



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y SERVICIOS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
CONSERVACIÓN AMBIENTAL**

**MODALIDAD PRESENCIAL**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y CONSERVACIÓN AMBIENTAL**

**TEMA: PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA  
AGENCIA DE VIAJES ESPECIALIZADA EN TURISMO COMUNITARIO EN LA  
CIUDAD DE QUITO**

**AUTORA:**

**STEPHANIE CAROLINA VIVERO GUERRA**

**TUTOR:**

**MAURICIO ALBERTO BALAREZO NOBOA**

**QUITO-ECUADOR 2017**

**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO****PROYECTO DE TITULACIÓN**

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	171709624-0
<b>APELLIDO Y NOMBRES:</b>	Vivero Guerra Stephanie Carolina
<b>DIRECCIÓN:</b>	Francisco Aguirre N 53-58 y Capitán Ramón Borja
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:stefy_cvg1@hotmail.com">stefy_cvg1@hotmail.com</a>
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2413030
<b>TELÉFONO MOVIL:</b>	0999010839

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	Proyecto de pre factibilidad para la creación de una agencia de viajes especializada en turismo comunitario en la ciudad de Quito
<b>AUTOR O AUTORES:</b>	Vivero Guerra Stephanie Carolina
<b>FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:</b>	7 de agosto del 2017
<b>DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:</b>	Balarezo Noboa Mauricio Alberto
<b>PROGRAMA</b>	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en administración de empresas turísticas y conservación ambiental
<b>RESUMEN: Mínimo 250 palabras</b>	Actualmente en el Ecuador el turismo comunitario es la participación de todos los miembros de la comunidad para poder destacar sus riquezas y preservar el patrimonio natural como cultural, también sus costumbres y forma de vida de cada comunidad.  La investigación es actual, novedosa y relevante para el entorno debido a que se

	<p>enfatará en el turismo comunitario, con el fin de ayudar a los pobladores y familias que se han dejado de lado. Dicha investigación tendrá los siguientes impactos como: impacto social; es el riesgo por el flujo de turistas que generan un impacto a la comunidad, también es un factor predominante la migración que se vive en la actualidad. Impacto ambiental; evitar la contaminación cerca de las comunidades y dentro de las mismas, cuidado de las especies endémicas de la zona. Impacto económico; genera un aporte económico a las comunidades por prestar los servicios a la agencia de viajes. Si no se busca una solución para promocionar al turismo comunitario, las comunidades se verán afectadas por empresas y socios extranjeros que busquen lucrarse, se ofertará al perfil del turista que esté interesado en conocer más del tesoro que tiene el Ecuador en relación al turismo comunitario.</p> <p>La creación de una agencia de viajes especializada en turismo comunitario busca mejorar la promoción de los paquetes turísticos, donde se manejen de una manera adecuada los recursos naturales y la apreciación del patrimonio cultural. Por tal motivo la presente propuesta resultará innovadora con el fin de promocionar el turismo comunitario en la ciudad de Quito.</p>
<p><b>PALABRAS CLAVES:</b></p>	<p>Turismo, turismo comunitario, agencia de viajes, promoción.</p>
<p><b>ABSTRACT:</b></p>	<p>Nowadays in Ecuador the community tourism consist in the participation of all</p>

the members of the community to focus the wealth that a community has and to preserve the natural heritage as natural as cultural, also their customs and way of life o every community.

The investigation is current, special and outstanding to the environment due to emphasize the community tourism, all of these has the single objective to help the people and families that has been set aside. This investigation will have the following impacts like: social impact; which means the risk to have a big flow of tourists that generates the impact inside the community, also is an important impact the prevalent migration which happens nowadays, environmental impact; avoid the pollution close to the communities and inside them taking care of the endemic species around the zones, economic impact; which generates an economic input to the communities to provide a service to the travel agency.


If we don't find a solution to promote the community tourism, the communities will be affected by another companies and foreign partners which only try to get a profit, it will be offered to the tourist which is interested on knowing more about the treasure that only Ecuador has and the relation to the community tourism.

The creation of a travel agency which is specialized in community tourism has the objective to promote the tourist package where they are managed in an appropriate way the natural resources and the appreciation of the cultural heritage.

	For this reason the present proposal will be innovative with the main purpose to promote the community tourism in Quito city.
KEYWORDS	Tourism, community tourism, travel agency, promotion

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f.

  
VIVERO GUERRA STEPHANIE CAROLINA

171709624-0

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **VIVERO GUERRA STEPHANIE CAROLINA**, CI 171709624-0 autor/a del proyecto titulado: **Proyecto de pre factibilidad para la creación de una agencia de viajes especializada en turismo comunitario en la ciudad de Quito**, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y CONSERVACIÓN AMBIENTAL** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 7 agosto del 2017

f. \_\_\_\_\_

VIVERO GUERRA STEPHANIE CAROLINA

171709624-0



**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor de tesis de grado certifico que el presente trabajo que lleva por título **"Proyecto de pre factibilidad para la creación de una agencia de viajes especializada en turismo comunitario en la ciudad de Quito"**, para aspirar al título de **Ingeniera en administración de empresas turísticas y conservación ambiental** fue desarrollado por **Stephanie Carolina Vivero Guerra**, bajo mi dirección y supervisión, en la Facultad de Hospitalidad y Servicios; y que dicho trabajo cumple con las condiciones requeridas para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del Jurado examinador que se designe.

**BALAREZO NOBOA MAURICIO ALBERTO****DIRECTOR DEL TRABAJO**

C.I. 1707976229

**DECLARACION JURAMENTADA DEL AUTOR**

Yo, **STEPHANIE CAROLINA VIVERO GUERRA**, portador(a) de la cédula de identidad N° **171709624-0**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en ese documento.

La Universidad Tecnológica Equinoccial puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

f:   
\_\_\_\_\_

**VIVERO GUERRA STEPHANIE CAROLINA**

**C.I. 171709624-0**



## Dedicatoria

*Esta tesis la dedico a mi Dios quien supo guiarme por el buen camino y nunca me desamparo, por brindarme las fuerzas para seguir adelante durante mis luchas, mis tropiezos y mis logros.*

*Para mi papá Carlos Vivero que desde el cielo sé que está orgulloso de la mujer y profesional que logre ser y que cumplí uno de sus sueños, el verme triunfar y alcanzar un peldaño más en mi vida.*

*A mi mamá que es y será mi mejor amiga que vio mis derrotas, mis logros y sobre todo sacar adelante a mí hermano y a mí en una etapa tan dura y guiarme por el buen camino, también quiero dedicar a mis abuelitos (Rafael y Fanny) que son mis segundos padres que supieron darme el apoyo y confianza para consultarles cualquier duda, por darme sus consejos, relatarme sus historias, por ello y muchas cosas más estoy agradecida por tener una familia tan unida y ejemplar.*

*“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa”. (Mahatma Gandhi)*

## Agradecimiento

*Agradezco a mi familia que en diversas situaciones me han sabido ayudar durante todas mis batallas y me han enseñado a superarlas de la mejor manera.*

*A mis profesores por cada conocimiento que me brindaron durante mi vida universitaria, por enseñarme más de mi profesión y luchar cada día, cada noche de desvelo al entregar trabajos, rendir un buen examen y sobre todo disfrutar de cada experiencia que se me presentó.*

*Agradezco a mis hermanas Angie y Mafer, aunque no son de sangre lo son de corazón, que a pesar de todo lo que he pasado siempre han estado a mi lado desde el colegio y la universidad dando su apoyo incondicional hasta el día de hoy.*

*Agradezco también a mi Tutor Mauricio por ser paciente conmigo en cada avance de este proyecto que es mi tesis, por saber brindarme sus conocimientos, su confianza y su apoyo incondicional.*

**INDICE**

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.3.1. Pregunta General.....	5
1.3.2. Pregunta Específica.....	6
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	6
2.1. Objetivo General .....	6
2.2. Objetivos Específicos.....	6
3. JUSTIFICACIÓN .....	7
4. MARCO REFERENCIAL .....	9
4.1. MARCO TEÓRICO REFERENCIA (BASES TEÓRICAS).....	9
4.2. MARCO LEGAL .....	13
4.3. MARCO INSTITUCIONAL.....	18
4.4. MARCO CONCEPTUAL.....	20
4.5. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	22
4.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	23
Capítulo I .....	25
5. DIAGNÓSTICO .....	25
5.1. CONTEXTO ECONÓMICO .....	25
5.2. CONTEXTO CULTURAL .....	29
5.3. CONTEXTO REGULATORIO .....	32
5.4. CONTEXTO TECNOLÓGICO .....	36
Capítulo II .....	38
6. ESTUDIO DE MERCADO.....	38
6.1. OBJETIVOS.....	38
6.2. DEMANDA .....	39
TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	44
6.3. OFERTA .....	61
6.4. BRECHA.....	69
6.5. ESTRATEGIA DE VENTAS EMPLEADAS POR LA COMPETENCIA.....	72
6.6. CONCLUSIONES .....	78
Capítulo III.....	80

7. ESTUDIO TÉCNICO.....	80
7.1. LOCALIZACIÓN .....	80
7.2. INVERSIONES.....	83
7.3. CÁLCULO DE INGRESOS .....	86
7.4. CÁLCULO GASTOS .....	87
7.5. PROCESOS OPERATIVOS.....	97
7.6. Estudio Organizacional .....	100
Capítulo V.....	103
8. ESTUDIO FINANCIERO.....	103
8.1. RESUMEN DE INVERSIONES .....	103
8.2. RESUMEN INGRESOS .....	104
8.3. RESUMEN GASTOS .....	105
8.4. FINANCIAMIENTO DE INVERSIONES.....	107
8.5. FLUJO DE EFECTIVO NETO.....	109
8.6. EVALUACIÓN FINANCIERA .....	113
8.7. ESTADOS FINANCIERO.....	119
8.8. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO .....	123
CONCLUSIONES .....	124
RECOMENDACIONES.....	126
BIBLIOGRAFÍA .....	127
ANEXOS .....	130
Anexo A: Encuesta agencia de viajes Quito .....	130

## Índice de Figuras

<b>Contenido</b>	<b>Pág</b>
Figura 1: Porcentaje de las actividades económicas turísticas.....	25
Figura 2: Porcentaje de paquetes turísticos que ofrecen 5 agencias de viajes en el sector de la Mariscal Foch- Quito. ....	30
Figura 3: Grado de aceptación por parte de los turistas al adquirir un paquete turístico especializado en turismo comunitario.....	30
Figura 4: Edad de los encuestados.....	44
Figura 5: Género de los encuestados.....	45
Figura 6: Nacionalidad de los encuestados.....	46
Figura 7: Ocupación de los encuestados.....	47
Figura 8: Nivel de ingresos de los encuestados a nivel mensual.....	48
Figura 9: Respuesta de los encuestados acerca del conocimiento del turismo comunitario.....	49
Figura 10: Respuesta de los encuestados acerca de haber realizado turismo comunitario.....	49
Figura 11: Respuesta de los encuestados de cómo se han enterado del turismo comunitario.....	50
Figura 12: Encuestados que han acudido a una agencia de viajes especializada en turismo comunitario.....	51
Figura 13: Respuesta de los encuestados con referencia al pago de su estancia. ....	52
Figura 14: Respuesta de los encuestados que se han hospedado con la comunidad.....	53
Figura 15: Respuesta de los encuestados si desean adquirir y disfrutar de las actividades en las comunidades.....	54
Figura 16: Importancia de las actividades según los encuestados.....	55
Figura 17: Región del Ecuador según la aceptación de los encuestados.....	57
Figura 18: Preferencia al viajar.....	58
Figura 19: Estadía en un lugar.....	59
Figura 20: Presupuesto a pagar por el servicio.....	60
Figura 21: Aceptación de la creación de la agencia de viajes especializada en turismo comunitario.....	61
Figura 22: Descripción de las comunidades.....	64
Figura 23: Rubros de Operación.....	84
Figura 24: Rubros de Administración.....	84
Figura 25: Rubro de ventas.....	85
Figura 26: Detalle de paquetes y temporada de turistas.....	87
Figura 27: Tablas salariales con beneficios.....	93
Figura 28: Cálculo del capital de trabajo.....	96
Figura 29: Resumen de Inversiones.....	104
Figura 30: Resumen de Ingresos.....	105
Figura 31: Resumen del Financiamiento de las Inversiones.....	108
Figura 32: Resumen del Total de Inversión.....	109
Figura 33: Flujo de Fondos.....	112
Figura 34: Detalle del TREMA.....	114
Figura 35: Formulas VAN BENEFICIOS / VAN COSTOS.....	115



Figura 36: Punto de equilibrio primer año.....	118
Figura 37: Comprobación del punto de equilibrio.....	119
Figura 38: Balance General del Primer año.....	120
Figura 39: Estado de resultados proyectado.....	122

### Índice de Tablas

<b>Contenido</b>	<b>Pág</b>
Tabla 1: Información de las comunidades del Ecuador.....	68
Tabla 2: Aventure Colombia – Itinerario.....	74

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. ANTECEDENTES**

Los datos proporcionado por la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador), menciona el turismo comunitario representa aproximadamente entre 7 y 10 millones de turistas por año (Diaz, s.f), esto quiere decir que es el 1% del total por lo tanto aproximadamente 10.000 de estos turistas son usuarios potenciales para los programas de turismo comunitario.

¿Cómo mejorar la comercialización del Turismo Comunitario en el Ecuador a través de una agencia de viajes?

Proponer la creación de una Agencia de Viajes especializada en Turismo Comunitario en la ciudad de Quito, mediante un proyecto de Pre- factibilidad para mejorar la promoción de paquetes turísticos. Según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE, 2007), propone que el Turismo Comunitario es la actividad económica solidaria que en conjunto con los turistas desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, teniendo el manejo adecuado de los recursos naturales y la apreciación del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados.

Para desarrollar el proyecto de pre factibilidad será el método cuantitativo y el método descriptivo que se combinaran con el método deductivo. Las herramientas más óptimas para el levantamiento de la información son las entrevistas y las encuestas.

La presente propuesta es innovadora ya que se enfoca en promocionar enfatizando el Turismo Comunitario de la ciudad de Quito, debido que se destaca las tradiciones, culturas y costumbres que poseen cada comunidad. Por lo tanto el tema propuesto se dará a conocer a través de las agencias de viajes.

Los resultados esperados son que las comunidades que se encuentran en Ecuador sean más promocionados por las agencias de viajes destacando y valorando las tradiciones, culturas y costumbres.

El presente plan de pre-factibilidad tendrá impactos como la reactivación en el turismo comunitario y concientizar a la sociedad de tener un país enfocado al turismo sostenible.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

- Turismo comunitario “Es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística” (MINISTERIO DE TURISMO, 2011). El turismo comunitario se considera como un modelo de gestión que permite que la comunidad local pueda aprovechar todos sus recursos para que así se desarrolle y oferte servicios turísticos para que participen todos los miembros de la comunidad fomentando el turismo sostenible.

El turismo comunitario en el Ecuador en la actualidad es conocido como uno de los más desarrollados y reconocidos, en donde se ha llegado a reconocer cerca de cien (100) experiencias comunitarias y otros en proceso de formación. Este desarrollo se da en la autogestión y emprendimiento por parte de las comunidades, contando con el apoyo de organismos internacionales de cooperación, organismos no gubernamentales, fundaciones sin fines de lucro y sector público.

- El modelo de Community Based Tourism (CBT), sustenta que la organización de las comunidades deben estar dirigidas por cinco etapas que son: a) promueva la participación de la comunidad facilitando la redistribución del poder, b) el proceso de colaboración no avanza no existirá participación comunitaria ni la redistribución de poder, c) si no se realiza la participación comunitaria, redistribución del poder no se fomentara la colaboración de la misma, d) desigualdades en el poder buscara colaboración, e) El capital social se establece gradualmente en los procesos para mejorar la sostenibilidad del destino provocando ayuda dentro de la comunidad como otras partes interesadas (Okazaki, 2008, p.517). El autor establece cinco formas para tener un modelo destinado a la comunidad para que así la misma tenga una mejor participación, se llegará a ser más fácil obtener una redistribución de poder pero si esta participación no es factible no existirá, por lo tanto tampoco habrá la colaboración por parte de la comunidad, y primará la desigualdad provocando que el capital sea afectado por la comunidad y otras partes interesadas ya que el mismo es el motor para acelerar la participación, redistribución, poder y colaboración.

