otras razones debidamente justificadas, el respectivo Director Regional del Servicio de Rentas Internas podrá autorizar depreciaciones en porcentajes anuales mayores a los indicados, los que serán fijados en la resolución que dictará para el efecto. Para ello, tendrá en cuenta las Normas Ecuatorianas de Contabilidad y los parámetros técnicos de cada industria y del respectivo bien. Podrá considerarse la depreciación acelerada exclusivamente en el caso de bienes nuevos, y con una vida útil de al menos cinco años, por tanto, no procederá para el caso de bienes usados adquiridos por el contribuyente. Tampoco procederá depreciación acelerada en el caso de bienes que hayan ingresado al país bajo regímenes suspensivos de tributos, ni en aquellos activos utilizados por las empresas de construcción que apliquen para efectos de sus registros contables y declaración del impuesto el sistema de "obra terminada", previsto en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Mediante este régimen, la depreciación no podrá exceder del doble de los porcentajes señalados en letra a).

(a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá

superar los siguientes porcentajes:

Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.

Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

Equipos de cómputo y software 33% anual.

En caso de que los porcentajes establecidos como máximos en este Reglamento sean superiores a los calculados de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil o la técnica contable, se aplicarán estos últimos.

b) Cuando el contribuyente haya adquirido repuestos destinados exclusivamente al mantenimiento de un activo fijo podrá, a su criterio, cargar directamente al gasto el valor de cada repuesto utilizado o depreciar todos los repuestos adquiridos, al margen de su utilización efectiva, en función a la vida útil restante del activo fijo para el cual están destinados, pero nunca en menos de cinco años. Si el contribuyente vendiere tales repuestos, se registrará como ingreso gravable el valor de la venta y, como costo, el valor que faltare por depreciar. Una vez adoptado un sistema, el contribuyente solo podrá cambiarlo con la autorización previa del respectivo Director Regional del Servicio de Rentas Internas

5.5. Tabla resumen de egresos proyectados

Los egresos proyectados son los costos y gastos requeridos para poner en ejecución el proyecto, y sirve para para calcular el Costo Beneficio del Proyecto.

Tabla 78 Presupuesto de egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO/ AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Remuneraciones					
Remuneraciones Administrativas	105.033,61	115.541,62	119.446,92	123.484,23	127.658,00
Remuneraciones Ventas	43.333,66	50.984,35	52.707,62	54.489,14	56.330,87
Remuneraciones Operativas	94.216,91	103.586,22	107.087,43	110.706,99	114.448,89
TOTAL	242.584,18	270.112,18	279.241,98	288.680,35	298.437,75
COSTOS Y GASTOS					
Materia Prima Directa	43.818,44	45.299,50	46.830,63	48.413,50	50.049,88
Costos Indirectos Producción	303.751,07	324.235,73	346.576,40	370.504,00	396.132,95
Gastos Administrativos	84.234,56	82.943,23	85.765,35	88.684,16	91.703,02
Gastos de ventas	25.464,22	25.309,61	26.165,07	27.049,45	27.963,72
Gastos Financieros	8.417,19	7.016,77	5.391,23	3.504,37	1.314,19
TOTAL	465.685,49	484.804,85	510.728,68	538.155,48	567.163,76
Depreciaciones	5.116,89	5.116,89	5.116,89	5.116,89	5.116,89
Utilidades trabajadores	4.635,53	5.797,82	9.295,50	13.161,36	17.428,81
Impuesto Renta	1.672,70	2.660,65	6.129,90	11.035,76	17.745,98
TOTAL PRESUPUESTO	719.694,79	768.492,40	810.512,96	856.149,84	905.893,19

Elaborado por: la autora

5.6. Estado de Situación inicial

En este estado están reflejados todas las inversiones que se realizarán para poner en marcha el proyecto y se detallan los activos Corrientes como es el capital de trabajo para cumplir con las obligaciones financieras. La Propiedad Planta y Equipo donde constan los bienes inmuebles y muebles que se requieren para cada área. Los pasivos Corrientes estos compuestos por la deuda a largo plazo u obligación financiera, y por último está el capital que es la inversión propia del inversionista.

Tabla 79 Estado de Situación Financiera Inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL PROFORMA			
SEVICIO DE TELEFÉRICO			
AÑO 0			
<u>ACTIVOS</u>		<u>Obligaciones con Instituciones Financieras</u>	
Propiedad del Proyecto	59.022,47		
<u>Efectivo y equivalente del efectivo</u>	59.022,47	Obligación Largo Plazo	60.000,00
Bancos (capital de trabajo)	59.022,47		
		TOTAL PASIVO	60.000,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	34.900,89		
<u>Administrativos</u>			
MUEBLES DE OFICINA	3.550,00		
EQUIPOS DE OFICINA	1.090,00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	4.088,00		
<u>Ventas</u>		PATRIMONIO	33.923,36
MUEBLES DE OFICINA	3.190,00		
EQUIPOS DE OFICINA	2.511,00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	2.884,00	Inversión Propia	33.923,36
<u>Producción</u>		TOTAL PATRIMONIO	
MUEBLES OPERATIVOS	2.180,00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	13.824,75		
EQUIPOS DE SEGURIDAD	1.583,14		
TOTAL ACTIVO	93.923,36	TOTAL PASIVO	93.923,36
		+	
		OBLIGACIONES FINANCIERAS	

Elaborado por: la autora

5.7. Estado de Resultados Proyectado

El Estado de Resultados o de Pérdidas o Ganancias proyectado Proforma tiene como finalidad mediante los ingresos y egresos determinar la utilidad o pérdida del ejercicio.

Tabla 80 Estado de Resultado Proyectado

Proyección Costos de Producción					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Materia Prima Directa	43.818,44	45.299,50	46.830,63	48.413,50	50.049,88
Mano de Obra Directa	94.216,91	103.586,22	107.087,43	110.706,99	114.448,89
Costos Indirectos Operativos	305.509,86	325.994,52	348.335,19	372.262,79	397.891,74
TOTAL	443.545,22	474.880,24	502.253,25	531.383,28	562.390,50

Estado de Perdidas o Ganancias proyectado

DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022
VENTAS PROYECTADAS	744.290,09	798.686,08	857.057,57	919.695,11	986.910,48
VENTAS NETAS	744.290,09	798.686,08	857.057,57	919.695,11	986.910,48
(-) Costos de Operativos	443.545,22	474.880,24	502.253,25	531.383,28	562.390,50
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	300.744,87	323.805,84	354.804,32	388.311,84	424.519,98
GASTOS ADMINISTRACION	191.094,84	200.311,52	207.038,94	213.995,06	221.187,69
Servicios Básicos Administrativos	77.690,83	80.334,20	83.068,14	85.895,78	88.820,39
Materiales de oficina	1.250,00	1.292,25	1.335,93	1.381,08	1.427,76
Materiales de aseo	1.273,73	1.316,78	1.361,29	1.407,30	1.454,86
Gastos de Concesión	4.020,00	-	-	-	-
Remuneraciones Administrativas	105.033,61	115.541,62	119.446,92	123.484,23	127.658,00
Gastos depreciación	1.826,67	1.826,67	1.826,67	1.826,67	1.826,67
GASTOS VENTAS	70.329,31	77.825,39	80.404,12	83.070,02	85.826,02
Gastos Personal	43.333,66	50.984,35	52.707,62	54.489,14	56.330,87
Gastos Publicidad	25.464,22	25.309,61	26.165,07	27.049,45	27.963,72
Gastos depreciación	1.531,43	1.531,43	1.531,43	1.531,43	1.531,43
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	39.320,72	45.668,93	67.361,26	91.246,76	117.506,27
GASTOS FINANCIEROS	8.417,19	7.016,77	5.391,23	3.504,37	1.314,19
Intereses Pagados	8.417,19	7.016,77	5.391,23	3.504,37	1.314,19
UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	30.903,53	38.652,16	61.970,03	87.742,39	116.192,08
Participación trabajadores 15 %	4.635,53	5.797,82	9.295,50	13.161,36	17.428,81
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	26.268,00	32.854,34	52.674,52	74.581,03	98.763,27
Impuesto a la Renta	1.672,70	2.660,65	6.129,90	11.035,76	17.745,98
UTILIDAD O PERDIDA NETA	24.595,30	30.193,69	46.544,62	63.545,27	81.017,29

Elaborado por: la autora

Tabla 81 Cálculo del impuesto a la Renta Para el quinto año

Cálculo Impuesto para el quinto año			
Base Imponible	Fracción Básica	Excedente	Total
98.763,27	85.470,00	13.293,27	
valor a pagar	13.758,00	3.987,98	17.745,98

Por ser una sociedad Civil obligada a llevar contabilidad, el pago del impuesto a la Renta es similar a la de las personas naturales, por ende se aplica la tabla emitida por el Servicio de Rentas Internas.