Cabe mencionar que también existe desafíos a largo plazo en el turismo comunitario en la actualidad donde cabe mencionar lo siguiente:” Mejora de los establecimientos relacionados con calidad, escasa y mala conectividad, Poca priorización del estado nacional y local para la

dotación de servicios básicos como vías, agua potable, luz eléctrica, Necesidad de diversificación de los productos ofertados, Limitado manejo profesional de los pequeños negocios turísticos tanto en la esfera operativa como en la gerencial, Insuficiente acceso a conocimientos y mercados.

Hay que señalar el esfuerzo constante y acelerado que hacen sus organizaciones para enfrentar estas limitaciones. El turismo comunitario en Ecuador se encuentra en un momento crucial de reconocimiento y consolidación y despierta grandes expectativas. Puede ser una de las ofertas más interesantes y genuinas del país, anclada a las raíces mismas de su identidad” (Procasur, s.f, p.9)

- El problema que actualmente el Ecuador enfrenta respecto al turismo comunitario y su comercialización, es que no se analizan todos los aspectos, factores económicos y la forma en la que estas comunidades comercializan sus servicios a través de las agencias de viajes.

Por ello al existir varias agencias o empresas operadoras en la ciudad de Quito con enfoque en el turismo comunitario se podrá innovar en la promoción turística de las agencias de viajes existentes, ya sea esta una idea o un proyecto que no se logró hacer realidad y el beneficio de los pobladores se considerará una mínima parte.

La inexistente organización dentro de las comunidades, presenta un desequilibrio al no promoverse la actividad turística, o estar mal dirigidas por agencias de viajes u operadoras que no buscan el bienestar de las comunidades, sino el propio bienestar de las empresas.



- Si no se busca una solución al problema de promoción al turismo comunitario, las comunidades se verán afectadas por empresas y socios extranjeros que busquen lucrarse a costa de los pobladores de las diversas comunidades que existe en el Ecuador, por ello aumentará la pérdida de entidades culturales, tradiciones, gastronomía y varias más que destaquen su actividad turística. Se busca que las comunidades existentes en el Ecuador sean promocionadas en cuanto al turismo, mediante paquetes turísticos que den a conocer sobre el estilo de vida de las mismas, la forma de sobrevivencia y la forma de instruir a las nuevas generaciones.

Todos estos aspectos serán tomados en cuenta para realizar un buen paquete turístico que se ofertará al perfil del turista que esté interesado en conocer más del tesoro que tiene el Ecuador en relación al turismo comunitario. Se propondrá realizar un proyecto de pre factibilidad para la creación de una agencia de viajes especializada en turismo comunitario, contando con herramientas como: contactos con el presidente de la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador) para conocer cómo se manejan estas al ofertar sus servicios, también se diseñará un estudio de mercado y técnico para la creación de la agencia de viajes en la ciudad de Quito, además lograr que esta pueda ofrecer los paquetes turísticos vía On-line, atrayendo a los turistas extranjeros o nacionales, y ser una agencia física y virtual.

### **1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.3.1. Pregunta General**

- ¿Cómo mejorar la comercialización del Turismo Comunitario en el Ecuador a través de una agencia de viajes?

### **1.3.2. Pregunta Específica**

- ¿Cuáles son los factores que tienen las agencias de viajes para realizar el turismo comunitario en la ciudad de Quito?
- ¿Cuál es el potencial actual de las agencias de viajes especializadas en turismo comunitario?
- ¿Por qué es factible la creación de una agencia de viajes especializada en turismo comunitario?

## **2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1. Objetivo General**

- Proponer la creación de una Agencia de Viajes especializada en Turismo Comunitario en la ciudad de Quito, mediante un proyecto de Pre- factibilidad para mejorar la promoción de paquetes turísticos.

### **2.2. Objetivos Específicos**

- Conocer la situación actual de las agencias de viajes que realizan actividades de turismo comunitario en la ciudad de Quito.
- Determinar la potencialidad del mercado para una agencia de viajes especializada en turismo comunitario.
- Establecer la factibilidad financiera del proyecto.

### 3. JUSTIFICACIÓN

Es necesario realizar la investigación de la creación de una agencia de viajes especializada en turismo comunitario, debido que al existir seis empresas registradas en esta actividad turística, no se ha logrado enfatizar ni hacer que una agencia de viajes promocióne únicamente paquetes de turismo comunitario, por ello se realizará un estudio de mercado para conocer cómo ha evolucionado la demanda del servicio de turismo comunitario para así enfatizar en los problemas que se han formado y por lo tanto ha sido un motivo donde no se arriesgan a vender dichos paquetes.

El problema práctico que brindará la investigación es implementar la manera de atraer al turismo a las comunidades para realizar un estudio de mercado con el fin de mejorar la elaboración de los paquetes turísticos, donde se vean beneficiados las comunidades con el propósito de que conozcan sus culturas, tradiciones y costumbres, así se generará una mejor atracción para las personas que desean realizar nuevas experiencias.

Los beneficiarios directos son las comunidades, porque se buscará conversar con los presidentes que dirigen las comunidades, para que todos los malestares que han tenido al pasar de los años cuando el turismo comunitario entró en auge para ser ofertado como un servicio. También se conocerá las propuestas que otras agencias de viajes han realizado, para ayudarles atrayendo un cierto número de turistas a sus comunidades, en donde se puede conocer su estilo de vida y sus principales rituales, además también de ofrecer: hospedaje, alimentación y tours dentro de la zona.

Dentro de los beneficiarios indirectos que se analiza, propiamente es la agencia de viajes especializada en turismo comunitario donde buscará el bien de las comunidades y de sus pobladores, la misma que será aceptada por la sociedad, además de obtener beneficios económicos. Es parte de una metodología de ganar- ganar para que tanto comunidades como la agencia de viajes crezca y forme parte de la categorización de las empresas emprendedoras en turismo comunitario.

La investigación es actual, novedosa y relevante para el entorno debido a que se enfatizará en el Turismo Comunitario, con el fin de ayudar a los pobladores y familias que se han dejado de lado donde, las agencias de viajes no buscan el bien común de las comunidades, y solo se basan en generar ingresos económicos para las agencias. La investigación presente se basará en los principales problemas existentes en las comunidades y sus pobladores, debido que al crear hosterías u hostales cerca de la zona de las comunidades, dejando de fomentar al turismo sostenible, inclusive perjudica el estilo de vida que mantienen los pobladores, ya que algunas comunidades mantienen sus creencias y tradiciones del uso de las plantas medicinales, de la naturaleza y del aire puro para poder seguir viviendo.

La investigación tendrá los siguientes impactos:

**Impacto social:** Es el riesgo por el flujo de turistas que generan un impacto a la comunidad, también es un factor predominante al incrementar la migración que se provoca en la actualidad en las comunidades.

**Impacto ambiental:** Evitar la contaminación cerca de las comunidades y dentro de las misma, el cuidado de las especies endémicas de la zona como: evitar tener contacto directo, alimentarlas con comida no adecuada para ellas, fotografiarlas con flash debido que estos son efectos que aunque no son tomados muy en cuenta son perjudiciales para las especies dentro de la comunidad.

**Impacto económico:** En este aspecto se generará un aporte económico a las comunidades por prestar los servicios a la agencia de viajes, en donde también parte de la investigación se hablará con el Presidente de la FEPTCE para que den información como se manejan en el pago y la prestación de sus servicios con las otras agencias de viajes.

#### **4. MARCO REFERENCIAL**

##### **4.1. MARCO TEÓRICO REFERENCIA (BASES TEÓRICAS)**

Según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario (FEPTCE), define que:

Turismo Comunitario no es más que la actividad que se realiza de manera solidaria que corresponde a una o varias comunidades con la presencia de turistas como parte de un intercambio cultural, en donde participan todos sus miembros, y donde se hace un uso adecuado de todos los recursos que se consideren naturales y se aprecia todo el patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados (Santana Moncayo & Atiencia Hoyos, 2014).



Otro de los autores que define al Turismo Comunitario lo señala que:

Según Es un reto y una oportunidad, ya que no solamente se debe ver la actividad como un medio para obtener riqueza y por lo tanto, con visión empresarial, sino que también se debe ver como una oportunidad para establecer eficientes mecanismos de organización y autogestión, a los efectos de preservar el patrimonio natural y cultural, costumbres y formas de vida de las propias comunidades. (Muñoz G, 2006, p.6)

De acuerdo con el concepto de los autores antes mencionados, definen que el Turismo Comunitario es el que participan todos los miembros de la comunidad para poder destacar sus riquezas y preservar el patrimonio natural como cultural, también sus costumbres y forma de vida de cada comunidad.

La Federación de Parques Nacionales y Naturales, el turismo sostenible se define “todas las formas de desarrollo turístico, gestión, y actividad que conserva toda la lealtad de medio ambiente, además de social y la económica, sin descartar la prosperidad en todo lo que es recurso natural, además de los culturales”. (FNNP, 1993, p.1)

Según la OMT la definición de turismo sostenible es:

Aquel que se encarga de darle solución a los problemas de los turistas y a cada una de regiones que se encuentran presentes y son reconocidas como anfitrionas, con el objetivo de crear y mejorar nuevas oportunidades que sean de gran utilidad en el futuro.

El turismo sostenible en comparación a estas dos definiciones menciona que, es una manera de desarrollo, gestión, procesos y soportes de vida donde se busca el bienestar ecológico y biológico. Así también que el bienestar de los recursos naturales y culturales busquen proteger al medio ambiente.

La cadena de valor según Michael Porter (1986) define que “La Cadena de valor proporciona un modelo de aplicación general que facilita que se presenten de forma ordenada cada una de las actividades que pertenecen a la organización, ya sea aislada o que forme parte de una corporación. Se basa en los conceptos de costo, valor y margen.” (Porter, 1986, p.381)

Según Kaplinsky y Morris define que cadena de valor es:

El conjunto de todas las actividades que se necesitan para promover un bien o un determinado servicio a partir de su concepción, pasando por las diferentes etapas de producción (que involucran una combinación de transformación física y los insumos de diferentes servicios) hasta el suministro al consumidor final para su uso. (Kaplinsky y Morris, 2002, p.23)

La cadena de valor no es más que las actividades sistemáticas que tienen las organizaciones para que así, se puedan producir los bienes o servicios que se transforman en diferentes etapas de producción, es la recopilación de lo que los autores antes mencionados definen dicho concepto.

El turismo “es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre y cuando los fines no propicien lucros”. (Hunziker y Krapf, 1942, p.4)

Según la OMT la definición de turismo es “Turismo son todas aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias a diferentes lugares que se encuentran en un entorno de manera habitual en un determinado tiempo que se encuentra consecutivamente y es menor a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. (Organización Mundial de Turismo, 1996, p.10)

La definición de turismo determina que las actividades que las personas realizan en un tiempo de ocio o confort en donde se disfruta de un tiempo determinado en diferentes lugares escogidos por las personas.

Los stakeholder según Thomas Clark define que es:

Un concepto antiguo que el diccionario define como: to have a stake in something, entendiendo el término stake como un interés en algo que el individuo desea tener y que le puede ser concedido o negado.

Desde este punto de vista y con una perspectiva empresarial, los stakeholders serían aquellos individuos o colectivos que tienen algún tipo de interés sobre una organización y que ésta puede o no satisfacer. (Clark. T, 1997, p.206)

Otro de los conceptos que definen a los stakeholders es:

Los stakeholders son personas –en el lenguaje metafórico de la teoría de sistemas– que pertenecen al mismo sistema de una organización. Están en relación de interdependencia con la

organización, lo que implica que todo lo que saben, sienten o hacen tiene impacto en la organización, y viceversa. (Cutlip, Center y Broom (2001, P.420).

En definitiva el concepto de los stakeholders es el lenguaje que tienen las personas en una organización para que exista una buena relación de interdependencia, haciendo que las mismas analicen si han sido satisfactorias o no en algún tipo de interés que se destaque.

## **4.2. MARCO LEGAL**

El Turismo Comunitario es un modelo de gestión en donde todos los miembros de la comunidad buscan aprovechar todos sus bienes, ya sean estos naturales y/o culturales dependiendo de las culturas a las que pertenezcan con el fin de desarrollar y ofrecer el servicio turístico caracterizado por la participación total de la comunidad. Su mayor enfoque sea el de promover el turismo sostenible donde se ven direccionados a varias actividades turísticas tales como alojamiento, alimentos y bebidas, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

El proyecto propuesto se basará en un marco legal abalado por leyes y artículos de la Constitución Política de la República del Ecuador. También se tomará en cuenta las siguientes leyes:

### **Constitución del Ecuador**

En dicha constitución cabe mencionar artículos relacionados y de importancia que se tomará en cuenta para el desarrollo del tema propuesto.

**Art. 1.-** El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución. Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible. (Constitución de la República del Ecuador, Art. 1, 2008)

**Art. 56.-** Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afro ecuatoriano, y todas las comunas constituyen una parte de lo que es el Estado ecuatoriano, único e indivisible. (Constitución de la República del Ecuador, Art. 56,2008)

**Art. 57.-** Se reconoce y se garantizará que a las comunidades, los pueblos y las nacionalidades que formen parte de los indígenas, de acuerdo con lo establecido en la Constitución y con todos los pactos, convenios, creencias y demás materiales que formen parte de materiales internacionales de los derechos humanos. . (Constitución de la República del Ecuador, Art. 57,2008)

### **Ley de Turismo**

Existen algunos artículos importantes que es necesario conocer al crear una agencia de viajes, estos abalados por la ley de turismo.



**Artículo 5.-** Se consideran acciones de carácter turístico aquellas que son desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a ayudar de manera remunerada de manera habitual a una o más de las actividades. En especialmente el literal c. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento. (Ley de Turismo, Art.5, 2014)

La Ley de Turismo es parte fundamental para desarrollar el plan de tesis, debido que se relaciona con el **Art. 5** que se identifica la operación que debe tener una agencia de viajes en especial si la misma tendrá transporte para brindar a los turistas al adquirir un paquete turístico.

**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 (Ley de Turismo, Art.8, 2014)

Es importante también tener el registro y la licencia anual de funcionamiento, el cual será uno de los principales requisitos para la creación de la agencia de viajes y esta pueda prestar los servicios regidas a las normas técnicas basadas en la ley.

**Art. 12.-** Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, le otorgarán del Ministerio de Turismo o de sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos. (Ley de Turismo, Art.12, 2014)

## **Ley de Compañías**

En cuanto a la razón social de empresa en el **Art. 36.-** La compañía representando a todo los involucrados se restringe a dos o varias personas que sean naturales hacer comercio como una razón de carácter social, esta razón tiene que ser una iniciativa para todos los involucrados. (Ley de Compañías, Art.36, 2014)

La Ley de Compañías en especial el Art. 36 nombra sobre la razón social que debe tener cualquier negocio, saber si existirá uno o más socios para que así se defina una agregación de los nombres de los mismos. Esto implica que también formaran parte de la razón social.

**Art. 43.-** En la compañía los aportes que realice cada integrante a lo que se le llama socio en nombre del colectivo debe entregar o hacer el compromiso de que lo hará. Como parte de la constitución es necesario que se pague un capital igual o mayor a 50. Si este capital fuese abonado en bienes, obligaciones, se plasmará en el contrato, además de sus apreciaciones para que haya constancia (Ley de Compañías Art. 43,2014).

En cuanto al capital de la compañía es importante que quede constancia y abalado por la ley cuanto fue el aporte que dieron los socios para la creación de la compañía para que el pago sea mayor al 50 por ciento del capital que tiene suscrito.

## **Ley de Feriados**

Según la disposición brindada por el Presidente de la República del Ecuador decreta que:

**Art. 383** de la Constitución de la República del Ecuador garantizar el derecho de las personas y colectividades al tiempo libre y la promoción de actividades para el esparcimiento y descanso.

Este nuevo decreto se puede ver beneficiado en el sector turístico, debido que los tiempos estipulados para los diferentes feriados son accesibles aunque para algunos sectores públicos estos feriados son recuperables.(Decreto ley de Feriados,Art.383,2015)

### **Ley de la Economía Popular y Solidaria**

Según la Ley EPS es necesario conocer la definición de la misma que es lo siguiente: Se entiende por economía popular y solidaria a la manera en la que una organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, Art.1, 2014)

La ley de Economía Popular y Solidaria cumple un papel importante en la investigación del tema de plan de titulación, también en la creación de la agencia de viajes busca satisfacer todas las necesidades, el consumo de bienes y servicios basados en las relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad que se orienta al buen vivir.

En el Título II De la Economía Popular y Solidaria en el Capítulo I De las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria cabe mencionar que una de las formas de organización habla que para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, además de las Unidades Económicas Populares. (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidarias, Art. 8,2014)

El Art. 8 de la ley de Economía Popular y Solidaria destaca que las organizaciones formadas por comunidades, sus asociados y cooperativas para que así tengan un buen manejo económico especialmente al momento de ofertar sus servicios a las agencias de viajes.