Tabla 82 Cálculo Impuesto a la Renta

EJERCICIO 2016			
Fracción Básica	Exceso sobre la fracción Básica	Impuesto sobre la fracción básica	Impuesto sobre la fracción básica excedente
	\$11.170,00	-	0%
\$ 11.170,00	14.240,00	-	5%
\$ 14.240,00	\$17.800,00	\$153,00	10%
\$ 17.800,00	\$21.370,00	\$509,00	12%
\$ 21.370,00	\$42.740,00	\$938,00	15%
\$ 42.740,00	\$64.090,00	\$4.143,00	20%
\$ 64.090,00	\$85.470,00	\$8.143,00	25%
\$ 85.470,00	\$113.940,00	\$13.758,00	30%
\$ 113.940,00	En adelante	\$22.299,00	35%

Elaborado por: la autora

5.8. Flujo de efectivo financiero

El estado de flujo de Caja esta validado con el estado de resultados en donde se demuestra el movimiento del dinero en efectivo, siendo de vital importancia para la realización de la evaluación financiera.

Tabla 83 Flujo de Efectivo

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	AÑO 0	2018	2018	2018	2018	2018
Capital propio	(33.923,36)					
Capital Financiado	(60.000,00)					
INVERSION	(93.923,36)					
TOTAL						
Utilidad del Ejercicio		24.595,30	30.193,69	46.544,62	63.545,27	81.017,29
(+) Depreciaciones		5.116,89	5.116,89	5.116,89	5.116,89	5.116,89
TOTAL DE INGRESOS		29.712,19	35.310,57	51.661,51	68.662,16	86.134,18
Egresos						
Pago de deuda		8.711,55	10.111,98	11.737,52	13.624,38	15.814,56
Reinversión					8.176,00	
(-) Total de egresos		8.711,55	10.111,98	11.737,52	21.800,38	15.814,56
(+) Recuperación efectivo						59.022,47
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)						17.492,45
FLUJO NETO	(93.923,36)	21.000,63	25.198,60	39.923,99	46.861,78	146.834,53

Elaborado por: la autora

Tabla 84 Recuperación efectiva

RECUPERACION EFECTVA	
CAPITAL DE TRABAJO	59.022,47
RECUPERACION ACTIVOS	
SALDO EN LIBROS	17.492,45
TOTAL	76.514,92

Elaborado por: la autora

5.9. Evaluación financiera

5.9.1 Costo de oportunidad

El Costo de Oportunidad está calculado con dos tasas que son: Del inversionista del 7.50 %. Este criterio es válido porque cerca de este porcentaje pagan las IFIS, por inversiones a plazo fijo y la inversión financiada que es el porcentaje con que se paga el financiamiento que es del 15%. A estos porcentajes se les multiplica por el porcentaje de participación y sumados se obtiene un costo de oportunidad del 12,99 %. Posteriormente se aplica la fórmula calculado con la inflación del 3,38 % dando como resultado una Tasa de rendimiento Medio o de desgaste del capital del 16,09 % con lo que se calculará todos los indicadores financieros.

Tabla 85 Cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO		
INV. PROPIA	33.923,36	36,12	7,50	270,89		
INV. FINANCIERA	60.000,00	63,88	15,00	958,23		
TOTAL	93.923,36	100,00%		1.229,11	12,29	0,1229
TRM =						
	$(1+IF)(1+CK)-1$					
TRM=	$(1+0,0338)(1+0.1229)-1$		0,1609	16,09	BASE INFLACIÓN	
CK = COSTO DE OPORTUNIDAD						
IF = TASA DE INFLACIÓN						

Elaborado por: la autora

Cálculo para el costo de la tasa de rendimiento medio

$$TRM= (1+IF) (1+CK)-1$$

Simbología y datos:

Costo de oportunidad: CK= 0,01229

Tasa de inflación: IF= 0,0338

Tasa de rendimiento medio: TRM= ?

$$TRM = (1 + 0,0338)(1 + 0,1229) - 1$$

$$TRM = 0,1609 = 16,09\%$$

ANÁLISIS SI SE CALCULA HOY LA TRM.

Realizado el cálculo con la inflación actual acumulada al mes de septiembre del 2016 que es del 1,30 y la tasa de interés activa que es del 8,71, quedaría una tasa de descuento de 14,11. No constituye un peligro para el proyecto porque es inferior a la calculada y por ende se aspira un mayor VAN porque se amplía la diferencia entre la TRM y la TIR.

5.9.2. Cálculo del VAN

El VAN es el resultado de los flujos netos actualizados menos la inversión; es el sobrante efectivo actualizado una vez cumplida la vida útil de proyecto.

Tabla 86 Flujos de caja para el cálculo del VAN

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS FLUJOS	FLUJOS NETOS	FACTOR ACTUALIZACIÓN $1/(1+R)^N$	FCA
1	21.000,63	0,86	18.090,49
2	25.198,60	0,74	18.698,74
3	39.923,99	0,64	25.520,42
4	46.861,78	0,55	25.804,22
5	146.834,53	0,47	69.649,52
	279.819,53		157.763,39

Elaborado por: la autora

$$VAN = -93.923,36 + \left[\frac{21.000,63}{(1 + 0.1609)^1} + \frac{25.198,50}{(1 + 0.1609)^2} + \frac{39.923,99}{(1 + 0.1609)^3} + \frac{46.861,78}{(1 + 0.1609)^4} + \frac{146.834,53}{(1 + 0.1609)^5} \right]$$

$VAN = \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$

$VAN = -93.923,36 + 157.763,39 = 63.840,02$

$VAN = \$ 63.840,02$

Mediante el VAN se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de caja y poder evaluar la inversión de capital utilizado en éste periodo, descontados a la tasa de redescuento del 16,09%, el resultado generado es de 63.840,02 USD a valor actual, los que podrían reinvertirse generando flujos estimados.

5.9.3. Cálculo de la TIR

La Tasa crítica o Tasa Interna de Retorno, Tasa de recuperación del proyecto, se calcula a partir del VAN cero y es el indicador que establece con qué porcentaje regresa el efectivo.

Para la TIR se calculó la suma de flujos netos actualizados mediante dos tasas arbitrarias (K) que permitieron obtener un VAN de tasa inferior positivo y otro de tasa superior negativo.

La TIR es una Tasa relativa de recuperación que permite conocer a que porcentaje regresa la inversión.

Para ello se aplicó la fórmula del VAN, con la diferencia de que el valor de K= 0,35 y 0,37 respectivamente, como se muestra a continuación:

Tabla 87 Flujos de Caja para el cálculo de la TIR

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 33 %	VAN NEGATIVO 35 %
0	-93.923,36	-93.923,36	-93.923,36
1	21.000,63	15.789,95	15.556,02
2	25.198,60	14.245,35	13.826,39
3	39.923,99	16.969,89	16.226,79
4	46.861,78	14.976,56	14.108,59
5	146.834,53	35.283,37	32.746,08
	185.896,17	3.341,75	- 1.459,48

Elaborado por: la autora

$$VAN_{33\%} = -93936,36USD + \left[\frac{23.000,63}{(1+0,33)^1} + \frac{25.198,60}{(1+0,33)^2} + \frac{39.198,99}{(1+0,33)^3} + \frac{46.861,78}{(1+0,33)^4} + \frac{146.834,53}{(1+0,33)^5} \right] USD$$

$$VAN_{33\%} = 3.341,75USD$$

$$VAN_{35\%} = -93936,36USD + \left[\frac{23.000,63}{(1+0,35)^1} + \frac{25.198,60}{(1+0,35)^2} + \frac{39.198,99}{(1+0,35)^3} + \frac{46.861,78}{(1+0,35)^4} + \frac{146.834,53}{(1+0,35)^5} \right] USD$$

$$VAN_{35\%} = -1.459,48 USD$$

Simbología y datos:

Tasa inferior: T.I.= 33%

Tasa superior : T.S.= 35%

VAN tasa inferior: VAN (T.I.)= 3.341,75 USD

VAN tasa superior: VAN (T.S.)= -1.459,48 USD

$$TIR = 33\% + (35\% - 33\%) \left(\frac{3.341,75USD}{3.341,75USD - (-1.459,48USD)} \right)$$

TIR 34, 39%

5.9.4. Recuperación de dinero en el tiempo

El plazo de recuperación de una inversión o período de repago señala el número de años necesarios para recuperar la Inversión Inicial Neta, sobre las entradas de efectivo que genere cada período de la vida útil del proyecto.

La recuperación del dinero en el tiempo es la suma de los flujos netos actualizados hasta el tiempo de recuperación de inversión, por el presente proyecto se recuperará en 4 años un mes.

Tabla 88 Flujos de Caja para el cálculo del periodo de recuperación

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	CANTIDAD	RUCUPERAC.
1	21.000,63	18.090,49	18.090,49	18.090,49
2	25.198,60	18.698,74	18.698,74	36.789,23
3	39.923,99	25.520,42	25.520,42	62.309,65
4	46.861,78	25.804,22	25.804,22	88.113,87
5	146.834,53	69.649,52	5.809,49	93.923,36
	279.819,53	157.763,39	93.923,36	

Recupera en 4 años 1 mes

Elaborado por: la autora

69.649,52	←	100%
5.809,49	→	8,34%
12	←	100%
1,0009241	→	8,34%

5.9.5. Índice beneficio-costo

El índice Costo Beneficio evalúa el regreso de la inversión, en el caso del presente proyecto en estudio por cada dólar invertido regresa un dólar más seis centavos.

Será el indicador que señalará que utilidad se tiene con el costo que representa la inversión y se responde fundamentalmente por cada dólar invertido ¿Cuánto se gana?

Tabla 89 Flujos de ingresos y egresos para el cálculo del Costo Beneficio

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	744.290,09	719.694,79	641.150,84	619.963,81
2	798.686,08	768.492,40	592.668,82	570.263,45
3	857.057,57	810.512,96	547.852,87	518.100,37
4	919.695,11	856.149,84	506.425,77	471.434,87
5	986.910,48	905.893,19	468.131,28	429.701,53
TOTAL	4.306.639,34	4.060.743,17	2.756.229,58	2.609.464,02

Elaborado por: la autora

Tabla 90 Calculo del Costo Beneficio

BENEFICIO	=	\sum Ingresos	=	COSTO
COSTO		Deflactados		BENEFICIO
		2.756.229,58		1,06
		\sum Egresos Deflactados		
		2.609.464,02		
POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,06 ES DECIR GANA 0,06				

Elaborado por: la autora

5.9.6. Punto de equilibrio

Se refiere a la cantidad o ingresos por ventas totales son iguales a los costos y gastos totales, en el caso que la utilidad sea cero.

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

Simbología y datos:

Costos fijos: CF= 365.817,04 USD

Costos variables: CV= 347.569,51 USD

Ingresos por ventas: IV= 744.290,09 USD

Punto de equilibrio: PEq= ?

$$PEq = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IV}}$$

$$PEq = \frac{365.817,04 \text{ USD}}{1 - (347.569,51 \text{ USD} / 744.290,09 \text{ USD})} = 686.311,77 \text{ USD}$$

Significa para el proyecto que tiene que generar más de 686.311,77, en boletería y servicio de restaurante para tener utilidades.

Para la proyección del Punto de Equilibrio se clasifico en costos y gastos fijos y variables en concordancia al Estado de Resultados proyectado para determinar cuándo igualan los ingresos a los egresos y hasta donde soporta el proyecto la baja en ventas.

Tabla 91 Proyección para el punto de equilibrio

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS					
VENTAS	744.290,09	798.686,08	857.057,57	919.695,11	986.910,48
COSTOS FIJOS					
Remuneraciones Operativas	94.216,91	103.586,22	107.087,43	110.706,99	114.448,89
Remuneraciones administrativas	105.033,61	115.541,62	119.446,92	123.484,23	127.658,00
Remuneraciones de ventas	43.333,66	50.984,35	52.707,62	54.489,14	56.330,87
Gastos de ventas	25.464,22	25.309,61	26.165,07	27.049,45	27.963,72
Gastos Administrativos	84.234,56	82.943,23	85.765,35	88.684,16	91.703,02
Gastos financieros	8.417,19	7.016,77	5.391,23	3.504,37	1.314,19
Depreciación	5.116,89	5.116,89	5.116,89	5.116,89	5.116,89
TOTAL COSTO FIJO	365.817,04	390.498,69	401.680,52	413.035,23	424.535,57
COSTOS VARIABLES					
Matería Prima Directa	43.818,44	45.299,50	46.830,63	48.413,50	50.049,88
Costos Indirectos Producción	303.751,07	324.235,73	346.576,40	370.504,00	396.132,95
TOTAL COSTO VARIABLE	347.569,51	369.535,24	393.407,03	418.917,50	446.182,83
PE DOLARES	686.311,77	726.751,14	742.506,04	758.553,23	774.842,20

Elaborado por: la autora

Tabla 92 Proyección para el cálculo del Punto de Equilibrio

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS	744.290,09	798.686,08	857.057,57	919.695,11	986.910,48
COSTOS FIJOS	365.817,04	390.498,69	401.680,52	413.035,23	424.535,57
COSTOS VARIABLES	347.569,51	369.535,24	393.407,03	418.917,50	446.182,83
PUNTO DE EQUILIBRIO	686.311,77	726.751,14	742.506,04	758.553,23	774.842,20

Elaborado por: la autora

Tabla 93 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2018**

$$\text{PE (\$)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})} = \frac{365.817,04}{0,53} = 686.311,77 \text{ USD}$$

Elaborado por: la autora

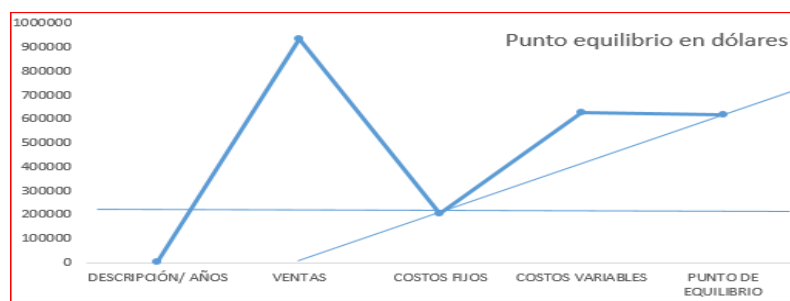
Tabla 94 Cálculo del Punto de Equilibrio

DESCRIPCIÓN	PRODUCTO	PORCENTAJE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE	P.E. DÓLARES	PUNTO DE EQUILIBRIO
SERVICIO DE TELEFÉRICO	113.000	69,93%	4	452.000,00	69,93%	479.938,30	119.985
SERVICIO DE RESTAURANTE	48.590	30,07%	4	194.360,00	30,07%	206.373,47	51.593
TOTAL	161.590	69,93%		646.360,00	100,00%	686.311,77	171.578

Elaborado por: la autora

Se requiere vender \$ 686.311,77 en servicios para que los ingresos igualen a los egresos.

Gráfico 35 Punto de Equilibrio



5.10. Resumen de evaluación financiera

Los resultados obtenidos en la evaluación financiera determinan que el proyecto es rentable en todos sus indicadores.

Tabla 95 Resumen de la evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA				
NRO	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	16,09%	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	34,39%	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	63.840,02	
4	RC	RECUPERACION INVERSIÓN	Recupera en 4 años 1 mes	PROYECTO PRODUCTIVO
5	CB	COSTO BENEFICIO	1,06	POR CADA DÓLAR GANA 0,12
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	686.311,77	PARA NO GANAR NI PERDER
		EN SEVICIOS	48.590	SERVICIO DE RESTAURANTE
			119.985	SERVICIO DE TELEFÉRICO

Elaborado por: la autora

5.11. Análisis de sensibilidad

De acuerdo al análisis de sensibilidad se pudo determinar que el proyecto es sensible en el aumento de los costos de producción y alto sensible en la disminución de ingresos.

Tabla 96 Análisis de sensibilidad

CONCEPTOS	Variación %	TIR %	VAN	EVALUACION
Aumento de costos de producción	5%	18,06%	6.892,18	SENSIBLE
Disminución de ingresos	-5%	8,49%	-26.987,03	SENSIBLE
Aumento Gastos Administrativos Y VENTAS	5%	26,39%	36.108,08	OK
<u>Normal</u>	0%	34,39%	63.840,02	O.K.

Elaborado por: la autora

Análisis de la Tasa de rendimiento del proyecto.

Lastimosamente se siente un decrecimiento económico y aumento de la inflación debido a problemas como la baja del Petróleo, revalorización de las monedas de los países vecinos, salvaguardas y como que si fuera poco el terremoto suscitado en las Provincias de Manabí y Esmeraldas, realmente las proyectos de inversión estatales están postergados, para lo cual es necesario realizar un plan de contingencia de riesgos.

PLAN DE CONTINGENCIA PARA EL PROYECTO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN TELEFÉRICO EN EL SECTOR DE YAHUARCOCHA DE LA CIUDAD DE IBARRA”.

Generalidades:

Tener un plan de contingencia es de suma importancia para el proyecto ya que se preverán situaciones donde podrían presentarse ciertas dificultades en la realización del proyecto.

En este plan se han identificado claramente los diferentes tipos de emergencia que pudieran acontecer en el desarrollo de las actividades del proyecto y cada uno de ellos tendrá un componente de respuesta y control.

Objetivo General:

El Plan de Contingencia tiene como objetivo establecer un procedimiento escrito, que indique las acciones principales para afrontar efectivamente una emergencia, a fin de reducir significativamente el impacto negativo.

POSIBLES RIESGOS Y ESTRATEGIAS DE CONTINGENCIA**Si los costes son mayores a los previstos:**

Analizar cómo estos costos afectan a la empresa y si es necesario incrementar el precio del servicio, pero incluyendo mejores cualidades en el servicio; es decir mejorando la atención en los diferentes de servicios con los que contará la empresa como son: bar, restaurante, cafetería, zona de juegos.

Si necesitamos capitalización para continuar con la actividad de la empresa:

La primera opción es buscar el capital dentro de la empresa, es decir optar primero por los socios, de no poder contar con el capital por parte de los socios de la empresa, optaremos por otras opciones.