### **4.3. MARCO INSTITUCIONAL**

El marco institucional se ve relacionado a entidades que forman parte del objeto de estudio, por ende es importante conocer que el Ministerio de Turismo forma parte del Consejo Consultivo del Turismo. Este es el encargado de realizar cualquier actividad turística la misma forma parte también las siguientes instituciones:

- Consejo de Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (en adelante CODENPE)
- Federación Pluricultural de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE)
- Plan de Tour 2020
- Ministerio de Cultura
- Ministerio del Ambiente
- SENPLADES

Las instituciones mencionadas cuentan con planes, programas y proyectos relacionados a los derechos humano en donde buscan el bienestar de las comunidades y los temas relevantes al turismo, entre uno de ellos se menciona a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) dicha institución presentó el conocido Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017), el cual se compone de 12 objetivos, 83 metas, 111 políticas y 1.089 lineamientos estratégicos, para relacionarlo con el objeto de estudio se toma en cuenta los siguientes:

**Objetivo N°:10:** Impulsar la transformación de la matriz productiva.

En este objetivo se enfatizará la forma en la que se impulsa al turismo como uno de los sectores prioritarios provocando así la atracción para nuevos inversionistas ya sean nacionales o extranjeras.

**Objetivo N°:8:** Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

Es importante fomentar en la gente como se relaciona con las comunidades y viceversas, por ende este objetivo se profundiza en relacionar al Estado con las comunidades y la sociedad.

**Objetivo N°:3:** Mejorar la calidad de vida de la población.

La calidad de vida su propósito es dar difusión y práctica de los hábitos, costumbres y tradiciones que cuentan las comunidades así mismo se busca recuperar la identidad cultural de cada una de ellas sin atentar a los derechos, seguridad y vida de las personas.

#### 4.4. MARCO CONCEPTUAL

**Agencia de Viajes:** Las agencias son empresas de servicios y su función principal es la intermediación. (OMT, 1998)

**Demanda turística:** Se puede definir la demanda turística de dos formas: la primera se refiere al total de turistas que concurren en una región, país, zona o atractivo cualquiera y a los ingresos que generan, y la segunda establece, para cada una de las unidades especiales anteriores, la distribución de los consumos entre toda la gama de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades. (Baullon, 2006, p. 32)

**Impactos sobre la sostenibilidad comunitaria:** El concepto de impacto se refiere a toda modificación causada en un sistema por factores externos o exógenos, cuyos efectos pueden ser positivos o negativos, fortaleciendo o debilitando dicho sistema. Dado el principio de la interrelación entre las partes que conforman un sistema, los efectos sobre una de ellas afectan al sistema en su conjunto. (Maldonado, Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS), 2006, p. 22)

**Indicadores de desarrollo sostenible:** La OMT ha promovido la utilización de indicadores de desarrollo sostenible, como instrumentos esenciales para los procesos de formulación de políticas, planificación y gestión en los destinos. La nueva guía es el recurso más amplio disponible sobre este tema, resultado de un estudio exhaustivo de las iniciativas sobre indicadores emprendidas en todo el mundo en el que han participado 62 expertos de más de 20 países. (OMT, 1990, p.1)

**Oferta Turística:** Se entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor que tiene establecido un precio fijo por un período determinado. (Boullón, 2006, p.34)

**Sistema Turístico:** Es un conjunto definible de relaciones, que se establecen para brindar un servicio en las instalaciones que tienen definidas para promover, y que de alguna forma se benefician y mantienen la aglomeración y la estadía de manera temporal de los habitantes. (Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, s.f.).

**Turista:** toda persona que ingrese a un territorio de un Estado Contratante diferente al que el reside actualmente y permanezca en el mismo veinticuatro horas como tiempo mínimo y menos de seis meses, o en un tiempo de doce meses, pero con fines de turísticos y sin intención de inmigración. (Quesada Castro, 2010, pág. 8)

**Turismo Cultural:** Viaje turístico motivado por conocer, comprender, disfrutar, el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino turístico. (SECTUR, 2010)

**Turismo Rural:** Los viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones de carácter social, cultural y productivas de la vida cotidiana. (SECTUR, 2010)

**Ventaja Comparativa:** Hace referencia a los factores de los que está dotado el destino turístico, incluyendo tanto a los que ocurren de forma natural como a aquellos que han sido creados. (Crouch y Ritchie, 1999, p.18)

#### **4.5. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Dicha investigación tendrá un modelo cuantitativo el que permitirá explicar y/ o controlar todos los fenómenos a través de un enfoque de obtención de datos numéricos. Por lo tanto se utilizara el tipo de investigación descriptiva en la cual se realizará un estudio donde se involucra la intervención, manipulación y control.

Según Hernández define al método descriptivo de la siguiente manera: “Buscan especificar las propiedades, las características y los perfil les de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (Hernández Fernandez & Baptista, 2010, p. 80)

En el método descriptivo se encuentran elementos turísticos como: atractivos turísticos, equipamiento turístico y la comunidad receptora. Los actores que se enfocan en la investigación serán Municipio de Quito, Quito Turismo, comunidades, agencias de viajes y los habitantes de quito. Para finalizar las herramientas que más se usarán son las entrevistas y las encuestas para la recopilación de datos de la investigación.



## **Método de Investigación**

**Método Deductivo:** Es una forma de razonamiento que parte de una verdad universal para obtener conclusiones particulares. En la investigación científica, este método tiene una doble función encubrir consecuencias desconocidos de principios conocidos (Cano, 1975, p. 42)

El método que se usará para la investigación es el deductivo, debido a que nos basaremos en datos generales para conocer si las agencias de viajes existentes ofertan un producto similar y así poder ir a lo particular que es la creación de una agencia de viajes especializada en turismo comunitario en la ciudad de Quito.

## **4.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Estas técnicas serán utilizadas en el plan de tesis y que son de suma importancia se mencionarán a continuación.

La **fuerate secundaria** “permiten conocer hechos o fenómenos a partir de documentos o datos recopilados por otros.” (Stein, 1982, p.1)

Esta fuente secundaria será útil para desarrollar el plan de tesis debido que en documentos electrónicos, tesis, libros y archivos, en donde se puede encuentra información relevante al turismo comunitario que manejen las agencias de viajes en Quito, siendo así un medio importante que servirá para fundamentar y respaldar la información que ha faltado investigar en las otras fuentes de consulta.

**La encuesta** no es más que la puesta en práctica de un procedimiento con el objetivo de recopilar información de una muestra determinada. La muestra es una parte representativa de una población y la datos recogidos se limita a la delineada por las preguntas que componen el cuestionario pre codificado, diseñado al efecto". (D'Ancona, Métodos de Investigación y Diagnóstico en la Educación, 1999, p. 240)

La técnica de las encuestas se utilizará para recolectar información y opinión de los habitantes de Quito que se muestren interesados en realizar turismo comunitario.

También conocer si las comunidades promueven el turismo comunitario y como lo hacen, por supuesto que estas encuestas se realizaran a los presidentes de las comunidades como también a los miembros de las mismas.

**Entrevista** es "Una comunicación interpersonal a través de una conversación que se estructura con el objetivo de tener una correspondencia dinámica y de manera comprensiva para lograr un clima en el que prevalezca la confianza y la aceptación, con el propósito de comunicar y orientar". (Lázaro A. y., La entrevista. En Manual de orientación escolar y tutoría, 1987, p. 287)

Por último la técnica de la entrevista se realizará a entidades como a Quito Turismo, con el fin de saber cuáles son los atractivos más relevantes que se destaca en una comunidad y también conocer si las agencias de viajes existentes en Quito ofrecen algo similar al tema propuesto en el plan de tesis.

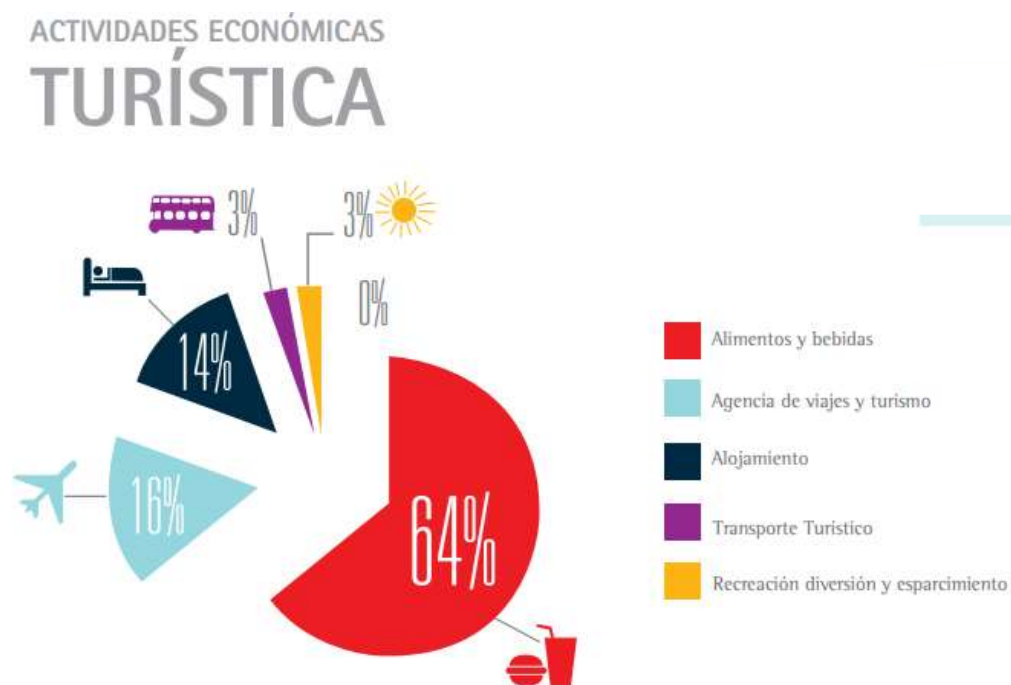
## Capítulo I

### 5. DIAGNÓSTICO

#### 5.1. CONTEXTO ECONÓMICO

En el contexto económico constituye a ciertos pilares donde se determina oportunidades, política económica fiscal y monetaria.

En la página de Quito turismo en cifras brinda como ha incrementado la afluencia e visitas turísticas en diversas plazas entre ellas es importante destacar que las agencias de viajes también cuentan como un servicio que los turistas nacionales o extranjeros los usan.



*Figura 1: Porcentaje de las actividades económicas turísticas.*

*Realizado por: (Barrera, 2013, p.16)*

En análisis del siguiente gráfico demuestra que existe establecimientos turísticos en Quito que ofrece servicio en alimentos y bebidas con un 64% pero sin dejar de lado el servicio en las agencia de viajes y turismo con un 16% siendo este un tipo de servicio que utilizan los turistas en la actualidad.

Las estadísticas que da “Quito en cifras”, determina que el 82% de los turistas no necesitan o hacen uso de un asesoramiento de una agencia de viajes sino es realizada por su cuenta propia y el 16% si busca ayuda de una agencia de viajes para poder adquirir una opción diferente al momento de viajar.

Para la creación de una agencia de viajes es importante conocer el modelo de gestión que manejan pero a la vez también es importante conocer como direccionan y/o u administra la comunidad al prestar sus servicios, por ello Galindo Parra que es presidente de la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador), destaca que las comunidades deben tener una correcta administración para que así puedan ver y generar un verdadero proyecto comunitario.

Para hacer turismo comunitario no es de gran importancia tener un modelo de gestión en las comunidades pero si se debe cumplir a base a cuatro (4) principios que es: a) organización; esta organización vincula a la comunidad y a la vez que se conforme al menos el cincuenta por ciento (50%) este de acuerdo para ser turismo comunitario, b) manejo y empoderamiento del territorio; este manejo es referente al liderazgo que se debe tener ya que son claves también los relevos generacionales que se puede hace cinco años, diez años incluso cien años, pero este relevo es

primordial que se encargue de los cambios porque si una persona no ha hecho un correcto manejo en el tiempo de su presidencia no se podrá cambiar su administración, c) rehabilitación cultural y d) economía solidaria o economía comunitaria; es establecer los proyectos como Runatupari, Oyacachi, Agua Blanca, entre otros donde se busca la sostenibilidad, manejar los fondos generados por los turistas.

Todos los servicios prestados, artículos comprados, entre otros deben ser constados por facturas donde son declarados mensualmente por el SRI como una empresa normal, siendo este un respaldo para la comunidad.

Actualmente los tiempos y los modos de adquirir o buscar un sitio donde conocer, visitar incluso pasar en un ambiente diferente a la ciudad, es a través del internet y las páginas web donde se puede conocer varias agencias de viajes donde ofertan diversos paquetes direccionado para el perfil del turista. Esto es una manera de economizar tiempo al dirigirse a la agencia de viajes y realizar todos los papeles requeridos, este es un plus que obtienen algunas empresas generando mayores ganancias.

Existe también información relevante que proporciona CONQUITO, en donde la Srta. Carolina Rivadeneira desempeñando el cargo de técnica del área de cadenas productivas; mencionó acerca de un convenio que tiene Quito Turismo, la comunidad de Yunguilla y CONQUITO con el propósito de ayudar en los emprendimientos que tienen las comunidades en especialmente del sector noroccidente del Ecuador.

CONQUITO cuenta con talleres de Empretec donde están dirigidos a todos los ciudadanos que buscan mejorar las habilidades emprendedoras, en especial a esas personas que estén desarrollando los emprendimientos ya sea en una etapa inicial o que este ya en marcha. También el fin que tiene estos talleres es conocer las aptitudes y actitudes que tienen las personas al realizar los proyectos y saber si están bien encaminados para el turismo comunitario, encaminados a un propio fin.

La mayoría de las comunidades se enfocan en diversas áreas pero no cuentan con un correcto canal de distribución, por ello estos talleres de Empretec es fortalecer con conocimientos de personas especializadas en áreas administrativas, recursos humanos, entre otras para que puedan orientar a todos los integrantes de las comunidades en sus ideas de emprendimiento no solo en un producto, por lo contrario hacerles conocer de qué se trata el turismo comunitario y así ellos también podrán generar ingresos extras en diversas áreas.

CONQUITO busca quitar el <sup>1</sup>paternalismo que existe en todas las comunidades, pero siempre y cuando estas estén dispuestas a poner de su parte como dar hospedaje y alimentación a las personas que brinden estas capacitaciones de emprendimiento debido que ayudan al crecimiento de las mismas, ya que las capacitaciones serán gratuitas y así puedan estar encaminadas en un correcto manejo.

---

<sup>1</sup> **Paternalismo:** *Tendencia a aplicar a las relaciones sociales, políticas, laborales, etc., formas de autoridad, protección y control parecidos a las que ejerce el padre en el seno de la familia tradicional.* (Puigserver, Ma Prats, & Rovira, 1997)

Las comunidades al recibir las capacitaciones CONQUITO analizó que es un poco complicado que acepten al cien por ciento debido que en el momento que inician con las charlas tendrán dudas si ¿funcionarán?, ¿de qué les va a servir las capacitaciones? o ¿cómo lo pueden aplicar en el día a día?, para que así puedan aclarar cualquier duda en los proyectos que las personas de las comunidades tienen en mente poner en marcha y así ellos mismo podrán analizar todos los pro y contra que se generen.

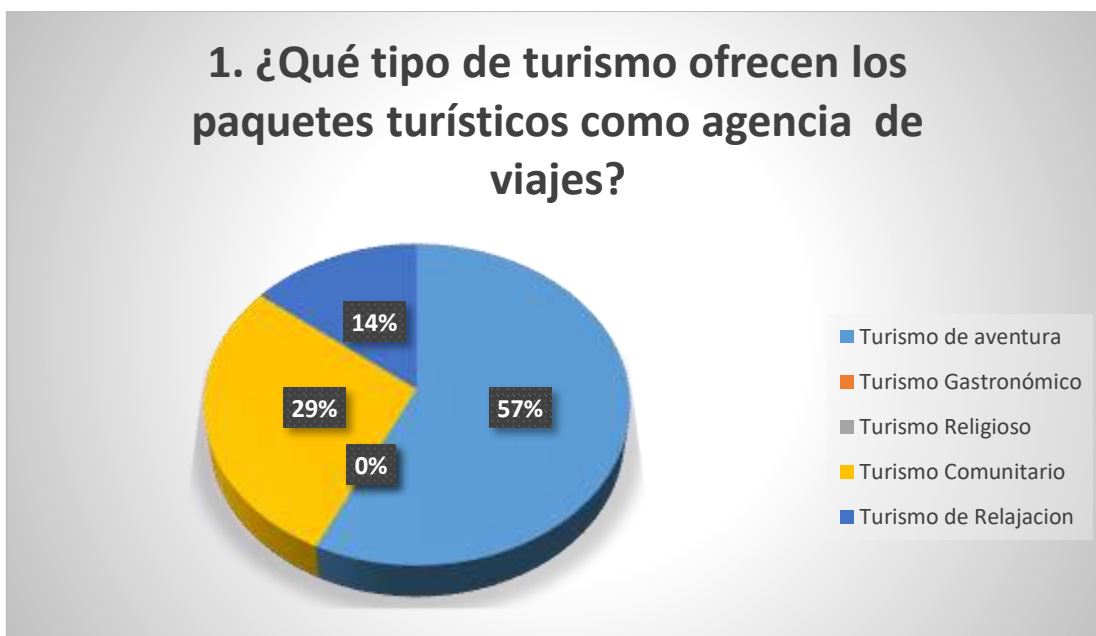
La promoción que se usa para dar a conocer al turismo comunitario lo maneja Quito Turismo a través de su revista, también en el libro Aquicito, por medio de ferias internacionales que de igual manera es dirigida por Quito Turismo y algunos Ministerios y por la revista Ñan.

## **5.2. CONTEXTO CULTURAL**

El contexto cultural es una tendencia de consumo de productos naturales y orgánicos hacia lo sustentable, los cambios mundiales en la religión, las revoluciones sociales.

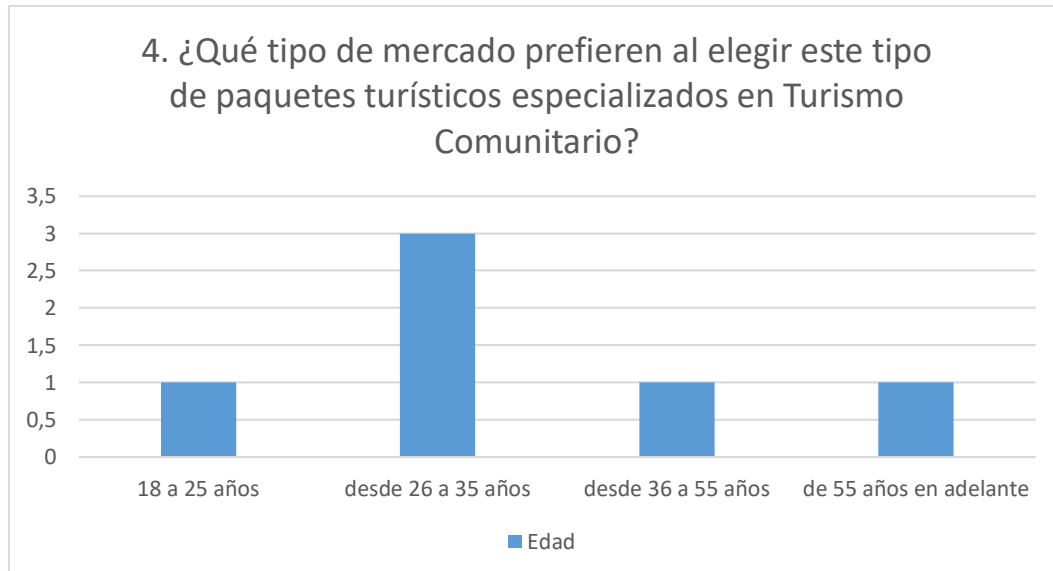
De acuerdo a la investigación referente a la tendencia de consumo de los paquetes turísticos que brindan ciertas agencias de viajes en la ciudad de Quito, en donde se aplicó encuestas para así conocer cuál es el producto que más ofertan y las edades que más adquieren estos, también si las agencias de viajes trabajan y / o tienen convenios con las comunidades.

La encuesta se aplicó a las agencias de viajes localizadas en el sector de la mariscal foch y sus alrededores, para comenzar la gran parte de agencias encuestadas son enfocadas a un turismo de aventura debido que el mayor mercado de consumo va desde los 26 hasta los 35 años.



**Figura 2:** Porcentaje de paquetes turísticos que ofrecen 5 agencias de viajes en el sector de la Mariscal Foch-Quito.

*Fuente y elaboración propia*



**Figura 3:** Grado de aceptación por parte de los turistas al adquirir un paquete turístico especializado en turismo comunitario.

*Fuente y elaboración propia*



En las encuestas aplicadas a las agencias de viajes mencionan que los turistas prefieren viajar solos, en pareja, con amigos y con compañeros de trabajo. Cabe mencionar que estos paquetes turísticos los que más adquieren son los extranjeros y por parte los nacionales no existe un porcentaje alto donde adquieran o muestren el interés de conocer su propio país.

Las cinco (5) agencias de viajes encuestadas, las cuales fueron contestadas por gerentes o personal administrativo no trabajan con convenios con comunidades al ofrecer sus paquetes, siendo que los medios donde se dan a conocer son las redes sociales, flyers, página web y revistas y solo una, "Golondrina Turismo" hace propuestas a través de ferias turísticas.

Por otro lado el conocimiento otorgado por Galindo Parra que es el presidente de la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador), el comenta que la mayoría de los destinos turísticos comunitarios trabajan con agencias de viajes para ofertar los servicios de las comunidades.

Las agencias de viajes ofrecen a las comunidades como un producto en donde se ven beneficiadas a través de los turistas, los beneficios que tienen las comunidades es que se dan a conocer sus servicios por ferias nacionales, páginas web y redes sociales.

También se han dado capacitaciones a las comunidades para ofrecer sus servicios en las ferias nacionales, por ende las capacitaciones poco porcentaje que conforman las comunidades han aceptado y el otro porcentaje no lo han hecho debido que es difícil que se dejen educar adquiriendo nuevos conocimientos en beneficios de ellos mismos.

### **5.3. CONTEXTO REGULATORIO**

El contexto regulatorio se relaciona a los ámbitos tributarios, de ley de concesiones, salud, educación en donde implica el fracaso de proyectos existentes para algunos, pero también el nacimiento de otros nuevos.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) menciona que el Art. 1 brinda a todos los ciudadanos los derechos por pertenecer a un patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible. También en el Art. 4 menciona las dimensiones naturales, sociales y culturales, el legado de nuestros antepasados y pueblos ancestrales.

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador (2008) menciona los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades, donde se destaca que cada una de ellas forma parte del Estado ecuatoriano, único e indivisibles. Por ende dichos pueblos ancestrales, indígenas, afros ecuatorianos y montubios podrán construir circunscripciones territoriales para que así se preserve su cultura

Por ello es importante conocer los beneficios de ley que cuentan las comunidades según la Constitución de la República del Ecuador (2008), en el Art. 171 dicta que las autoridades de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas puedan ejercer las funciones jurisdiccionales en relación sus tradiciones ancestrales y su derecho propio en el ámbito territorial, con garantía de participación y decisión de las mujeres.

El tema propuesto también será basado en la Ley de Turismo (2014) que se destacarán los artículos, como el Art. 1 que tiene como objetivo determinar el marco legal para promocionar, desarrollar y regular al sector turístico, siendo este una de las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Para crear o poner en marcha un proyecto y/o empresa, según el Art.8 se debe obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite la idoneidad de los servicios que serán ofrecidos siendo estos refrendados con las normas técnicas y con su calidad de vigencia. Conjuntamente en el Art. 9 dicho registro se debe inscribir el prestador de servicios turísticos ya sea esta persona natural o jurídica, previo al inicio de las actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, deben cumplir con todos los requisitos que se establece el Reglamento de dicha Ley. Posterior a esto se establecerá la clasificación y la categoría.

El tema propuesto se enfoca en el turismo comunitario en donde se ven vinculadas las comunidades es por ello que el Art. 12 brinda facilidades de desarrollar la prestación de servicios turísticos apoyados por el Ministerio de Turismo o de sus delegados, con igualdad de condiciones facilitando las necesidades para así desarrollar las actividades en donde no tendrán ninguna exclusividad de operación en el lugar que se presten sus servicios dictados por la Ley y sus reglamentos.

Para saber y tener la aprobación en un establecimiento que va ofertar la prestación de servicios turísticos, en el Art.9 el Ministerio de Turismo dictará previamente las categorías oficiales que dichas actividades estén vinculadas al turismo, por ello el ministerio rector de la

política turística determina y regula a través del Art. 39 que se debe cumplir de Acuerdo Ministerial con lo siguiente: a) Tarifas y contribuciones que se creen para fomentar el turismo; b) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo, conforme se disponga en el Reglamento a esta Ley; c) Los valores por concesión de registro de turismo; y, d) La tasa por la emisión de cada pasaje aéreo para viajar desde el Ecuador hacia cualquier lugar en el extranjero. (Ley del Turismo, 2014)

Para la creación de una empresa ya sea el caso de una agencia de viajes se debe conocer cuáles son los requisitos a cumplir, estos están estipulados por la Ley de Compañías y a continuación se desglosará los artículos más importantes debido que todos estos son primordiales al crear una empresa.

Las disposiciones generales que menciona en el Art. 1, se conforma en el contrato de compañías donde dos o más personas unen sus capitales o industrias para así emprender operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se ve regido por las disposiciones de la Ley.

El domicilio de la compañía es uno de los requisitos primordiales para determinar en el contrato constitutivo de la misma, con la condición de que las compañías tuvieran la existencia de sucursales que tuvieran dirigidos por un elemento, las misma serán consideradas como domicilio de dichas compañías donde se efectúen los aspectos judiciales o extrajudiciales. Por

ello en el Art.5 menciona que toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional. (LEY DE COMPAÑIAS, 2014)

Las compañías constituidas en el Ecuador que estén registradas en la Superintendencia de Compañías se verán obligadas a enviar en el primer cuatrimestre de cada año los siguientes requisitos: a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los directores y de las corporaciones de inspección que están determinadas por la Ley; b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y, c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías. (LEY DE COMPAÑIAS, 2014)

Para la creación de una empresa se ve obligada tener el nombre colectivo, como es la razón social que se hace a través de dos o más personas naturales. Dicha razón social es una fórmula que enuncia los nombres de los socios agrado de las palabras "y compañía", es importante destacar que únicamente los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

En referencia al balance general y el estado de cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de los socios o accionistas de la compañía que estos son firmados por las personas que determinan el reglamento que dicte la Superintendencia.

El Art. 38, hace referencia a la escritura de la formación de la compañía con el nombre colectivo que será aprobado por el juez de lo civil, donde ordena la publicación de un extracto de la misma y por una sola vez se dará a conocer en uno de los periódicos que poseen mayor grado circulación en el domicilio de la compañías y en la inscripción en el Registro Mercantil.

El contenido que tendrá el extracto de la escritura de constitución de la compañía es: 1. El nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que lo forman; 2. La razón social, objeto y domicilio de la compañía; 3. El nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella; 4. La suma de los aportes entregados, o por entregarse, para la constitución de la compañía; y, 5. El tiempo de duración de ésta.

Sin dejar de lado el Art. 43, que menciona el capital de la Compañía donde dependerá de los aportes que cada socio entrega o promete entregar para constitución de la misma, en donde no debe ser de menos de cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito. En el caso de que el capital fuere aportado por obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello. (LEY DE COMPAÑIAS, 2014)

Cabe mencionar que el proyecto de tesis es crear una agencia de viajes, por lo tanto es necesario conocer cuáles son los requisitos que el servicio de rentas internar (SRI), que es una de las entidades que proporciona el certificado para que la empresa, en este caso la agencia de viajes sea legal y más que todo quede registrada la actividad que se va a realizar.

#### **5.4. CONTEXTO TECNOLÓGICO**

El contexto tecnológico se refiere a toda la tecnología o las nuevas ideas. Por ello cabe indicar cuales son los software que se usa en las agencias de viajes en especial las operadoras, también cuales son las más recomendadas en la actualidad.

Para comenzar es importante conocer y destacar que el software que usan las agencias de viajes mayoristas, minoristas y mayorista – minorista, es AMADEUS. “El Sistema de Distribución Global (SDG) de Amadeus tiene la red de distribución internacional más extensa del mundo y se hacen más reservas a través del sistema Amadeus que a través de cualquier otro sistema de reservas, en donde brinda: Sistemas abiertos de nueva generación, soluciones innovadoras y creativas a los problemas del cliente, bajo coste de desarrollo e implementación, eficacia permanente y rápida rentabilidad, tecnología adaptada para el futuro que proporciona una ventaja competitiva.” (López Hernández , Mejía Rodríguez , & Navarrete Murcia , 2012)

Los GDS (Sistemas de Distribución Global), es otro software que usan las agencias de viajes, estos son sistemas informáticos de reservas que abarcan varias áreas del sector turístico: boletos de avión, hoteles, alquiler de autos, entre otros. En la actualidad existen cuatro sistemas de distribución local que son: Amadeus que en el mercado está con 31%, Galileo 26% en el mercado, Sabre esta con 30% en el mercado y Worldspan 12 % en el mercado.

A pesar que están en auge estos software, aplicarlos o adquirirlos para una agencia de viajes operadora no es recomendable debido que existen otros sistemas para captación de las personas y con más facilidad.

Entre ellas y las más conocidas son las redes sociales como Facebook, Instagram y la página web de la agencia de viaje, donde en la actualidad es el boom en la gente, por ser de fácil acceso y manejo tanto para conocer los hoteles más económicos, los más visitados y recomendados, también para informar al cliente cuales son las ofertas más llamativas para ciertas temporadas.

## Capítulo II

### 6. ESTUDIO DE MERCADO

#### 6.1. OBJETIVOS

- Conocer las agencias de viajes que ofertan Turismo Comunitario en Quito.
- Conocer el interés de potenciales turistas interesados en disfrutar de los atractivos del

Turismo Comunitario.

- Conocer las estrategias de ventas aplicables a una agencia de viajes especializada en Turismo Comunitario.

En la página del "Ciudadano" menciona que el porcentaje de turistas extranjeros en el Ecuador en el 2015 fue incrementado el 11% más que en el 2014, para la investigación pertinente de cuantos turistas extranjeros serán el universo para así determinar cuántas encuestas se debe aplicar y obtener la demanda del mercado, oferta y si la brecha es satisfecha o insatisfecha. (Ventura Dias, 2011)

Para ello se aplicará la fórmula de muestra finita donde se conoce el universo o tamaño de la población, la heterogeneidad de la población, nivel de confianza y el margen de error.

#### Cálculo de la muestra

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

Dónde:

- N= Total de la población
- Z= Nivel de confianza (95%) 1,96
- p= probabilidad de fracaso (0,5)



- q= probabilidad de éxito (0,5)
- d= margen de error (0,09)
- n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{169378 * 1,96^2 * 0,5^2}{0,09^2 * (169378 - 1) + 1,96^2 * 0,5^2}$$

$$n = \frac{169378 * 3,8416 * 0,25}{0,0081 * 169377 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{162670,6312}{1372,9141}$$

$$n = 119,5$$

$$n = 120$$

De acuerdo con los resultados obtenidos se aplicará a 120 turistas extranjeros para conocer la preferencia que tiene y si les interesa realizar turismo comunitario o incluso si lo han realizado.

## 6.2. DEMANDA

Según el concepto de demanda que brinda la enciclopedia de la economía define que

La misma va a depender de un conjunto de factores los cuales pueden ser el precio correspondiente a él bien o bienes, o por el servicio o los servicios, el nivel estará sujeto a las opciones demandante, sus gustos determinados y las distinciones de los consumidores. Se puede decir que el precio se comportará variable en dependencia de la demanda. ( Viteri Díaz, 2006)

Por lo tanto al hablar de demanda con respecto a la creación de una agencia de viajes se enfoca al precio que tiene un paquete turístico que viene a ser el servicio prestado a los turistas, por ello en el precio incluirá todas las actividades a realizar, servicio de alojamiento y alimentación, servicio de transporte y un guía especializado.

De acuerdo con las entrevistas realizadas; determinan que al crear una agencia de viajes especializada en turismo comunitario en la ciudad de Quito brindan una oportunidad a las comunidades a conocerse un poco más por turistas extranjeros y nacionales, siendo esta una gran oportunidad para los pobladores de las comunidades como para la agencia de viajes.

En el capítulo I, se mencionó que se realizó una encuesta a diferentes agencias de viajes en el sector de la mariscal sucre (foch) en donde se aplicó algunas preguntas como: ¿Qué tipo de turismo ofrecen en los paquetes turísticos como agencia de viajes? Dando como resultado en primer lugar con 57% en turismo de aventura, segundo lugar con 29% en Turismo Comunitario y en tercer lugar con 14% en Turismo de relajación.