Buscar nuevos socios que deseen invertir en nuestro negocio

Buscar Financiamiento en bancos o entidades financieras del país, haciendo un análisis y estudio de rentabilidad

Buscar alianzas con empresas o grupos empresariales dispuestos a ingresar a nuestro negocio.

Riesgos que tiene el proyecto a implantarse:

1. Bajos precios del petróleo no permite invertir.
2. Pobreza que bordea el 31.20 %, correspondiendo a la tercera parte de la población de Ibarra.

3. Proyecto del teleférico en el Cantón Antonio Ante.
4. Aumento de precios por la inflación

Estrategias a seguir para contrarrestar cada riesgo establecido en el proyecto:

1. Bajos precios del petróleo no permite invertir.

- Si tenemos precios bajos de petróleo y no nos permite invertir, debemos realizar un plan estratégico bien definido que nos permita dar a conocer al Gobierno Autónomo Descentralizado lo más importante y que la crisis económica del 2017, no sea un obstáculo para detener el proyecto que ya consta en la planificación 2017 del GAD-I.

2. Pobreza que bordea el 31.20 %, correspondiendo a la tercera parte de la población de Ibarra.

- Si el porcentaje de pobreza es significativo para nuestro proyecto a implementarse, lo que se debe tomar en cuenta es los precios que estarán disponibles en el servicio del teleférico y tener un rango moderado de precios no tan altos para que las personas de bajos recursos económicos puedan acceder a este servicio.

3. Proyecto del teleférico en el Cantón Antonio Ante.

- Si se implementa el teleférico en el cantón de Antonio Ante no será de mayor riesgo ya que este proyecto es más destinado para el transporte público no para el sector turístico, y si resultare un riesgo alto, realizaremos publicidad suficiente para crear en la gente expectativa de nuestros servicios.

4. Aumento de precios por la inflación

- La inflación es un riesgo por el cual se debe estar pendientes de las cifras que la bordean para tener una referencia clara de los precios actuales de los productos.

Los riesgos que pueden darse en la ejecución del proyecto son decrecimiento económico

del país debido al incremento de la inflación, baja del barril de petróleo, revalorización de las monedas de los países vecinos y el terremoto, lo que ha permitido en el sector público el congelamiento de los salarios y en el sector privado el aumento de los salarios no en la misma proporción que sube la canasta básica.

1. Se tendrá en cuenta realizar una campaña publicitaria de un mes por todos los medios, para dar a conocer las bondades del servicio.
2. Se puede realizar convenios interinstitucionales con instituciones educativas, asociaciones de empleados, trabajadores con la finalidad de prestar servicios por grupos de personas.
3. Realizar promociones y rebajas de precios del servicio hasta en un 20% por grupos de personas de más de quince, con la finalidad de aumentar la cobertura del servicio.

CONCLUSIONES:

El plan de contingencias que se ha realizado es de gran importancia para el proyecto, porque ayudará a reducir los riesgos que existen una vez que se vaya a implementar el proyecto, es por ello que se debe tener en cuenta este plan para medir los riesgos y tener acciones operativas claras de lo que se tendrá que hacer en el caso de que se dieran los riesgos y garantizar la continuidad del proyecto y la administración de la empresa turística.

5.12. Análisis del capítulo

El resultado del estudio financiero y análisis financiero determina según sus indicadores financieros que el proyecto es factible realizarlo con la inversiones establecidas, por un servicio nuevo el teleférico, no tiene competidores, tan solo de servicios sustitutivos que no ponen en peligro el proyecto, por lo que están garantizados los ingresos por las ventas porque los precios por servicios son justos.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.1. Presentación

La organización de la microempresa tiene que ver con el análisis de la parte administrativa y legal que se necesita para iniciar con las actividades, para esto se realizará un análisis tanto interno como externo como es su misión, visión, estructura orgánica, los requisitos y funcionamiento que se necesita para este tipo de microempresa.

Partiendo del diagnóstico se tiene como referencia que las empresas que se dedican a fomentar el turismo, mejoran la calidad de vida de las personas, generando fuentes de trabajo y brindando al turista nuevas experiencias.

6.2 Estructura estratégica

6.2.1. Misión

“Brindar un servicio administrativo de boletería y de bar y restaurante para el teleférico para la relajación y recreación de calidad a nuestros clientes, dando facilidad de unas instalaciones apropiadas que haga de su estadía un momento agradable, contando con un personal comprometido para ofrecer una excelente atención.”

6.2.2. Visión

“Llegar a ser un lugar turístico reconocido en la ciudad de Ibarra, siendo facilitadores para darles a los turistas un servicio de recreación y entretenimiento de calidad, generando una

rentabilidad alta y ser competitivo en un plazo de 5 años dentro del sector turístico”.

6.2.3. Valores

Honestidad.- Es la responsabilidad de cumplir estrictamente con el deber, sin doblez ni engaño y por el contrario con equidad e integridad.

Higiene y Pulcritud.- Es ser impecable tanto en lo personal como en todas las actividades que se realizan diariamente.

Responsabilidad.- Es tener la capacidad de tomar decisiones y asumir sus consecuencias. Ser puntual y cumplir con los compromisos acordados.

6.2.4. Principios

Buen trato.- Es la capacidad que tenemos de transmitir y sentir alegría, gozo, emoción, agrado y dinamismo, es ser amable y expresar calidez.

Escuchar y respetar.- Es ser respetuoso y cortés con los demás, es comportarse bien en cualquier lugar, es saber expresarse y saber escuchar.

Cumplir las normas.- Es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja al medio ambiente y la comunidad sin descuidar los temas económicos.

Trabajo en equipo.- Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos, buscamos el logro de los objetivos organizacionales.

Búsqueda de la excelencia.- Es respetarse, quererse, tener deseo de crecimiento y desarrollo personal.

6.2.5. Objetivos

- Lograr el desarrollo del servicio del teleférico mejorando la calidad del servicio y aumentando su rentabilidad.
- Ser reconocido como un centro de recreación y relajación de calidad a nivel Provincial.
- Buscar aliados estratégicos dentro de la ciudad de Ibarra para la promoción del servicio del teleférico.

6.2.6. Metas

- Sondeo continuo del nivel de satisfacción del cliente para poder satisfacer con nuestros servicios al mismo.
- Estar en continua innovación junto con los avances tecnológicos y dar mantenimiento a la infraestructura del teleférico.
- Tener conocimientos permanentes de la rivalidad existente entre los distintos competidores del sector.

6.2.7. Políticas

- El buen trato e incentivos a todos los colaboradores y al cliente que es el turista que visita.
- Cumplir con las normas internas y externas pre establecidas.
- Tener un adecuado clima y cultura organizacional para un buen ambiente de trabajo, que ayuden a una buena imagen institucional y corporativa.
- Las ventas de los servicios de teleférico serán en efectivo y pagados antes de ser recibidos.

- Todo el talento humano debe estar correctamente uniformado y cumplir con las normas de seguridad industrial.
- Será obligatorio la capacitación auspiciada por la empresa
- Cumplir con el horario de entrada y de salida
- Imagen y limpieza de los Puestos de trabajo
- Presentar los Estados Financieros cada mes
- Preparar a tiempo los sueldos y salarios
- Velar por la seguridad del cliente
- Ofrecer ayuda cuando el cliente lo requiera

Gráfico 36 Logotipo



6.3. Estructura Orgánica

Gráfico 37 Organigrama Estructural propuesto



Fuente: (Ministerio de Economía y Finanzas, 2009)

Elaborado por: la autora

6.3.1 Nivel Directivo

Es aquel establecido a través de una conformación jurídica en donde se norma y se exige el cumplimiento de las políticas, objetivos, estrategias, planes, programas y leyes de la entidad; además en él se ejerce la orientación, dirección de la misma y delegación de facultades. Es a su vez, la autoridad máxima de la institución, dirección de la misma y delegación de facultades. Es a su vez, la autoridad máxima de la institución, y por ende le corresponde ejercer la representación legal y la administración de la entidad. Es el responsable directo de la buena marcha de la organización.

6.3.2 Nivel Técnico

Las unidades administrativas que se incluyen en este nivel desarrollan actividades relacionadas con investigaciones en áreas específicas; diseño de metodologías, normas y estándares aplicables a los procesos de trabajo de las unidades de línea (para que ajusten sus actividades a las novedades científicas en los aspectos de producción y gestión) y para las unidades de apoyo con la debida coordinación con los organismos rectores de los sistemas administrativos.

6.3.3 Nivel Operativo

Agrupar las unidades administrativas que dentro de las instituciones hacen posible alcanzar los objetivos institucionales y gubernamentales en beneficio de la comunidad en general.

6.4. Simbología para elaborar Diagramas de Flujo



Operación: Indica las principales fases del proceso, método o procedimiento



Inspección: Indica que se verifica la calidad y/o cantidad de algo



Desplazamiento o transporte: Indica el movimiento de los empleados, material y equipo de un lugar a otro



Depósito provisional o espera: Indica demora en el desarrollo de los hechos.