Estos datos proporciona que es factible que una agencia de viajes pueda especializarse en turismo comunitario y a la vez puedan ofertar sus paquetes a los turistas extranjeros o turistas nacionales, debido que tendrán una buena acogida en el mercado del Turismo. Para ello se pudo aplicar unas encuestas enfocadas a turistas extranjeros en tres puntos de afluencia turística en la ciudad de Quito como: Centro Histórico, Mariscal Sucre (foch) y en la parroquia de San Antonio de Pichincha en la Mitad del Mundo, para así saber la opinión acerca del Turismo Comunitario.

## ENCUESTA A LOS TURISTAS QUE ADQUIEREN PAQUETES TURÍSTICOS ESPECIALIZADOS EN TURISMO COMUNITARIO

*La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información acerca las preferencias que los turistas tienen al adquirir un paquete turístico especializado en turismo comunitario. Le agradecemos su colaboración en responder con sinceridad necesaria las siguientes interrogantes que a continuación se describen:*

Edad:	Sexo: F                      M	Nacionalidad:
-------	--------------------------------	---------------

1. Ocupación

<input type="checkbox"/>	Estudiante	<input type="checkbox"/>	Empleados Públicos
<input type="checkbox"/>	Profesional	<input type="checkbox"/>	Empleados Privados
<input type="checkbox"/>	Otros		

2. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

<input type="checkbox"/>	Entre \$200 a \$370
<input type="checkbox"/>	Entre \$400 a \$550
<input type="checkbox"/>	Entre \$700 a \$900
<input type="checkbox"/>	\$900 en adelante

3. ¿Conoce sobre el Turismo Comunitario?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

4. ¿Usted ha realizado turismo comunitario?

<input type="checkbox"/>	Si, ¿Dónde? _____
<input type="checkbox"/>	No

**Nota: si su respuesta es no, pase a la pregunta número 9**

5. ¿Cómo se enteró del Turismo comunitario?

<input type="checkbox"/>	Agencia de Viajes
<input type="checkbox"/>	Facebook
<input type="checkbox"/>	Página Web
<input type="checkbox"/>	Revista
<input type="checkbox"/>	Flyers
<input type="checkbox"/>	Recomendación

6. ¿Acudió a una agencia de viajes especializada en Turismo Comunitario?

<input type="checkbox"/>	Si, ¿Cuál fue?: _____
<input type="checkbox"/>	No

7. ¿Cuánto pagó diario durante su estancia, aproximadamente?

\$ \_\_\_\_\_

8. ¿Usted se hospedó junto a la comunidad?

<input type="checkbox"/>	Sí
<input type="checkbox"/>	No

9. Tomando en cuenta que el turismo comunitario comprende realizar las siguientes actividades: a) cabalgatas, b) caminatas por senderos, c) hospedaje con las familias de las comunidades, d) camping, e) cosecha de alimentos, f) deportes extremos y g) participación de sus costumbres y tradiciones. ¿A usted le interesaría adquirir y disfrutar de estas actividades?

<input type="checkbox"/>	Si,
<input type="checkbox"/>	No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

10. ¿Según su criterio, coloque del 1 al 7, siendo el 1 el más importante para las actividades descritas a continuación

Actividades	Regiones	Numeración
Cabalgatas		
Caminatas por senderos		
Hospedaje con las familias de las comunidades		
Camping		
Cosecha de alimentos		
Deportes extremos		
Participación de sus costumbres y tradiciones		

11. De acuerdo a la pregunta anterior, seleccione cuál sería la región del Ecuador que a usted le gustaría realizar las actividades antes mencionadas.

Actividades	Regiones	SIERRA	COSTA	ORIENTE U AMAZONÍA
Cabalgatas				
Caminatas por senderos				
Hospedaje con las familias de las comunidades				
Camping				
Cosecha de alimentos				
Deportes extremos				
Participación de sus costumbres y tradiciones				

12. ¿Cómo prefiere viajar?

	Solo		Amigos
	En pareja		Compañeros de trabajo
	Familia		

13. Su estadía en un lugar es de:

<input type="checkbox"/>	2 días 1 noche
<input type="checkbox"/>	5 días 4 noches
<input type="checkbox"/>	8 días 7 noches

14. ¿Cuál es el presupuesto a pagar por el servicio?

<input type="checkbox"/>	Entre \$18 a \$40 por persona	<input type="checkbox"/>	Entre \$170 a \$300 por persona
<input type="checkbox"/>	Entre \$50 a \$150 por persona	<input type="checkbox"/>	Entre \$350 a \$500 por persona

15. ¿Si se crea una agencia de viajes especializada en turismo comunitario, usted compraría un paquete turístico a través de esta agencia?

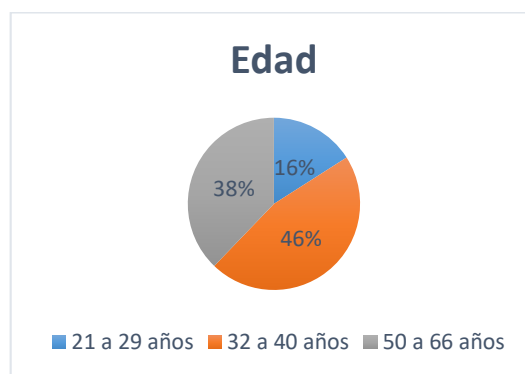
<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN PRESTADA!**

## TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se da a conocer los resultados de la tabulación de dicha encuesta. Primero se detallará la edad, género y nacionalidad de los encuestados con su respectiva interpretación.

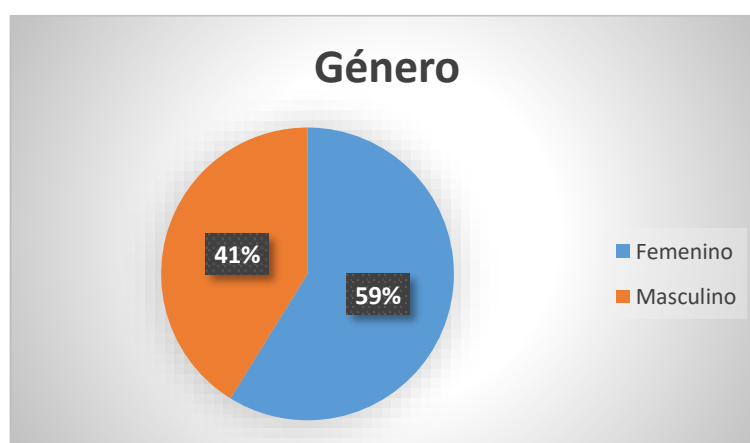


**Figura 4: Edad de los encuestados**

**Fuente y elaboración propia**

**Interpretación:**

El rango de edad que se obtuvo de las encuestas fue de 32 a 40 años debido que existe turistas extranjeros que viajan con mayor frecuencia por todo el mundo y en especial se captó estos resultados en el centro histórico, mariscal foch y la mitad del mundo, también están las persona de 50 a 66 años en donde pudieron informar que ellos viajan con su jubilación y así poder conocer diferentes países.

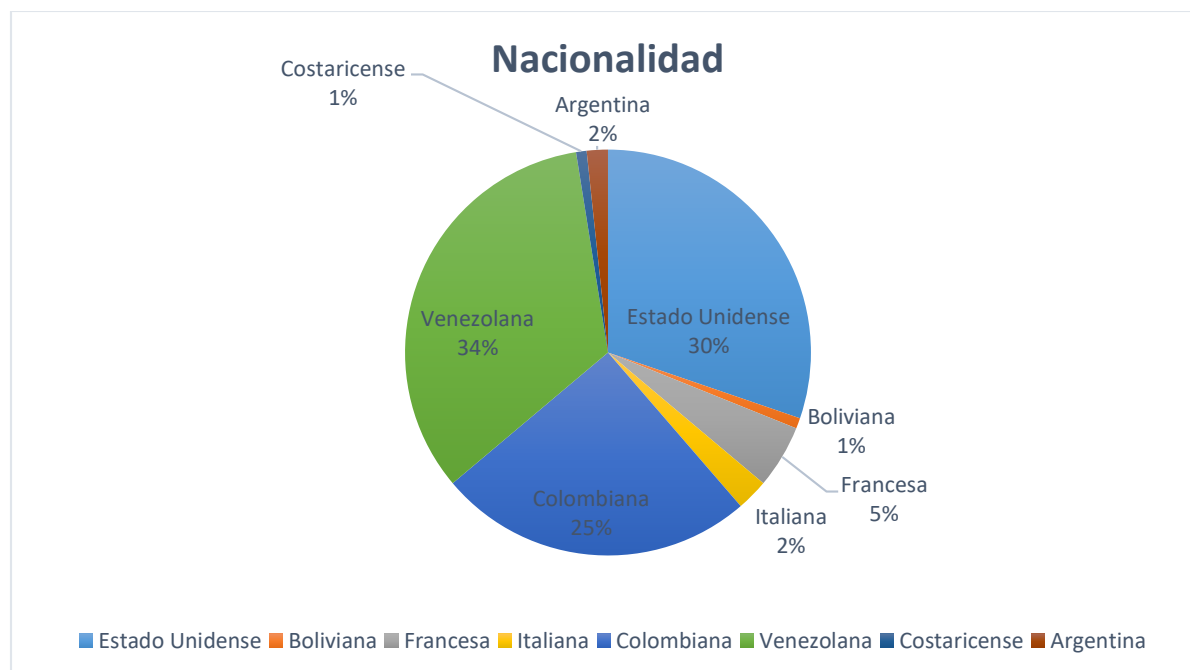


*Figura 5: Género de los encuestados*

*Fuente y elaboración propia*

**Interpretación:**

De acuerdo a los resultados obtenidos, se llega a determinar que existe un turismo femenino en donde se interpreta que hay probabilidades que las mujeres sean más dispuestas a viajar solas o viajar con un grupo de amigas para vivir experiencias nuevas en diferentes países.



**Figura 6: Nacionalidad de los encuestados**

*Fuente y elaboración propia*

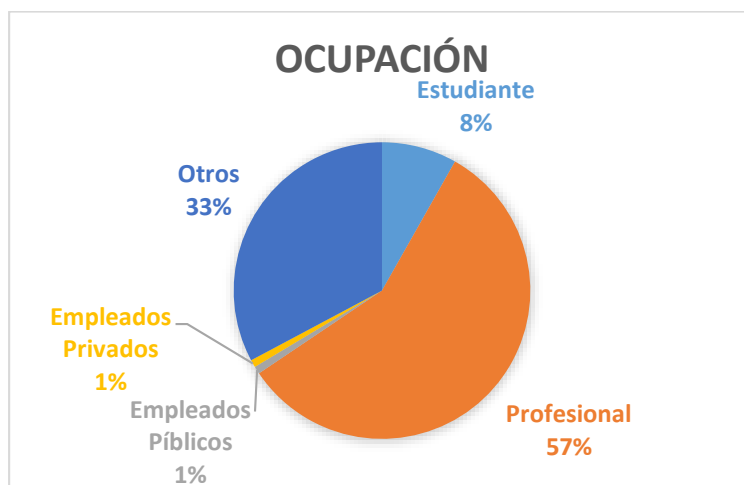
### **Interpretación:**

Se llega a determinar con los resultados obtenidos de las encuestas, que hay mayor afluencia de turistas de nacionalidad estadounidense, venezolana y colombiana. Motivo por el cual visitar Ecuador es uno de los destinos que cautivará siempre a cualquier turista, por su gran diversidad de flora y fauna, por la amabilidad de la gente que se encuentra en cada provincia y además por costumbres y tradiciones encontradas en ellas.



En la primera pregunta se obtuvo los siguientes resultados:

## 1. Ocupación



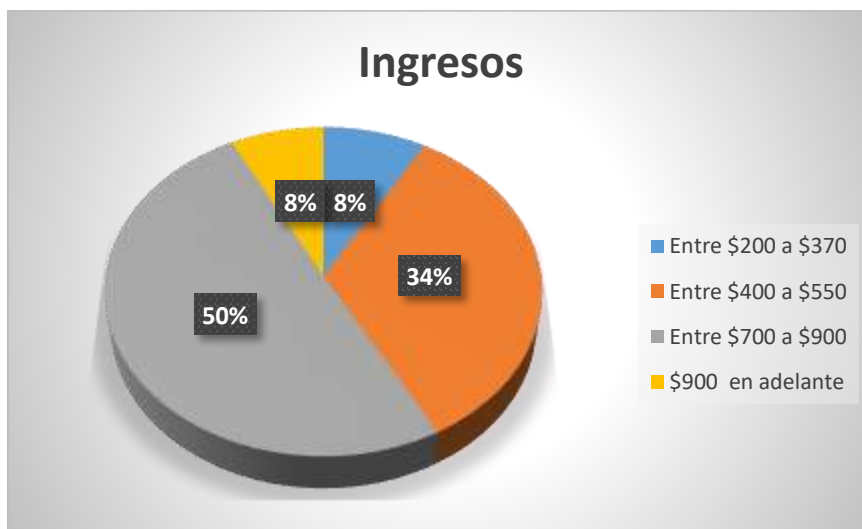
*Figura 7: Ocupación de los encuestados*

*Fuente y elaboración propia*

### **Interpretación:**

Se llega a determinar que existe una gran aceptación de turistas con profesión, determinando que pueden financiarse plenamente sus viajes, además de planificar una estadía en un hotel y costear cualquier tipo de souvenir; también existen otras ocupaciones como son amas de casa y los jubilados que deciden viajar.

## 2. ¿Cuál es su nivel de ingresos?



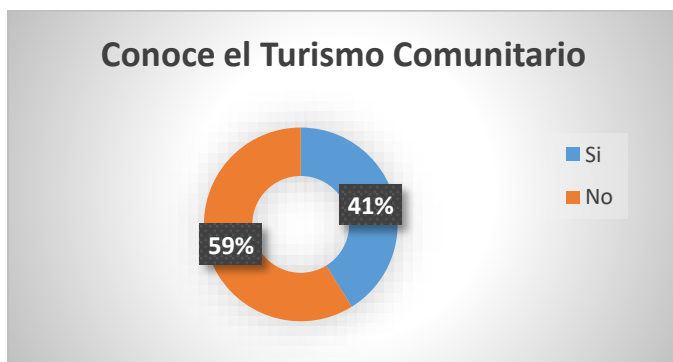
*Figura 8: Nivel de ingresos de los encuestados a nivel mensual*

*Fuente y elaboración propia*

### **Interpretación:**

En cuanto a los ingresos que tienen los turistas extranjeros es de \$700 a \$900 mensuales que equivale al 50% de uno de los mayores ingresos que poseen y hacen uso en diversas actividades, por consiguiente significa que estos tipos de turistas buscan conocer y contratar un buen servicio turístico en donde sea bien invertido su dinero con el fin de conocer nuevos lugares en el Ecuador.

### 3. ¿Conoce sobre el Turismo Comunitario?



*Figura 9: Respuesta de los encuestados acerca del conocimiento del turismo comunitario*

*Fuente y elaboración propia*

#### **Interpretación:**

Existe un gran porcentaje de turistas que desconocen del concepto del turismo comunitario debido a que en mucho tiempo no se ha manejado correctamente esta definición y de incentivo de paquetes turísticos que brinden las agencias de viajes, aun así una pequeña parte de los turistas encuestados, sí conocen del turismo comunitario.