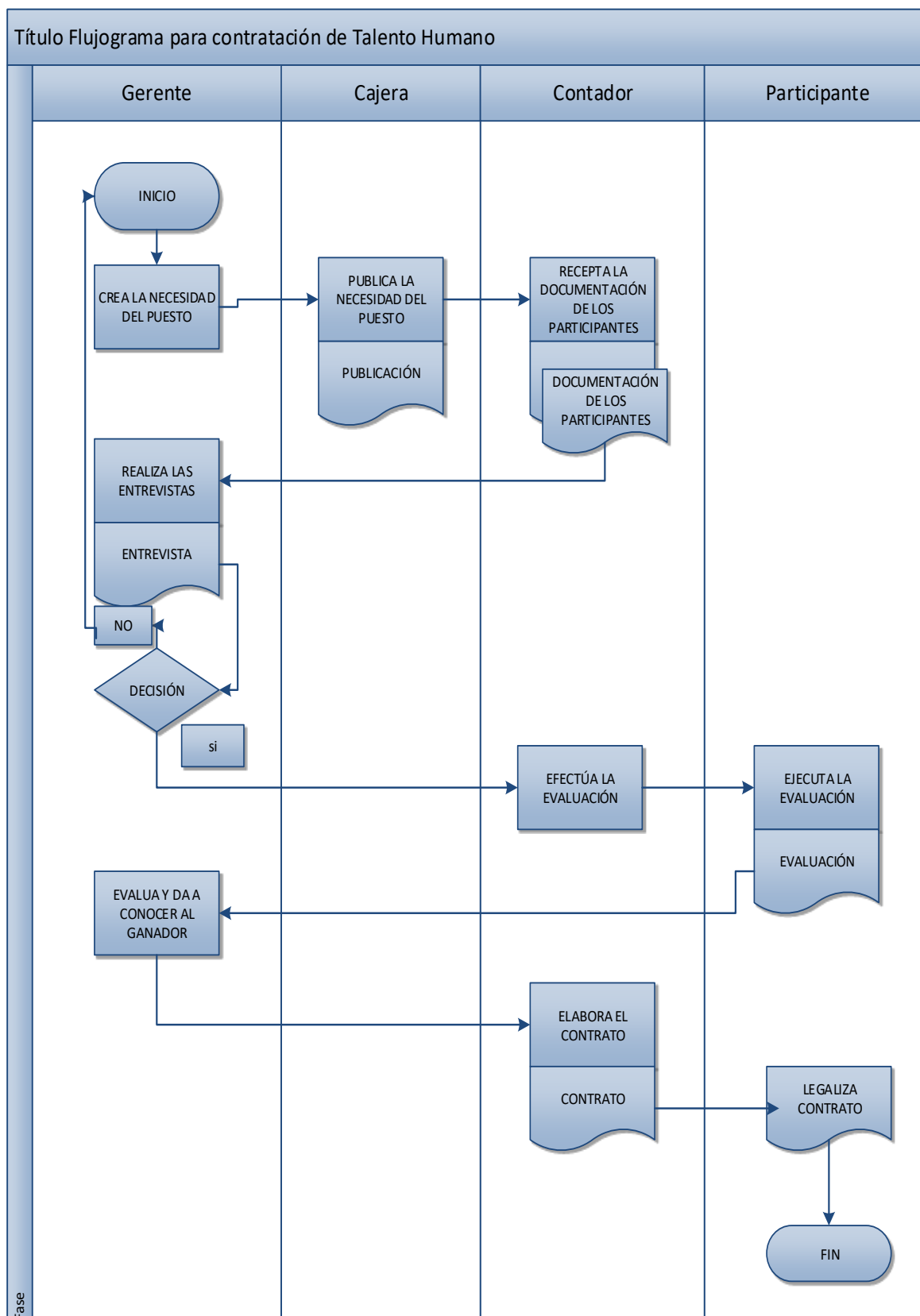


Almacenamiento permanente: Indica el depósito de un documento o información dentro de un archivo, o de un objeto cualquiera en un almacén.



Dirección de flujo o línea de unión: Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.

Gráfico 38 Flujoograma de Contratación de Talento Humano



Fuente: (SlideShare, 2008)

Elaborado por: la autora

Organigrama estructural: El Proyecto contará con un organigrama estructural donde se plantee una división de trabajo y coordinación de las tareas asignadas a cada uno para llegar al trabajo final. El organigrama planteado del Proyecto es lineal donde la autoridad y responsabilidad se transmiten íntegramente para una sola línea.

El nivel ejecutivo está conformado por la junta general de accionistas y el gerente, el nivel administrativo por el contador y el nivel operativo por la cajera, el ayudante de cocina y el auxiliar de servicios.

6.5. Estructura Funcional

Tabla 97 Descripción de funciones accionistas

IDENTIFICACIÓN	
UNIDAD ADMINISTRATIVA:	Título de contador CPA o afines
CARGO:	ACCIONISTAS
JEFE INMEDIATO:	JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
SUB ALTERNOS:	GERENTE, CONTADOR, CAJERA, LIMPIEZA, COCINA
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Representar legalmente al teleférico en todas las actividades ➤ Fijar políticas y reglamentos del servicio del teleférico ➤ Realizar sesiones extraordinarias y ordinarias cuando sea necesario. ➤ Coordinar, supervisor, monitorear todos los procesos operativos; cocina; restaurante, teleférico, área de juegos. 	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
ESTUDIOS:	Título de contador CPA o afines
CONOCIMIENTO:	Código Tributario Leyes IESS NIIFS Manejo Programa Office
EXPERIENCIA:	1 año en manejo empresas turísticas

Elaborado: La autora

Tabla 98 Descripción de funciones contador

Puesto: Contador (a)		
ADMINISTRADORA DEL TELEFERICO	Misión del puesto.- Realizar y ejecutar competencias en el ámbito contable-financiero y normativo en lo que respecta a la empresa.	
<p>PERFIL</p> <p>REQUISITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ingeniero, Lic. Doctor en Contabilidad y Auditoría. - Cursos tributación, IESS, Legislación laboral 2 años experiencia -Cursos de las NIIFS <p>RELACIÓN FUNCIONAL</p> <p><u>Coordina con:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Gerente ☞ Cajeras 	<p>FUNCIONES :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Recopilación de Información contable, -Archivo de la documentación de sustento contable. -Realizar transacciones diarias en los libros contables. -Depósitos y transferencias de valores recaudados. -Elaboración de estados financieros, - Realizar pagos nómina -Pago a proveedores -Declaraciones impuestos y anexos. -Elaboración de Retenciones en la Fuente -Elabora el presupuesto con el Gerente -Manejo de Historia Laboral del IESS. -Manejo de página del Ministerio de Trabajo -Realiza la constatación física de activos. <p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Agente de retención. -Manejo presupuestario y de la entrega de la información presupuestaria. 	
Elaborado	Revisado	Autorizado

Elaborado por: La Autora

Tabla 99 Descripción de funciones cajera

IDENTIFICACIÓN	
UNIDAD ADMINISTRATIVA:	CONTABILIDAD
CARGO:	CAJERA
JEFE INMEDIATO:	GERENTE
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Dar la bienvenida con amabilidad a los clientes que entren a las instalaciones del teleférico. <p>Velar por la seguridad de los documentos que llevan información confidencial.</p> <p>Atender con amabilidad a las llamadas telefónicas que se reciben así como correos electrónicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cobrar por los servicios que ofrece el Teleférico 	
ESPECIFICACIÓN DEL CARGO	
ESTUDIOS:	Bachiller
CONOCIMIENTO:	Contabilidad General

Elaborado por: La Autora

Tabla 100 Descripción de funciones - Cocinera

IDENTIFICACIÓN	
UNIDAD ADMINISTRATIVA:	PRODUCCIÓN
CARGO:	COCINERA
JEFE INMEDIATO:	GERENTE
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Cuidar adecuadamente el equipo de cocina y solicitar su mantenimiento adecuado. • Recepcionar el pedido y cumplirlo en el menor tiempo posible. • Revisar que los productos para preparar la comida y bebida se encuentren en perfecto estado. • Realizar los pedidos que se necesitan para la preparación de los alimentos y bebidas. 	
ESPECIFICACIÓN DEL CARGO	
ESTUDIOS:	Bachiller
CONOCIMIENTO:	Gastronomía Ecuatoriana

Elaborado por: La autora

Tabla 101 Descripción de funciones – Ayudante de cocina

IDENTIFICACIÓN	
UNIDAD	PRODUCCIÓN
CARGO:	AYUDANTE DE COCINA
JEFE INMEDIATO:	GERENTE
FUNCIONES	
<p>Registrar la entrada de dinero de los pedidos que se hayan realizado.</p> <p>Realizar el aseo completo de la cocina conjuntamente con los utensilios y el equipo de cocina.</p> <p>Atender con amabilidad a todos los pedidos que realicen los clientes.</p>	
ESPECIFICACIÓN DEL CARGO	
ESTUDIOS:	Bachiller
CONOCIMIENTO:	Gastronomía Ecuatoriana

Elaborado por: La autora

Tabla 102 Descripción de funciones-Limpieza

IDENTIFICACIÓN	
UNIDAD	PRODUCCIÓN
CARGO:	LIMPIEZA
JEFE INMEDIATO:	GERENTE
FUNCIONES	
<p>Mantener limpias el área administrativa del teleférico turístico.</p> <p>Mantener limpias el área de recreación, Cuidar de las herramientas de trabajo.</p> <p>Cumplir con el mantenimiento del área administrativa y del teleférico a diario</p> <p>Cumplir con el mantenimiento del cuarto de máquinas.</p>	
ESPECIFICACIÓN DEL CARGO	
ESTUDIOS:	Bachiller
CONOCIMIENTO:	Mantenimiento de áreas administrativas

Elaborado por: La autora

6.6. Marco Legal

Dentro del marco legal es necesario citar los artículos más importantes de las leyes y normas que se aplican para la creación del paradero turístico.

6.6.1. Constitución de la República del Ecuador

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 66; Literal 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Art. 83; Literal 6.- Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento descanso y desarrollo de la personalidad.

6.6.2. Ley de Turismo

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

Alojamiento: Hotel, Hostal, Hostería, Pensión, Motel, Cabaña, Refugio, Albergue, Apartamento Turístico, Camping, Ciudades vacacionales. Alimentos y Bebidas: Bares, Restaurantes, Cafeterías, Fuentes de Soda.

Agencias de Viajes: Mayorista, Internacional, Operadora, Dual.

Recreación, Diversión y Espaciamento o de Reuniones, Parques de Atracciones Estables: bolera, centro de convenciones, centro de recreación turística, discoteca, organizador de eventos, peña, pista de patinaje, sala de baile, sala de recepciones y banquetes, temas y balnearios.

Transporte Turístico: Líneas de Transporte Aéreo Nacional e Internacional, Servicios de Transporte Terrestre Turístico, Alquiler de Automóviles (Renta Car).

Art 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá;

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Art. 57.- Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

6.6.3. Reglamento General a Ley de Turismo

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 60.- Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

6.6.4. Reglamento General de Actividades Turísticas

Art. 31.- Complejos vacacionales.- Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

Art. 32.- Servicios en los complejos vacacionales.- Para que un alojamiento sea considerando complejo vacacional deberá prestar como mínimo los siguientes servicios:

Servicios de carácter deportivo: Se facilitará a los clientes los artículos necesarios para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.

Art. 33.- Tarifas en los complejos vacacionales.- Los complejos vacacionales cobrarán una tarifa especial por persona como remuneración por el hospedaje diario, tarifa en la que estará comprendida, además del alojamiento, la pensión alimenticia y el uso y goce normal de todas las instalaciones y servicios del establecimiento, con excepción de las siguientes:
Campo de golf., Pista de tenis, Bolos.

Alquiler de caballos, embarcaciones y demás material y equipo deportivo.

Art. 34.- Reglamento interno de los complejos vacacionales.- En todos los complejos vacacionales existirá un reglamento de régimen interno, que deberá ser aprobado por el Ministerio de Turismo, figurará en un lugar destacado de la recepción y contendrá las disposiciones a las que deberán sujetarse los huéspedes.

En el reglamento se determinarán las condiciones de funcionamiento del alojamiento, los derechos y deberes de los clientes, los horarios de los diferentes servicios y más regulaciones

para la utilización de los mismos.

6.6.5. Ley de Compañías

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Art. 136.- La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

6.7. Código de ética

- Aprender a conocer y respetar a los turistas que nos visitan y a informarse sobre sus gustos y expectativas.
- El turismo es una actividad asociada al descanso, diversión, deporte y a la naturaleza la cual debe practicarse como un medio del desarrollo individual y colectivo.
- Facilitar al turista un lugar adecuado e higiénico para el desarrollo del esparcimiento.
- Promover los valores éticos dentro del complejo turístico para que el ambiente laboral sea positivo.
- Los trabajadores del complejo turístico tienen el derecho y el deber de adquirir una formación inicial y continua adecuada.

6.8. Constitución Jurídica

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO – CANTÓN IBARRA

- La Licencia Única Anual de Funcionamiento “LUAF” es la licencia otorgada por la Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra, a los establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo, para que puedan desarrollar sus actividades con normalidad.

La Licencia Única Anual de Funcionamiento es la única autorización legal necesaria otorgada por la Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra a los establecimientos turísticos, sin la cual no podrán operar o funcionar y tendrá una validez de un año debiendo actualizarla anualmente. La fecha máxima de pago es hasta el 31 de marzo de cada año.

- Certificado de registro y categorización como establecimiento turístico otorgado por el Ministerio de Turismo Coordinación Zonal 1

Requisitos:

- Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatutos. (solo para personas jurídicas);
- Nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil (solo para personas jurídicas);
- Copia a color de cedula de identidad y papeleta de votación o pasaporte (solo para extranjeros);
- Copia a color del RUC

- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos del establecimiento a registrarse debidamente firmado por el propietario;
- Formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del uno por mil
- Copia del Certificado de búsqueda fonética emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual;
- 2 Copias de Patente Municipal del año vigente a color; Informe de compatibilidad de uso de suelo actualizado.
- Comprobante de pago del 1*1000 otorgado por el Ministerio de Turismo Coordinación Zonal 1 (original y copia)

Requisitos:

- Por primera vez se cancela a través de un inventario valorado de activos fijos (edificaciones e instalaciones, maquinarias, muebles enseres y equipos de computación), que conforman el establecimiento y debe presentar original y 3 copias del formulario diseñado para el efecto, firmado por el propietario o representante del establecimiento, además del original y dos copias del depósito.

Registro Sanitario emitido por la Dirección Provincial de Salud del MSP.

Requisitos:

- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el

establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda.
- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.

RUC original y copia

- Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Copia de la cédula de identidad y presentar el certificado de votación del último proceso electoral
- Documento original y copia de la Cédula de Identidad y Papeleta de Votación
- Comprobante de pago de Patente Municipal (original y copia)

Requisitos:

- Declaración del Impuesto patente formulario Nro. 001 (Comprar en la ventanilla 11 de la Tesorería Municipal Costo \$1,00)
- Declaración de Activos Totales formulario Nro. 002 (Comprar en la ventanilla 11 de la Tesorería Municipal Costo \$0,50)
- Original y copia de la declaración de impuesto a la Renta del año anterior al de la declaración.
- Detalle justificativo del deducible.
- Copia de la cédula y copia del nombramiento del representante legal.
- Comprobante de inspección del Cuerpo de Bomberos y permiso actualizado(Para Bares y Discotecas)

Requisitos:

- Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega en las Oficinas del Cuerpo de bomberos de Ibarra y adjuntar. Informe de la Inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos de Ibarra
- Copia de la Patente Municipal
- Copia de la cédula de ciudadanía si es persona natural o del representante Legal en el caso de persona jurídica.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI

- Copia de la inspección del año anterior en caso de existir
- Permiso de uso de suelo otorgado por la Dirección de Planificación (Para Bares y Discotecas)

Requisitos:

- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde
- Croquis de ubicación
- Certificado de no adeudar al IMI.
- Comprobante de pago de la Tasa de Turismo (original y copia.)

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Impactos del proyecto

El análisis de impactos se realiza en el presente proyecto mediante la aplicación de una matriz de impactos, sobre lo sociocultural, económico, ambiental, educativo y general, estableciendo al final una matriz general a fin de establecer, si el proyecto es aceptable.

Determinados los impactos a evaluar se realizan los cálculos respectivos para identificar el nivel de impacto, considerando escalas de puntuación a cada nivel, para luego realizar el análisis de los diferentes impactos.

En la matriz se señala una valoración de 1 a 3, positivos y negativos, que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

Tabla 103 Matriz de Impactos

Valoración Cualitativo	Valoración Cuantitativa
-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

Elaborado por: la autora

Para determinar el grado de impacto se realizará un cálculo con la fórmula:

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

- Impacto económico
- Impacto Socio-cultural
- Impacto empresarial
- Impacto Salud
- Impacto Ambiental

El indicador se constituye por cada uno de los criterios que se adoptan con la finalidad de realizar en análisis de un determinado impacto.

7.1.1. Impacto económico

Tabla 104 Impacto económico

Valoración Cuantitativa	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicadores								
Administración de recursos económicos							X	3
Comercialización con niveles óptimos para cliente-empresa							X	3
Estabilidad económica empresarial – institucional							X	3
Ingreso per cápita							X	3
TOTAL								12

Elaborado por: la autora

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

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{12}{4}$$

Nivel de impacto = 3

Nivel de Impacto = alto positivo

Análisis:

El proyecto está para generar a través del proceso de adaptación de sistema empresarial los retos de competitividad, así como para los clientes, considerando que una demanda y una empresa que se proyectan con una mejor utilización de sus presupuestos, por lo que se espera un impacto positivo.

El aporte de este trabajo investigativo, se contribuye a la canalización de los bienes de capital y gestión empresarial, mediante planes de identificación de condiciones del mercado, que favorece niveles óptimos y atractivos tanto para empresa como para la demanda. Por lo que el proyecto espera generar un impacto medio positivo.

Se espera lograr con la implantación de las estrategias establecidas, la estabilidad económica para la empresa dando como resultados beneficiarios directos como los dueños y el talento humano y los externos que son los proveedores y la sociedad que consolidan convenios de comercialización y atención de calidad.