### 4. ¿Usted ha realizado turismo comunitario?



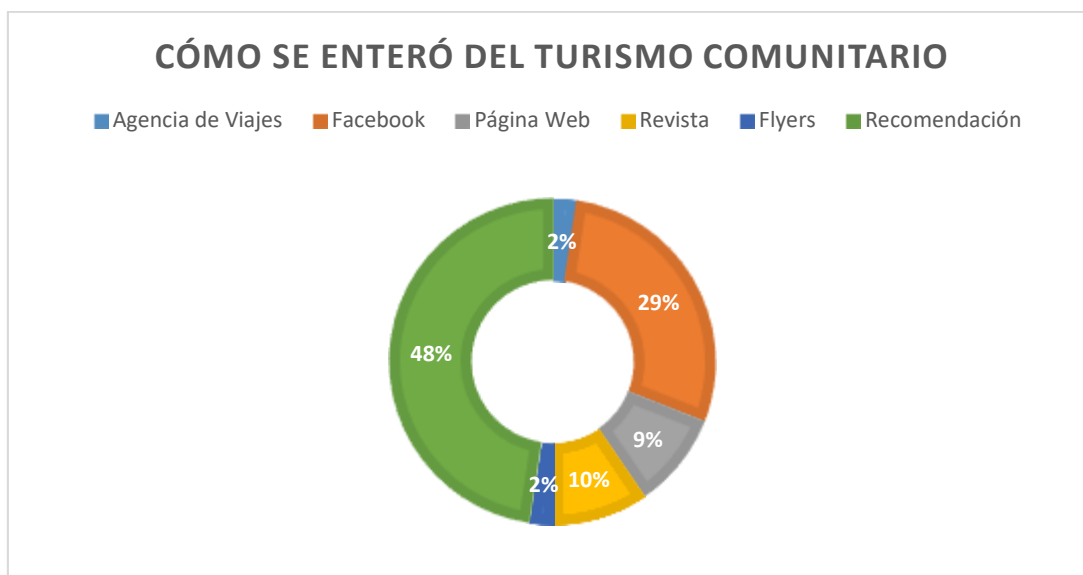
*Figura 10: Respuesta de los encuestados acerca de haber realizado turismo comunitario*

*Fuente y elaboración propia*

### Interpretación:

Al contestar la anterior pregunta ¿si conoce el turismo comunitario?, se vio relacionada con esta pregunta ¿si lo realizo y en donde lo hizo?, cuarenta (40) de los encuestados contestaron que han ido al Oriente de Colombia, en Curaçao, en Barquisimeto en Venezuela donde hay comunidades, también existió que dichos extranjeros han realizado y conocido el turismo comunitario en la Amazonía del Ecuador, en México, en la playa de Salango en Ecuador, en la Comunidad Tsáchila en Ecuador, Comunidad de Cotacachi en Ecuador, Shandia en Ecuador , y por último en Napo Wild life Center Ecuador. Por otro lado el porcentaje restante de los encuestados no han realizado turismo comunitario.

### 5. ¿Cómo se enteró del Turismo comunitario?



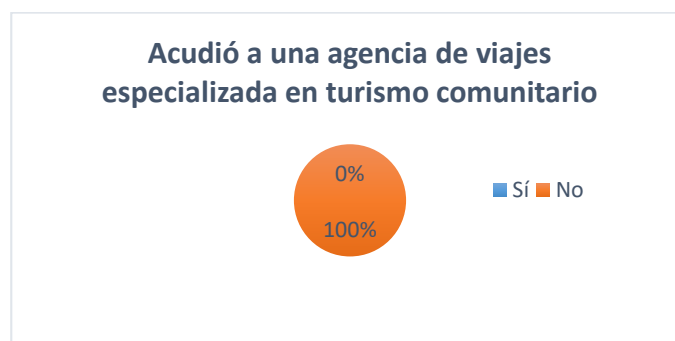
*Figura 11: Respuesta de los encuestados de cómo se han enterado del turismo comunitario*

*Fuente y elaboración propia*

### Interpretación:

Con esta pregunta se pretende conocer más acerca del turismo comunitario, en donde los turistas contestaron que fue a través de la recomendación de familiares o a través amigos que ya lo han realizado anteriormente; dando como resultado que existe poca acogida frente a este tema, por este motivo este proyecto buscará enfatizar que los paquetes turísticos sean explícitos y con una amplia galería de fotos de los viajes que se han realizado con los turistas y así mismo se colocarán en la página web de la agencia.

### 6. ¿Acudió a una agencia de viajes especializada en Turismo Comunitario?



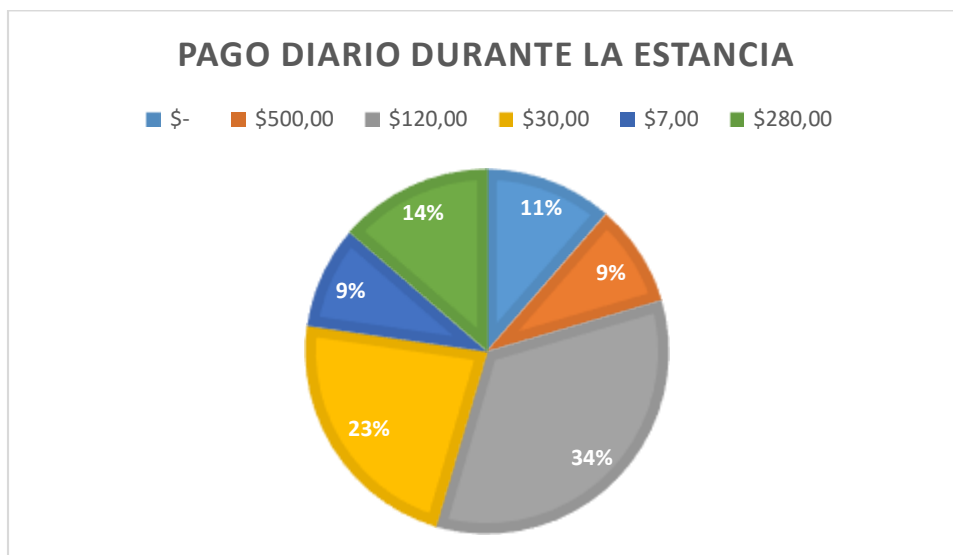
*Figura 12: Encuestados que han acudido a una agencia de viajes especializada en turismo comunitario*

*Fuente y elaboración propia*

### Interpretación:

Todos los turistas encuestados mencionan que no utilizaron los servicios de una agencia de viajes especializada en turismo comunitario, debido que no existe una agencia que sepa del mismo y otra porque simplemente acudieron a las comunidades por recomendación o junto la compañía de personas que ya han visitado los lugares.

## 7. ¿Cuánto pagó diario durante su estancia, aproximadamente?



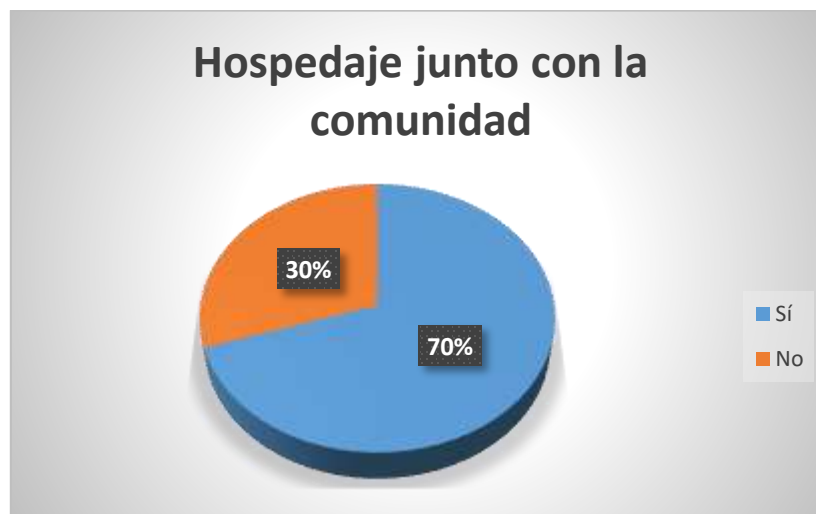
*Figura 13: Respuesta de los encuestados con referencia al pago de su estancia.*

*Fuente y elaboración propia*

### **Interpretación:**

A los turistas extranjeros se les brindó varias opciones de cuanto pagaron por su estancia en un destino, en donde el rango fue de \$30 hasta \$120 que han pagado por los servicios de turismo. Pero incluso hubo turistas que no cancelaron nada durante su estancia debido que han vivido en los hogares de cada comunidad y lo único que ellos han dado es un apoyo económico en muestra de su agradecimiento a los miembros de esas familias de las comunidades.

## 8. ¿Usted se hospedó junto a la comunidad?



*Figura 14: Respuesta de los encuestados que se han hospedado con la comunidad*

*Fuente y elaboración propia*

### **Interpretación:**

En cuanto a la respuesta que brindaron los turistas, la mayoría si se han hospedado junto con la comunidad y comentan que ha sido una grata experiencia estar algunos días compartiendo con ellos ya que son gente muy humilde y sencilla. También el convivir con estas personas aprendieron un poco más del estilo de vida y su manera de sobre salir cada día por su familia, realizando diversas artesanías para así venderlas a los turistas que llegan a visitarlas y generar un ingreso más.

**9. Tomando en cuenta que el turismo comunitario comprende realizar las siguientes actividades: a) cabalgatas, b) caminatas por senderos, c) hospedaje con las familias de las comunidades, d) camping, e) cosecha de alimentos, f) deportes extremos y g) participación de sus costumbres y tradiciones. ¿A usted le interesaría adquirir y disfrutar de estas actividades?**



*Figura 15: Respuesta de los encuestados si desean adquirir y disfrutar de las actividades en las comunidades*

*Fuente y elaboración propia*

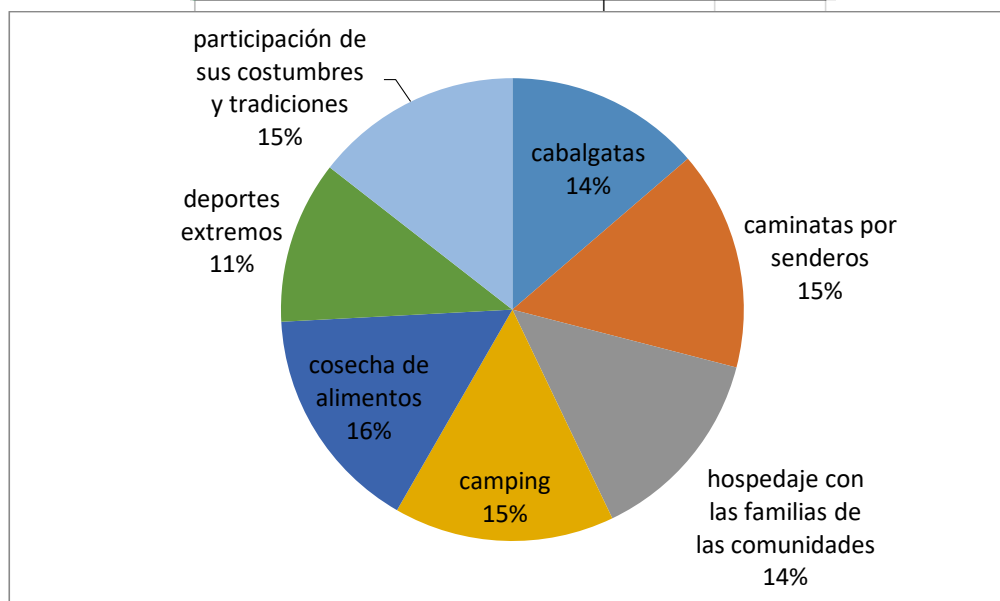
### **Interpretación:**

Las respuestas de los turistas extranjeros mencionan que sería interesante y fascinante conocer la cultura y la geografía del lugar. También al mencionar las actividades que se realiza en la comunidad les llamo la atención para ir a relajarse y despejar la mente, incluso algunos turistas concuerda que los deportes extremos que se pueden realizar cerca de la comunidad son importantes. Dichos turistas destacan que conocer el Ecuador es poder convivir con la naturaleza día a día así se tiene un acercamiento real con un destino turísticos.



**10. Según su criterio, coloque del 1 al 7, siendo el 1 el más importante para las actividades descritas a continuación.**

Respuesta	Total	
	cantidad	%
cabalgatas	159	14
caminatas por senderos	178	15
hospedaje con las familias de las comunidades	161	14
camping	179	15
cosecha de alimentos	184	16
deportes extremos	132	11
participación de sus costumbres y tradiciones	168	15
<b>TOTAL</b>	<b>1161</b>	<b>100</b>



*Figura 16: Importancia de las actividades según los encuestados*

*Fuente y elaboración propia*

**Interpretación:**

La presente pregunta tuvo como opción respuesta múltiple, por lo que el público encuestado tuvo la oportunidad de escoger varias opciones, es decir, los encuestados dieron una valoración a cada una de las actividades propuestas entre el rango de 1 a 7, considerando que el 1 es el más importante.

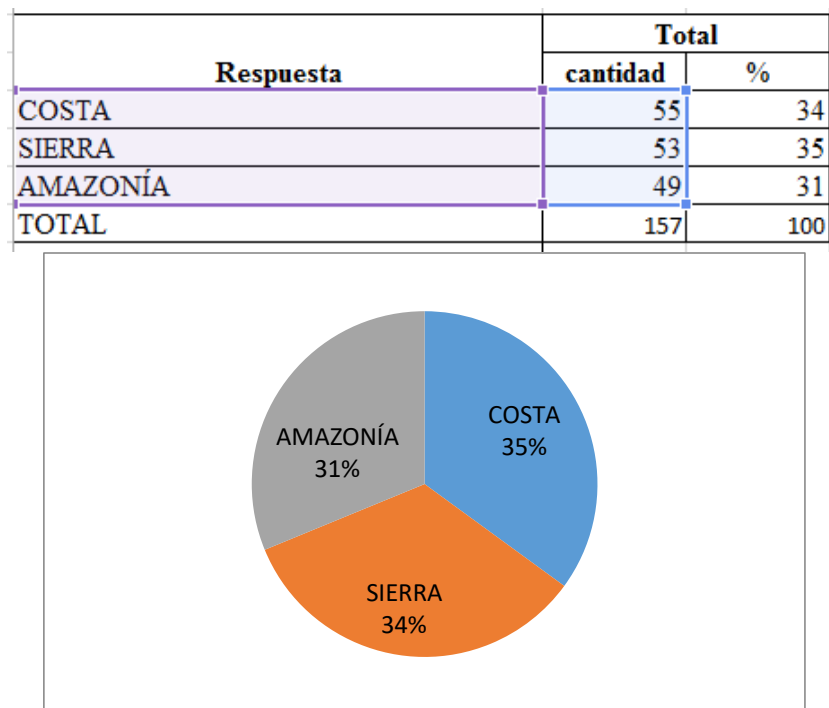
Basándose en la representación de la gráfica, los porcentajes reflejados determinan lo siguiente:

- El 16% en la gráfica representa a la actividad que fue en su mayoría más veces escogida y la que tuvo mayor valoración en los rangos manifestados; El 15% representado en la gráfica representa una de las actividades más escogidas por todos los encuestados, la participación del público en las costumbres y tradiciones de las comunidades indígenas, resultó ser una actividad bastante positiva y llamativa para los encuestados, sin olvidar que cada uno de ellos dieron una valoración a cada una de las actividades, las cuales se fueron sumando y en la tabla presentada se puede ir comparando con las otras actividades propuestas.

- Otras de las actividades que fueron de preferencia y escogidas por los encuestados fueron caminatas, camping, cabalgatas y hospedarse con las familias de las comunidades, se puede observar en la gráfica que representan un porcentaje significativo frente a otras opciones.

- Los deportes extremos representados en la gráfica con un 11%, manifiestan que el realizarlos no llama mucho la atención del público encuestado y en su valoración no tuvo un rango muy representativo en relación a las otras opciones, pero que sin duda al momento de decidir realizar turismo comunitario se debería tomar en cuenta para lograr una mayor y mejor experiencia en este tipo de turismo.

**11. De acuerdo a la pregunta anterior, seleccione cual sería la región del Ecuador que a usted le gustaría realizar las actividades antes mencionadas.**



*Figura 17: Región del Ecuador según la aceptación de los encuestados*

*Fuente y elaboración propia*

### **Interpretación:**

Los turistas extranjeros les llaman la atención el realizar las diversas actividades antes mencionadas en la región Sierra por el motivo de que existen más comunidades y por recomendaciones que les han brindado les interesa realizarlas en dicha región. Pero también les interesaría vivir una experiencia inolvidable junto a la Amazonia donde se está más en contacto con la naturaleza y se deja de lado el abrumante ritmo de vida de la ciudad.

## 12. ¿Cómo prefiere viajar?



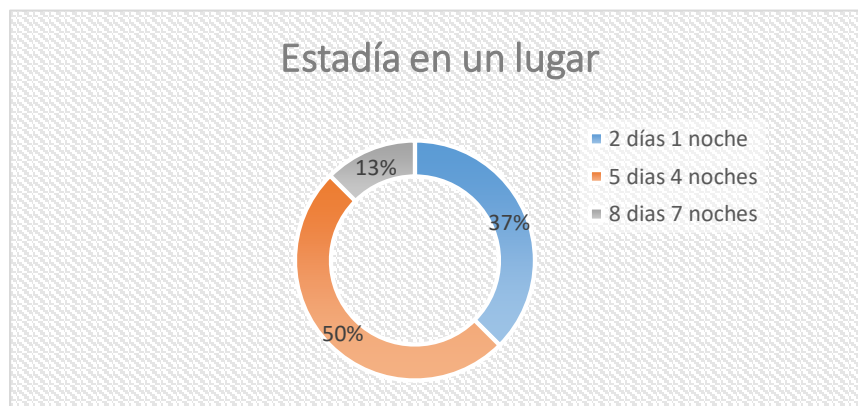
*Figura 18: Preferencia al viajar*

*Fuente y elaboración propia*

### **Interpretación:**

Los turistas extranjeros según las encuestas, prefieren los viajes en familia para disfrutar los atractivos que tiene cada lugar a visitar, también el convivir más con los seres queridos en nuevas aventuras en diversos países. También parte de los turistas han preferido viajar en pareja motivo por el cual existen lugares en donde son propicios para tener gratas experiencias.

### 13. Su estadía en un lugar es de:



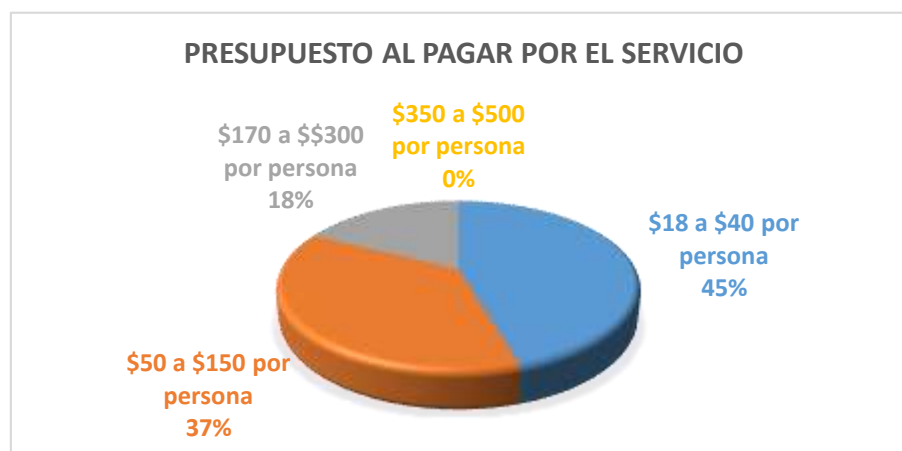
*Figura 19: Estadía en un lugar*

*Fuente y elaboración propia*

#### **Interpretación:**

La estadía que han estado los turistas extranjeros en un lugar ha sido de 5 día y 4 noches, por el motivo en que logran estar dispersos de la ciudad y respirar otro aire diferentes y también para conocer nuevas costumbres y gente. Seguido de la estadía que prefieren es de 2 días y 1 noche con el 37% que equivale a que no desean pasar mucho tiempo en un lugar y esto lo consideran como un lugar de paso. Por ultimo escogieron la estancia de 8 días y 7 noches con el 13%, esta respuesta les llamo la atención debida que pueden conocer más a la gente y más si es en una comunidad que buscan conocer más afondo a la comunidad y sus costumbres.

#### 14. ¿Cuál es el presupuesto a pagar por el servicio?



*Figura 20: Presupuesto a pagar por el servicio*

*Fuente y elaboración propia*

#### **Interpretación:**

En el siguiente gráfico demuestra que los encuestados pagarían el servicio de turismo comunitario entre \$18 a \$40 por persona que equivale el 45% de los turistas extranjeros debido que les llama la atención el precio más económico para realizar turismo comunitario conociendo todo lo que se puede realizar ahí.

También el 37% de los turistas estarían dispuestos a pagar entre \$50 a \$150 por persona por dicho servicio debido a que creen que debe ser valorado de mejor manera las costumbres y tradiciones que cuenta cada comunidad.

Muy pocos turistas decidieron contestar que pagarían entre \$170 a \$300 por persona valoran más la atención personalizada que les dan las comunidades que los propios hoteles o lodge.

15. ¿Si se crea una agencia de viajes especializada en turismo comunitario, usted compraría un paquete turístico a través de esta agencia?



*Figura 21: Aceptación de la creación de la agencia de viajes especializada en turismo comunitario*

*Fuente y elaboración propia*

### **Interpretación:**

A la gran mayoría de los turistas extranjeros les llama la atención de adquirir este tipo de paquetes turísticos y más si se crea una agencia especializada en turismo comunitario por ello de los 119 encuestados contestaron que si adquirirían este paquete turístico que equivale al 92%. En donde los turistas mismos brindaron una opinión positiva acerca de esta creación debido que es una buena iniciativa muy buena que a para el público extranjero les interesa conocer más de los rincones que tiene Ecuador.

### **6.3. OFERTA**

Para comenzar a definir que es la oferta, es importante buscar una definición acerca de la oferta turística que se relaciona con el tema del proyecto.

La oferta turística es un conjunto de productos y servicios con fines turístico que se ponen a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo (Sancho, 2008)

De acuerdo con la definición anterior, la oferta se relaciona con el tema del proyecto debido a que el producto turístico principal son: los paquetes turísticos especializados en turismo comunitario, el servicio que se brindará al convivir con las comunidades, realizar diversas actividades, etc. Lo más importante es que el visitante pueda disfrutar de un momento único que pueda ser una excelente experiencia para su vida misma.

Se ha realizado un estudio acerca de algunas comunidades en el Ecuador en donde se determina el diseño etnográfico y el inicio de actividades turísticas, en el que dicha investigación tiene datos recopilados desde el 2006 hasta 2007. A continuación se detalla un gráfico con las comunidades que se analizaron.

De acuerdo con la definición anterior, la oferta se relaciona con el tema del proyecto debido a que el producto turístico principal son: los paquetes turísticos especializados en turismo comunitario, el servicio que se brindará al convivir con las comunidades, realizar diversas actividades, etc. Lo más importante es que el visitante pueda disfrutar de un momento único que pueda ser una excelente experiencia para su vida misma.




Se ha realizado un estudio acerca de algunas comunidades en el Ecuador en donde se determina el diseño etnográfico y el inicio de actividades turísticas, en el que dicha investigación tiene datos recopilados desde el 2006 hasta 2007. A continuación se detalla un gráfico con las comunidades que se analizaron.



Tabla 1. Descripción de las comunidades					
<i>comunidad</i>	<b>Tunibamba</b>	<b>Huertas</b>	<b>Machacuyacu</b>	<b>Caguanapamba</b>	<b>Agua Blanca</b>
<i>localización</i>	Sierra Norte Cotacahi / Imbabura	Sierra Sur Sta. Isabel / Azuay	Amazonia Tena / Napo	Sierra Centro El Tambo / Cañar	Costa Puerto López / Manabí
<i>población</i>	600 habitantes	250 habitantes	90 habitantes	1200 habitantes	260 habitantes
<i>Grupo étnico</i>	Otavalo	Mestizos	Kuichua Amazónico	Cañari	Manteños
<i>Actividades económicas aparte del turismo</i>	Agricultura, ganadería, producción de ladrillos, servicios y construcción (fuera de la comunidad).	Ganadería vacuna (quesos), agricultura y horticultura carpintería, ladrillos y adove.	Cultivos subsistencia (banano y yuca), cultivos comerciales (maíz, cacao, mani). Aves de corral.	Agricultura, ganadería, construcción, pequeño comercio.	Agricultura subsistencia, ganadería comercial, frutos silvestres (tagua), construcción, guianza en Parque Nacional.
<i>Inicio actividad turística</i>	2001	_____	1993	_____	1987
<i>Estado actividad turística</i>	Consolidado	Proyecto	consolidado	Proyecto	consolidado
<i>Habitantes involucrados</i>	Tres familias	20	Toda la comunidad	30	180
<i>Producto turístico</i>	Vivencial, cultural Alojamiento con familias y tours, guías.	vivencial , natural Recorridos, alojamiento y alimentación.	Rutas por la selva, vida de la comunidad, rituales.	cultural , vivencial. Recorridos, alojamiento y alimentación.	Cultural, natural
<i>Visitantes anuales y promedio estadías</i>	500 visitantes, estancia de tres días		150 visitantes, estancia de tres días		9.500 visitantes. Visitas de un día
<i>Organización comunitaria y turística</i>	Asamblea y cabildo autorizan la actividad turística que se implementa por familias	Asamblea. El proyecto turístico esta liderado por la empresa comunitaria MADT producciones.	Toda la actividad turística se organiza directamente desde la asamblea comunitaria.	La organización general es comunitaria, la organización turística específica está por determinar.	Patrocinio de la asamblea y cabildo. El comité arqueológico organiza toda la actividad turística comunitaria.
<i>reparto beneficios</i>	Desde la operadora Runa Tupari se abona a cada familia participante y la parte proporcional a la comunidad		Se asignan salarios a los que participan directamente en las actividades turísticas y se decide el uso comunitario de los beneficios.		El dinero recolectado de la actividad comunitaria se reparte entre los guías. Otras actividades turísticas están grabadas comunitariamente
<i>Intervención externa</i>	Han tenido un notable apoyo de distintas ONG's y agencias internacionales.	Apoyo organizativo desde el programa de turismo comunitario de la universidad de Cuenca	Han tenido un notable apoyo de distintas ONG's y agencias internacionales.	Apoyos organizativos y formativos desde universidades, ONG's y agencia de cooperación internacional	Financiación de las excavaciones arqueológicas, y de ONG's para infraestructura turística y formación
<i>Marketing y venta del producto</i>	Operadora intercomunitaria local Runa Tupari promociona y vende	En proceso con FEPTCE	Operadora intercomunitaria local RICANCIE promociona y vende	En proceso con FEPTCE	Promoción por medios propios y CITURCE


Figura 22: Descripción de las comunidades


Fuente: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (Ruiz, Hernandez, Coca , & Del Campo, 2008)

A continuación mencionaré a través de un cuadro comparativo las comunidades del Ecuador que se han destacado en el 2016, conjuntamente se colocará el idioma, ubicación, sus actividades y porque el crear una agencia de viajes especializada en turismo comunitario les ayudará a éstas comunidades y permite también que se pueda buscar más comunidades que necesiten el apoyo para promocionarse, siendo así una manera para desarrollarse y darse a conocer por turistas nacionales y turistas extranjeros.

Comunidad	Ubicación	Idioma	Actividades	Imagen	Importancia del Proyecto
<b>Achuar</b>	+ Pastaza y Morona Santiago + También en el departamento de Loreto en Perú	Achuar-chicham	+ Sus costumbres se han desaparecido, pero mantienen su cultura e identidad. + El dios Arutam que representa hasta la actualidad la "máxima energía" y cuida de la selva. + Mantienen el consumo de la chicha de yuca y wayusa, se pintan la cara en las fiestas y presentaciones oficiales. + Hoy en día se enfocan en el ecoturismo.		Al crear una agencia de viajes especializada en turismo comunitario, busca que la comunidad Achuar retome sus costumbres y den a conocer a los turistas extranjeros y nacionales siendo así una ayuda para difundir sus creencias a nivel nacional e internacional.
<b>Awá</b>	Distribuidos en 22 centros	Awapít	+ Sobreviven de la caza, pesca y la agricultura (maíz, plátano, yuca).		A los turistas se les da a conocer acerca de actividades que realiza la comunidad como: siembra o cosecha

	<p>asentados en Esmeraldas, Carchi e Imbabura.</p>		<p>+ En los últimos años han estado trabajando en planes de aprovechamiento de los recursos del bosque a nivel comunitario y familiar.</p> <p>+ Se encuentra dentro de la Reserva Ecológica Cayapas Mataje</p>		<p>de alimentos, que les permitirá compartir momentos inolvidables de recolectar los alimentos que se van a servir.</p> <p>También la agencia de viajes brindará apoyo en todos los planes para el bienestar de las familias y la comunidad a través de capacitaciones de emprendimiento.</p>
<p>AI' cofán</p>	<p>+ Sucumbíos + Reserva Faunística Cuyabeno + Reserva Ecológica Cayambe – Coca + Bosque Protector</p>	<p>AI' cofán</p>	<p>+ Las mujeres se hacen cargo de los huertos familiares, el hombre caza y pesca</p> <p>+ Los animales y plantas se escasean por la destrucción de su hábitat natural.</p> <p>+ Incursionan en la elaboración de artesanías.</p>		<p>La agencia de viajes organizará y planificará actividades dinámicas en donde puedan convivir y conocer un poco más del estilo de vida que tiene cada miembro de la comunidad.</p> <p>También hacer una guianza por parte del líder de la comunidad o guías nativos acerca de los beneficios de las plantas y acerca de la existencia de los animales de la zona.</p>

	Alto Bermejo y + Parque Nacional Zumaco				
<b>Chachis</b>	Esmeraldas Asentadas dentro de las Reservas Ecológicas Cotacachi, Cayapas Mataje y Mache Chindul	Cha'palaa	+ El 'Uñi Chaitarucula' o Gobernador era quien ejercía la autoridad y en la actualidad su unidad organizativa son los centros, que están agrupados en la Federación de Centros Chachi del Ecuador (Fecche). + Tradicionalmente su economía era de auto subsistencia. + Comercializan la madera, productos agrícolas y artesanías		La agencia de viajes creará un itinerario en donde se incluyan la creación de artesanías en madera y así ayudarles económicamente. Así mismo se incluirá en el itinerario un ritual para el grupo para conocer sus tradiciones.
Epera	+ Norte de Esmeraldas	Sia pedee = voz de caña brava. Está en	+ Población relativamente pequeña + Su economía se basa en la agricultura en pequeñas fincas familiares, en la		+ Ayudar a los jóvenes emprendedores de la comunidad para que puedan crecer y hacer crecer a su población a

<p>+ Colombia, son una ramificación de los Eperara Sia (Embera), grupo con mayor población.</p>	<p>peligro de perderse. También hablan castellano</p>	<p>recolección, la pesca y la caza para el autoconsumo y para la venta. + La artesanía y la cestería la han enfocado hacia el mercado. + Enfrentan la migración de los jóvenes que salen en busca de trabajo.</p>		<p>través de capacitación que se puede contar con la ayuda de CONQUITO.</p>
---	---	---	---	---

**Tabla 1: Información de las comunidades del Ecuador**

**Fuente: Elaboración propia**

En la actualidad a las comunidades del Ecuador se las están dejando de lado debido a que son apartadas de los atractivos turísticos ya reconocidos, siendo así aisladas y apartadas hasta que puedan llegar al punto de desaparecer con sus costumbres y tradiciones que hoy por hoy el turismo es el boom del siglo XXI que a los turistas extranjeros buscan realizar, además les agrada convivir el día a día con la comunidad debido a que afortunadamente en el Ecuador es posible relacionarse directamente con las comunidades indígenas, experiencias que no en todos los países se las pueden aprovechar.

La implementación de la creación de una agencia de viajes enfatizada en el turismo comunitario tiene el propósito de sacar adelante a éstas comunidades que están desapareciendo, la propuesta se enfoca en ayudar a cada miembro de las comunidades ya sea a través de capacitaciones, así como también charlas de emprendimiento para así poder aprovechar lo mejor que tienen y sobre todo la calidad de personas que habitan ahí.

Actualmente, existen empresas que buscan ayudar a crecer a las comunidades con ideas innovadoras, dándolas a conocer y que sean beneficiadas con la visita de los turistas en su totalidad.

#### **6.4. BRECHA**

Debido a los resultados detectados a través de las entrevistas y encuestas, se pudo conocer que existe una brecha insatisfecha; Por ello se mencionará la brecha que más impacto ha tenido y que se puede solucionar satisfactoriamente.

En cuanto a la entrevista con el presidente de la FEPTCE, Galindo Parra; menciona que existió una mala administración en la comunidad de Yunguilla, debido a que el presidente que estaba en ese entonces no dirigía dicha administración correctamente y la mantenía descuidada, inclusive con la página web de dicha comunidad desactualizada, por tal motivo no tenían un correcto manejo para beneficiar a los miembros de la misma.

Por esta razón Galindo Parra menciona que durante su cargo como presidente está tomando cartas en el asunto y mejorando todo aspecto de la comunidad de Yunguilla, con el fin de ayudar a las familias, buscando conexiones con agencias de viajes y un proyecto que espera que se realice es un convenio internacional.

Desde otro punto de vista CONQUITO, en la entrevista que se tuvo con Carolina Rivadeneira, técnica del área de cadenas productivas; manifiesta que están realizando el proyecto de EMPRETEC para así ayudar a la organización, administración y capacitaciones a los miembros emprendedores de Yunguilla, debido a que no saben cómo manejar los productos turísticos que poseen y se enfocan en otras áreas que la empresa CONQUITO no lo ve tan factible, pudiendo ayudarles con su propuesta, motivo por el cual en la comunidad no es fiable crear una restaurante y el personal no está al cien por ciento (100%) capacitado para formar este emprendimiento.