Al igual que la empresa que se encuentra en proceso de creación, como proveedores y demanda y la población en general se aprovecharán y beneficiarán de manera directa, con un servicio de alta calidad y la economía de su presupuesto, produciéndose un impacto medio positivo.

7.1.2. Impacto socio – cultural

Tabla 105 Impacto socio-cultural

Indicadores	Valoración Cuantitativa	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Mejoramiento del servicio al consumidor								X	3
Integración del sector empresarial								X	3
Creación de fuentes de trabajo							X		2
Integración empresa y sociedad							X		2
Proyección en la comunidad							X		2
Calidad de vida de la población								X	3
TOTAL									15

Elaborado por: la autora

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

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{15}{6}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,5$$

Nivel de Impacto = alto positivo

Análisis:

Al ejecutar la propuesta planteada para implementar la empresa, se obtendrá un impacto alto positivo socio cultural ya que podremos contribuir a que los niveles de pobreza disminuyan generando fuentes de trabajo para las personas de la localidad de ante mano lograr una mejor calidad de vida. La empresa generará mayores recursos que pueden ser reinvertidos en el

mejoramiento de la infraestructura, así también pueda verse mejor en las páginas digitales y sitios web logrando una integración entre la sociedad.

7.1.3. Impacto empresarial

Tabla 106 Impacto Empresarial

Indicadores	Valoración cuantitativa	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Creación de valor de empresa								X	3
Enfoque al Cliente								X	3
Participación del personal							X		2
Mejora continua de Procesos								X	3
Gerencia proactiva							X		2
Total							4	9	13

Elaborado por: la autora

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

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{13}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,6$$

Nivel de Impacto = medio alto positivo

Análisis:

El proyecto tiene una visión empresarial sin descuidar la atención a los indicadores socioeconómicos locales y del país, lo que hace generar proyección a la comunidad. Se espera un impacto medio positivo.

Es importante crear un valor agregado a la empresa para obtener buenos resultados en el tiempo por lo que el proyecto trabajara en aquello.

El proyecto tendrá una atención personalizada hacia el cliente. Los servicios turísticos gastronómicos que el cliente los necesite serán de calidad con una atención calidez.

El proyecto buscará la participación del talento humano en las decisiones importantes, que permitirán que el clientes se siente a gusto.

Se considera que el mejoramiento continuo es importante para que los servicios turísticos estén siempre en busca de la calidad.

La gerencia es de vital importancia ya se toman decisiones importantes. Es por ello se tendrá una gerencia proactiva por lo que se espera impactos positivos en el transcurso de vida útil del proyecto.

7.1.4. Impacto de salud

Tabla 107 Impacto de Salud

Valoración cuantitativa	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicadores								
Calidad de vida							X	3
Mayor rendimiento laboral							X	3
Mejorar presencia física							X	2
TOTAL							2	6
								8

Elaborado por: la autora

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

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,67$$

Nivel de Impacto = medio alto positivo

Análisis:

- La calidad de vida usualmente anhela todo ser humano y genera un estado de ánimo en las personas positivamente, transmitiendo energía positiva en medio en donde realiza sus actividades. El proyecto generará un impacto medio positivo alto.
- Se considera que la población con un nivel adecuado de salud, genera un ambiente de confianza al momento de prestar sus servicios en el trabajo físico o intelectual, reflejándose en desempeño y el rendimiento, los mismos que el proyecto se verá beneficiado con talento humano sano.

- Un estado de salud, refleja el estado de ánimo, el mismo que se puede ver reflejado en una mejor presencia física de las personas. En el caso del proyecto este genera un impacto positivo medio.

7.1.5. Impacto ambiental

Tabla 108 Impacto Ambiental

Valoración Cuantitativa	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicadores								
Manejo de normas ambientales y de manejo de desechos						X		2
Implantación de normas de manufactura de alimentos							X	3
Políticas de comercialización y consumo de materiales y materia prima						X		2
TOTAL								7

Elaborado por: la autora

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

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,33$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \text{medio positivo}$$

Análisis:

El proyecto reciclará la mayor parte de los desechos producidos por la actividad empresarial y buscara la manera que la comunidad lo haga también ya que esto crea una buena

imagen del lugar.

Se procurará clasificar los desechos entre orgánicos e inorgánicos con la finalidad de ser reutilizados como por ejemplo el humus.

Los desechos sólidos se reciclara la mayoría y lo que no podamos darle un nuevo uso se arrojaran a la basura que recoge con el responsabilidad de buscar un mejor destino.

Se buscará la calidad en cuanto a suministros y materia prima, que se transferirá a los productores, dando una mayor importancia a los proveedores que aplican normas orgánicas en la producción de los alimentos. Se establece por lo tanto un impacto medio positivo.

7.1.6. Impacto general

Tabla 109 Impacto General

Valoración Cuantitativa	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicadores								
Económico							X	3
Social							X	3
Empresarial							X	3
Salud						X		2
Ambiental								
TOTAL						2	9	11

Elaborado por: la autora

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

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{11}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,2$$

Nivel de Impacto = medio positivo

Análisis:

Por lo expuesto vemos el proyecto genera impactos tanto negativos como positivos pero en general tiene un impacto positivo alto.

En concordancia a los impactos estudiados se concluye que no existe complicaciones o peligros para realizar el proyecto porque no existen impactos negativos que impliquen riesgos.

El proyecto es óptimo, generará cambios sociales, porque crean nuevas fuentes de trabajo, lo que permite generación de nuevos ingresos, que se verán traducidos en un

incremento del bienestar de las familias y la sociedad en general. En el caso en estudio tenemos un impacto positivo alto.

El aspecto empresarial, es importante tomar en cuenta, al momento de implementar una empresa porque se debe tomar en cuenta que la toma de decisiones debe ser al instante y los resultados inmediatos.

Los impactos ambientales son los más bajos en los cuales se debe trabajar para mejorar.

Se recomienda realizar las inversiones necesarias para que los impactos ambientales mejoren el mismo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de un mercado potencial insatisfecho, frente a la oferta actual, determinando de esta manera la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del tamaño del mercado.

Según el estudio de mercado realizado mediante encuestas, se concluyó que existiría una demanda creciente del servicio al ser novedoso.

Las estadísticas realizadas permitieron pronosticar la demanda y oferta, a través de un modelo de regresión lineal para los próximos cinco años. La demanda insatisfecha de visitantes al teleférico se expresó en base a visitantes esperados, promedio de ocupación aceptable, relación cabinas ocupadas y horas de permanencia por día de necesidad.

El estudio técnico estableció los requerimientos como infraestructura en edificaciones para las boleterías de servicio de teleférico, oficinas administrativas, áreas recreacionales y complementos de ingeniería civil que el proyecto requiere de acuerdo a los productos y servicios que se ofertará.

Una vez diseñado el modelo de negocio que contiene toda la información presupuestaria, estados financieros proyectos, los cuales reflejaron que el proyecto es factible realizarlo ya que todos sus indicadores financieros son positivos.

El presente proyecto supera las expectativas de un simple proyecto de factibilidad brindando una mayor visión de incursión de la industria del turismo recreativo gracias a la exhaustiva experiencia y afinidad del autor.

RECOMENDACIONES

La empresa que comenzará a funcionar, deberá ser un ejemplo de productividad a través de la correcta aplicación de marketing y de la asistencia de estrategias de comercialización como son: estrategias de promoción, estrategias del producto servicio, estrategias de plaza y de los precios.

Se recomienda utilizar publicidad y promoción basada en resultados, es decir de las buenas experiencias de los clientes, del excelente servicio de la empresa, con el afán de mejorar el posicionamiento en el mercado. Esta estrategia ayuda a publicitar a la empresa de manera gratuita y sin costos financieros adicionales.

La subjetividad de los pronósticos estudiados de oferta y demanda, hace necesario que se controle si se cumple con los presupuestos de ventas de la empresa para medir la eficiencia de las proyecciones y flexibilizar la planificación financiera, con la finalidad de que se cumpla lo proyectado.

Se recomienda que la estrategia de diferenciación. Se base en generar productos y servicios de alta calidad a través de los procedimientos descritos en el estudio técnico. Esta recomendación se la plantea porque esta es una de las formas más eficientes de posicionarse en el mercado a través de una clara identificación de la empresa ante la competencia.

Se recomienda controlar los procesos de organización y administración de la empresa mediante la aplicación de un modelo de gestión administrativo, ya que así se traduce el direccionamiento estratégico del modelo de forma eficiente y eficaz.

Se deberá aprovechar la oportunidad de implementar la nueva empresa ya que los indicadores de evaluación financiera reflejaron un adecuado nivel de rentabilidad.

Para una posterior implementación del proyecto se podrá usar el presente estudio de pre factibilidad como base para así desarrollar y ahondar más profundamente en detalles y características en especial de procesos para la industria del turismo.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

Banco Central del Ecuador . (2016). *iIndicadores Económicos* . Ecuador. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>

Cámara de Comercio y Producción Ibarra. (2016). *Ibarra, eje comercial de la Región Norte*. Ibarra, Imbabura, Ecuador. Obtenido de <http://www.camaracomercioibarra.com/Ibarra/>

Correos del Sur . (2015). Exito en las alturas, fiebre de teleféricos. Obtenido de https://correodelsur.com/ecos/20150322_fiebre-de-telefericos.html

ECUADOR EN CIFRAS. (2016). *INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC) CANASTAS* . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>

ECUADOR, B. C. (07 de 10 de 2016). <https://www.bce.fin.ec/>.

Ecuale. (2015). Provincia de Imbabura. Obtenido de <http://www.ecuale.com/imbabura/>

EL COMERCIO. (enero de 2016). La economía en el 2016. *La economía del país*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/economia-2016-fmi-cepal-ecuador.html>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra. (2016). *Visitas Turísticas*. Obtenido de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/gestion-turistica/visitas-turisticas>

Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra. (2016). *Ibarra, ciudad a la que siempre se vuelve*. Obtenido de Ibarra, ciudad a la que siempre se vuelve: <https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/informativo/ibarra1234/informacion->

general

<http://www.ecuale.com/imbabura/>. (06 de 11 de 2016). <http://www.ecuale.com/imbabura/>.

<http://www.viajeros.com/destinos/ecuador/>. (06 de 11 de 2016).

<http://www.viajeros.com/destinos/ecuador/>.

Ibarra, G. A. (10 de 11 de 2016).

<https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/informativo/noticiasactualidad/1561-87-586-6>.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). *Avance del Censo Nacional Económico*.

Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/resultados_generales_censo_economico.pdf

La Nación. (26 de marzo de 2015). *La Nación*. Recuperado el 30 de 09 de 2016, de

<http://lanacion.com.ec/turismo-tercera-fuente-de-ingresos-no-petroleros-de-ecuador/>

LEITNER AG. (2016). Obtenido de [https://www.leitner-](https://www.leitner-ropeways.com/es/empresa/informaciones-utiles/construccion-de-un-teleferico/)

[ropeways.com/es/empresa/informaciones-utiles/construccion-de-un-teleferico/](https://www.leitner-ropeways.com/es/empresa/informaciones-utiles/construccion-de-un-teleferico/)

Mapas del mundo. (2014). Mapa Político de Ecuador. Obtenido de

<http://espanol.mapsofworld.com/continentes/sur-america/ecuador/ecuador-mapa.html>

Ministerio de Economía y Finanzas. (2009). *Guía Técnica para la elaboración de*

Organigramas en el Sector Público Panameño. Obtenido de

<http://www.mef.gob.pa/es/servicios/Documents/Guia%20Tecnica%20para%20la%20>

[Elaboracion%20de%20Organigramas%20en%20el%20Sector%20Publico%20Panam](http://www.mef.gob.pa/es/servicios/Documents/Guia%20Tecnica%20para%20la%20)

[eno.pdf](http://www.mef.gob.pa/es/servicios/Documents/Guia%20Tecnica%20para%20la%20)

Ministerio de Economía y Finanzas. (2009). *Guía Técnica para la Elaboración de Organigramas en el Sector Público Panameño*. Obtenido de <http://www.mef.gob.pa/es/servicios/Documents/Guia%20Tecnica%20para%20la%20Elaboracion%20de%20Organigramas%20en%20el%20Sector%20Publico%20Panameno.pdf>

OMT. (2014).

Plan contable 2007. (s.f.). *Normas Internacionales de Información Financiera*. Obtenido de <http://plancontable2007.com/niif-nic/niif-normas-internacionales-de-informacion-financiera.html>

Producción, C. O. (10 de 11 de 2016). <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>.

Sectetaria Nacional de Planificación y Desarrollo . (2016). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. El Telégrafo .

SlideShare. (2008). *Diagramación, Flujogramas* . Obtenido de <http://es.slideshare.net/anieto61/flujogramas>

SlideShare. (2012). *Análisis de Estados Financieros*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/tatyka/mapa-conceptual-dianaobandoanalisis-12010279>

Vanessa, C. J. (2010). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO. En C. J. Vanessa. Quito.

Viajeros.com. (2014). Turismo en Ecuador. Obtenido de

<http://www.viajeros.com/destinos/ecuador/>

Codificación Código Tributario. (2010).

Codificación del Régimen Tributario Interno. (2012).

Codificación Ley de Compañías. (2010). Código del Trabajo. (2013).

COULTER, R. (2010). *Administración de empresas*. Mexico: Printice Hall. CUBILLO, J. (2010). *Marketing sectorial*. Madrid: Esic.

OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT). (2008). *La promoción de la empresa sostenible*. Ginebra: OIT.

ANEXOS

ANEXO 1 ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERIA EN MERCADOTECNIA

Objetivo: Conocer la aceptación de la ciudadanía Ibarreña para la creación de una empresa para el funcionamiento de un teleférico en la ciudad de Ibarra.

Instrucciones: Por favor lea y complete el cuestionario detenidamente señalado con una “X” y en caso de llenar escriba con una respuesta apropiada y concreta.

1.- ¿Con que frecuencia acude usted a distraerse en lugares turísticas?

- a.- Cada fin de semana
- b.- Una vez al mes
- c.- En feriados
- d.- Entre semana
- e.- Otros

Especifique.....

2.- ¿A que lugar acude para distraerse y relajarse?.

- a.- Lagunas
- b.- Complejos Turísticos
- c.- Parques
- d.- Montañas/Cerros
- e.- Otros

Especifique.....

3.- ¿Cuál es el factor determinante al momento de elegir un lugar turístico

a.- Servicio

b.- Ambiente

c.- Comida

d.- Diversión

e.- Otros

Especifique.....

4.- ¿Acude a Yahuarcocha los fines de semana?SI NO **¿Para qué?**

a.- Comer Pescados

b.- Pasear en Lancha

c.- Practicar parapente

d.- Pasear con la familia

e.- Otros

Especifique.....

5.- ¿Ha tenido la oportunidad de subir a un teleférico?

SI NO

6.- ¿Le gustaría que en la ciudad de Ibarra en el sector de Yahuarcocha se implemente un servicio de teleférico?

SI NO

¿Por qué?.....

7.- ¿Si se llegara a implementar este innovador servicio turístico usted sería usuario del mismo?

SI NO

¿Por qué?.....

8.- ¿Que días usarías este servicio?

a.- De Lunes a Viernes

b.- Fines de Semana

c.- Feriados

9.- ¿Qué otros servicios adicionales le gustaría que se implemente en este servicio además del teleférico?

a.- Bar-Restaurante

b.- Cafeteria

c.- Zona Wifi

d.- Area de Juegos

e.- Todas

10.- ¿Cuánto dinero pagaría usted por este servicio?

a.- De 5 – 10\$

b.- De 11 – 20\$

c.- De 21 – 30\$

d.- De 31 – 40\$

e.- Ma de 50\$

11.- ¿Qué forma de pago suele utilizar usted?

a.- Efectivo

b.- Tarjeta de Crédito

c.- Cheques

d.- Otros

12.- ¿Qué medios de comunicación utiliza usted para informarse?a.- Radio b.- Televisión c.- Prensa escrito d.- Internet e.- Otros **13.- ¿Qué canal de televisión Ibarreños mira uste con frecuencia?**

.....

.....

DATOS TÉCNICOS:**Edad:**

Menos de 20 -----

21 – 25 -----

26 – 30 -----

31 – 35 -----

36 – 40 -----

Más de 40 -----

Género:

Masculino -----

Femenino -----

Instrucción:

Primaria -----

Secundaria -----

Superior -----

Ninguna -----

Ocupación:

Ama de casa -----

Comerciante -----

Estudiante -----

Empresario -----

Empleado -----

Público -----

Privado -----

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2 LEY DE TURISMO

De acuerdo al Art. 5 de la Ley de Turismo, se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen o la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicios de alimentos y bebidas;
- c) Transportación cuando se dedica principalmente al turismo inclusive al transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esta actividad se considera parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadores de eventos y convenciones: y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

De acuerdo al Art. 8 de la Ley de Turismo, para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

De acuerdo al Art. 15 numeral 1 de la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana y debe preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional.

LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO

Financiar proyectos de pre inversión e inversión, a través de líneas de crédito específicas para los sectores de: agricultura, ganadería, pesca, energía y minas, riego y control de inundaciones, salud, turismo, educación y cultura, transporte y comunicación, entre otros.

▼ DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Beneficiarios: De acuerdo a las Políticas de Crédito del Banco del Estado, son sujetos de crédito:

- GAD a nivel nacional,
- Organismos estatales
- Organismos de desarrollo regional y entidades regionales de desarrollo,
- Empresas públicas
- Empresas de economía mixta
- Otras instituciones de derecho público o privado

Condiciones financieras: Se contemplan financiamientos de:

- Hasta 5 años plazo para pago de la deuda contraída
- 60% subvención para preinversión
- Asistencia técnica en el desarrollo del proyecto.

Inversionistas:

- Banco del Estado

Logros alcanzados:

Durante el periodo comprendido entre 2007 a junio de 2014, el Banco ha realizado aprobaciones por US\$ 583 millones dentro de este sector.