Se toma mucho encuentra la opinión de los turistas extranjeros que se les ha preguntado si conocen el turismo comunitario y si desearían convivir unos días con los habitantes de la misma comunidad, teniendo como resultado muy pocas personas no estaban de acuerdo al realizar la agencia de viajes especializada en turismo comunitario debido que no les llamaba la atención y



algo importante que cabe recalcar es que no sabían el termino de turismo comunitario y cuáles son sus características.

Por otro lado, una gran mayoría de estos turistas extranjeros encuestados en las zonas más concurridas de la ciudad de Quito como el Centro Histórico, Marisca Foch y Mitad del Mundo, mostraron gran interés por la creación de una agencia de viajes especializada en turismo comunitario, y las actividades que realizan, basándose en que un 20% de estos turistas ya habían realizado turismo comunitario en diversos países y mencionaron conocer de comunidades del Ecuador a través de familiares, amigos o por agencias de viajes que los han recomendado y han salido satisfechos con una gran experiencia y con ganas de conocer más comunidades.

En cuanto a la demanda de turistas extranjeros que llega al Ecuador se podrá obtener la demanda potencial donde el resultado es el siguiente:

**Demanda Potencial** = Demanda de T.extranjeros x % T.extranjeros que desean  
hacer turismo comunitario

$$DP = 169378 \times 92\%$$

$$DP = 155827,76$$

La demanda potencial es de 155827,76 turistas extranjeros en un promedio anual.

## 6.5. ESTRATEGIA DE VENTAS EMPLEADAS POR LA COMPETENCIA

Existen diversas estrategias de ventas que maneja la competencia en referencia al turismo comunitario, es por ello que se encontró en la página web a Aventure Colombia en donde es una agencia receptiva en Colombia que fue fundada en el 2007 siendo así pionera en el destino y especializada en turismo de aventura, ecoturismo y también turismo comunitario. Esta agencia se dedica a que los turistas descubran la diversidad natural y cultural que posee Colombia.

La visión que cuenta la agencia es dar los conocimientos del país comprometiéndose a proporcionar a todos sus clientes un viaje de calidad y que sean inolvidables, también trabajan de la mano con comunidades locales en donde se crea relaciones de confianza de largo plazo y de beneficio mutuo. Se sigue fortaleciendo en las capacitaciones de los proveedores y comunidades aliadas para así garantizar un servicio óptimo, los encuentros sean completamente auténticos, beneficios sostenibles y preservación de los recursos culturales y naturales.

Aventure Colombia brinda treinta paquetes para sus clientes en donde el que se relaciona con el turismo comunitario. A continuación se detalla en que consiste el paquete y el costo al público.




### ➤ **El encanto de la Reserva Maloka Zacambu**



**Estadía:** 5 días y 4 noches

**Costo:** Desde \$390

**Información:** + Descubra un paisaje surrealista en el Amazonas, decorado con árboles encantados, animales increíbles y ríos sorprendentes.

- + Descubrir la belleza del Amazonas
- + Intercambio de cultural con los pueblos indígenas
- + Aventura, cultura y naturaleza en un solo viaje.

Día	Itinerario	Imagen
1	<p><b>Leticia - Maloka Huitoto</b></p> <p>Recibimiento en el aeropuerto de Leticia y traslado terrestre a la casa de don Plácido Huitoto al km 14. Almuerzo y caminata en selva: observación fauna y flora, plantas medicinales, cultivos tradicionales. Bienvenida a la maloka de los Huitotos: introducción a la cultura indígena actual: alimentos tradicionales, artes y oficios mitos, leyendas, rituales (coca y tabaco).Cena y actividad nocturna (caminata con observación fauna nocturna / pesca / conversaciones con el maloquero).Alojamiento en hamacas con mosquitero, dentro de la maloka.</p> <p>Transp: 30min en carro; Caminata: 1h en selva; Alojamiento: hamaca, cocina de leña, baños exteriores improvisados; Guía local.</p>	
2	<p><b>Campamento en la Selva (leticia)</b></p> <p>Desayuno en la maloka y caminata en la selva (4 horas aprox.) Refrescantes y almuerzo en el campo. Establecimiento del campamento, de la fogata, de las hamacas y de los mosquiteros. Exploración de la zona, observación de la fauna y flora. Cena y actividad nocturna: cuentos de selva, pesca (dependiendo de la temporada y los niveles de agua). Descanso en las hamacas.</p>	
3	<p><b>Reserva Natural de Agape: Campamento aéreo</b></p> <p>Traslado a la Reserva Natural de Agape, baño en la quebrada, descanso en hamacas. Luego escalada con cuerda singular y arneses de seguridad a la plataforma de dosel a 35 m de altura en los árboles. Observación del atardecer, de las aves y de plantas epifitas. Cena Dos opciones de alojamiento: 1- Campamento aéreo en el dosel (canopy) con un colchón, cuberturas y mosquiteros. Énfasis en la naturaleza y la aventura. 2- Retorno a la sede de la Reserva Natural Agape. Infraestructura rustica en madera, alojamiento compartido, camas con mosquitero, baños exteriores compartidos.</p>	

4	<p><b>Reserva Agape: Comunidad Tikuna, Flor de Loto, descubrimiento de la zona fronteriza (Perú - Brasil)</b></p> <p>Desayuno en la sede de la Reserva Ágape. Caminata en la selva (1h) hasta la comunidad Tikuna de San Pedro. Después 2 opciones: 1-se travesa la quebrada y los lagos en kayak (4h máx.). 2-Alternativa más suave o en temporada de aguas bajas: Caminata hasta la carretera y traslado terrestre al Puerto de la Cholita. Observación de aves y plantas acuáticas. Arribo al parador turístico Flor de Loto a orillas del río Amazonas, observación de la llamada Victoria Regia (Flor de Loto). Encuentro con el bote particular. Navegación Río Amazonas hacia el Perú. Se travesa en bote la selva inundada peruana (solo en temporada de aguas altas) y almuerzo a bordo. Encuentro de los lagos de Zacambu del río Javari (frontera Perú-Brasil). Arribo a la casa de don Jorge y su familia peruano-brasilera. Acomodación en habitaciones de madera o terraza para hamacas con vista al lago. Recorrido por los lagos y río Javari, pesca, observación de delfines, canotaje, playas. Cena y comida casera de la región. Navegación nocturna, búsqueda y observación de caimanes. Descanso.</p>	
5	<p><b>Regreso a Leticia / Tabatinga</b></p> <p>Regreso a Leticia/Tabatinga, con posibilidad de visitar pueblos ribereños como Islandia, Benjamín Constant, Santa Rosa (dependiendo de su disponible con respecto a los horarios de su vuelo). Desayuno en Leticia/Tabatinga, navegación en el lago Javari con agua baja entre el Perú y el Brasil para subir la Amazonia. Si no tienen conexión con un vuelo ese día, pueden quedarse más tiempo en el lago, almorzar y luego volver a Leticia a las 17h.</p>	

*Tabla 2: Aventure Colombia – Itinerario*

**Fuente:** (Aventure, 2013)

**Incluye:**

- Todos los transportes terrestres y fluviales.
- Todas las actividades planteadas y todos los ingresos a los lugares indicados.
- Alojamiento con alimentación completa y refrigerios todos los días.
- Equipos especializados de selva (hamacas, mosquiteros, canoas/kayaks, pesca, equipos para Canopying).
- Acompañamiento de guías de selva profesionales locales.
- Seguro médico local

**No Incluye:**

- Vuelos nacionales
- Impuesto de entrada a Leticia (24 500 COP) por persona.

- Gastos personales
- La propina
- Seguro de viaje

Lo importante de este paquete turístico que ofrece Aventure Colombia busca convivir con la comunidad y que los turistas puedan pasar un momento inolvidable en donde se realizan diversas actividades con el fin de disfrutar de la naturaleza y de las culturas que brinda la amazonia colombiana.

En cuanto a las agencias especializadas en turismo comunitario en Perú, se encontró a Inti- Eco Lodge que es de una emprendedora llamada Anne donde reside en Perú hace cuatro años, ella estudio comercio internacional en la escuela de comercio en Paris pero antes de ello curso una maestría de turismo internacional en Australia.

Después de culminar sus estudios viajó por Oceanía y Asia mucho antes de encontrar un trabajo en una agencia de viajes internacional en Arequipa (Perú) en el 2012. Luego de dos años, creó su propia agencia especializada en viajes personalizados en el Perú, donde existe un operador turístico que valora al ecoturismo, turismo solidario (o viajar ayudando a ONG), el turismo comunitario (viajar ayudando a las comunidades locales), respetando la economía y la cultura local.

Dicha agencia de viajes fue enfocada a la cultura de las comunidades y la relación que tiene con la naturales, sana y respetuosa, en donde se tiene como objetivo crear un lodge cien por ciento (100%) ecológico para poder reutilizar el agua, coleccionar el agua lluvia, el uso de

energía solar, la gestión de los desechos, la producción agrícola de frutas, legumbres y plantas medicinales. (Inti Eco Lodge, 2016)

Existe también otra agencia dedicada al turismo comunitario en Perú llamada APTAE Turismo Responsable en donde actualmente cuenta con un puesto en el Consejo Directivo de la Cámara Nacional de Turismo – CANATUR y son convocados a ser partícipe de las consultorías y las invitaciones para confeccionar proyectos, paralelamente siendo considerados por el Estado como uno de los gremios turísticos más importantes del país, y por ello son consultados y se les pide opinión antes que el sector público emita resoluciones y normas sobre el Turismo.

APTAE cuenta con una misión y visión que son:

### **Misión**

Brindar soporte y herramientas a sus asociados para consolidar el desarrollo y promoción del turismo responsable en el Perú.



### **Visión**

Al año 2021 APTAE es una institución líder y referente para el desarrollo y promoción del turismo responsable a nivel nacional.



En cuanto al realizar turismo comunitario en Perú están dirigidos en la región amazónica donde se menciona la siguiente descripción de esta ruta en la selva de Yanamono desarrollándose diversas actividades relacionadas al ecoturismo, las cuales involucran de manera directa a las comunidades aledañas, compartiendo con sus visitantes estilos de vida, tradición y cultura.

Asimismo, se promueve la observación de aves, delfines, pesca responsable, anfibios, insectos; y por supuesto la mega variedad de vegetación. En las caminatas por el Yanamono podemos apreciar los diversos tipos de bosque, así como la vegetación típica del área de cada uno:

- El bosque inundable está caracterizado principalmente por abundantes arbustos, algunas herbáceas y trepadoras. Los árboles son dispersos y en su mayoría están en el estado de re-generación.
- El bosque transicional de tierra firme; el cual se encuentra en un estado avanzado de re-generación.
- El bosque primario de tierra firme, el cual está caracterizado por tener un dosel completamente cerrado y el suelo se encuentra generalmente libre de vegetación densa, debido a que el dosel permite la penetración de muy poca luz, la

cual es necesaria para el crecimiento de las plantas. En las trochas cercanas al Heliconia Amazon River Lodge se pueden hallar diferentes especies de aves, ejemplo de estas: Crested Owl, Black-collared Hawk, Ringed Kingfisher, Chestnut Woodpecker, entre otras.

Así mismo, en esta misma área se logró el registro de una nueva especie de ave para el Perú, el Bare Face Ibis (*Phimosus infuscatus*), convirtiendo a esta área hot spot para los amantes del birdwatching. Heliconia Amazon River Lodge asienta sus bases por el ecoturismo, desarrollando productos en base a la conservación de las 40 hectáreas de bosque que se encuentran bajo su supervisión, trabajando sosteniblemente en la Amazonia Peruana. (Tito, s.f)

## **6.6. CONCLUSIONES**

- Al realizar las encuestas a los dueños de las agencias de viajes en el sector de la mariscal foch, se pudo observar la perspectiva que tienen al brindar sus servicios a los turistas, por ello fue importante conocer si ofrecían paquetes al turismo comunitario en donde no se enfocaban debido que la mayor demanda era al turismo de aventura y muy poca aceptación de los turistas extranjeros se mostraban interesados en contratar servicios hacia la convivencia con las comunidades.



- Las encuestas realizadas a 119 turistas extranjeros fue de gran ayuda debido que se conoce el interés que tienen para conocer algo nuevo y diferente. Así mismo si una agencia de viajes les brinda la posibilidad de convivir con las comunidades ellos estarían dispuestos adquirir este tipo de paquetes turísticos, ya que en sus países natales no existe gran variedad de costumbres y tradiciones, sobre todo ellos son fascinados por la calidez y humildad de personas que viven en Ecuador y por ello ven a nuestro país como un lugar grato donde con una estadía de 5 días en un lugar es corto para llegar a conocer absolutamente todo lo que tiene el Ecuador.

- Para proseguir con la investigación se necesitó comparar las estrategias de competencia que existe en otros países por ejemplo con Colombia y Perú que cuentan con un amplio conocimiento acerca del turismo comunitario y se enfocan en que los turistas vean desde otra perspectiva y punto de vista el valorar las costumbres, tradiciones, la naturaleza y la cosecha de los alimentos de la zona. Sus paquetes turísticos son muy llamativos y con gran información que atrae de una forma inmediata de querer transportarse a ese lugar.

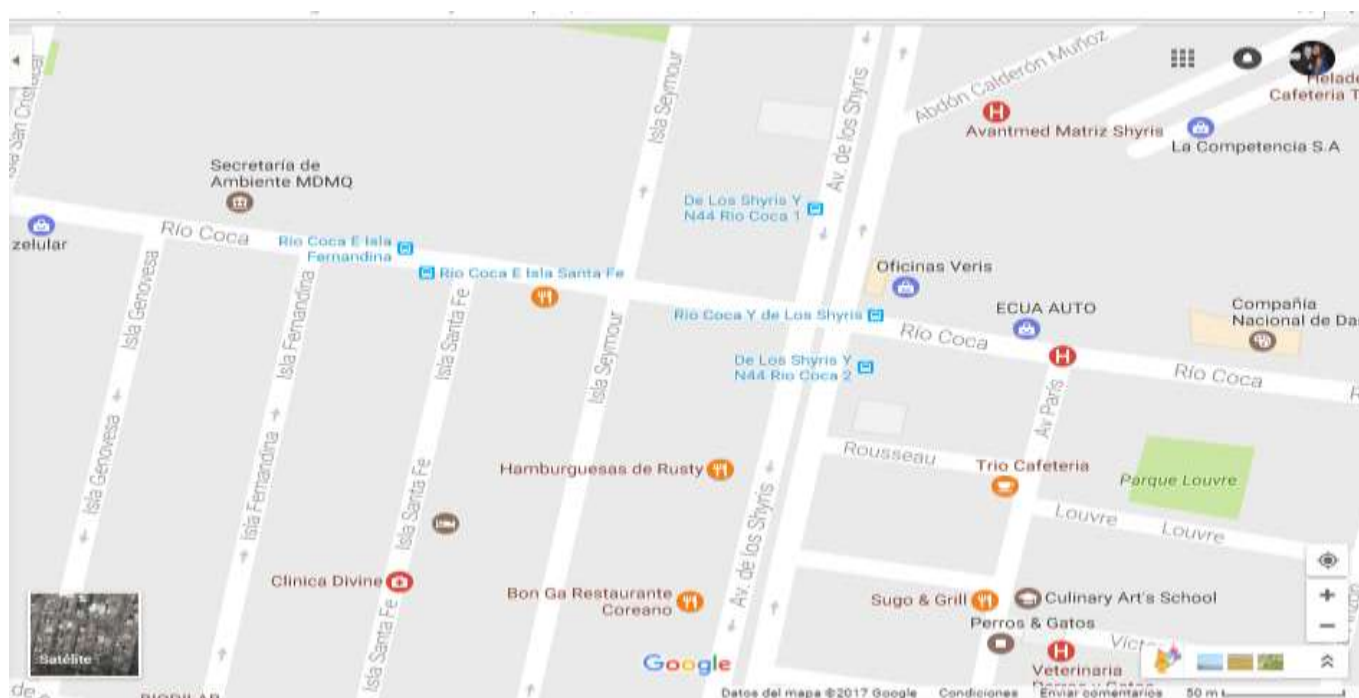
- Los turistas extranjeros que prefieren adquirir los paquetes turísticos son muy pocos, según las agencias que se ha visitado en la mariscal foch. Dichas agencias de viajes comentan que sus clientes optan por realizar turismo por su propia cuenta, realizar sus paquetes a través de agencias de viajes virtuales y por ello las mismas han disminuido sus ventas. En conclusión la demanda es insatisfecha en relación al turismo que hacen las agencias de viajes.

## Capítulo III

### 7. ESTUDIO TÉCNICO

#### 7.1. LOCALIZACIÓN

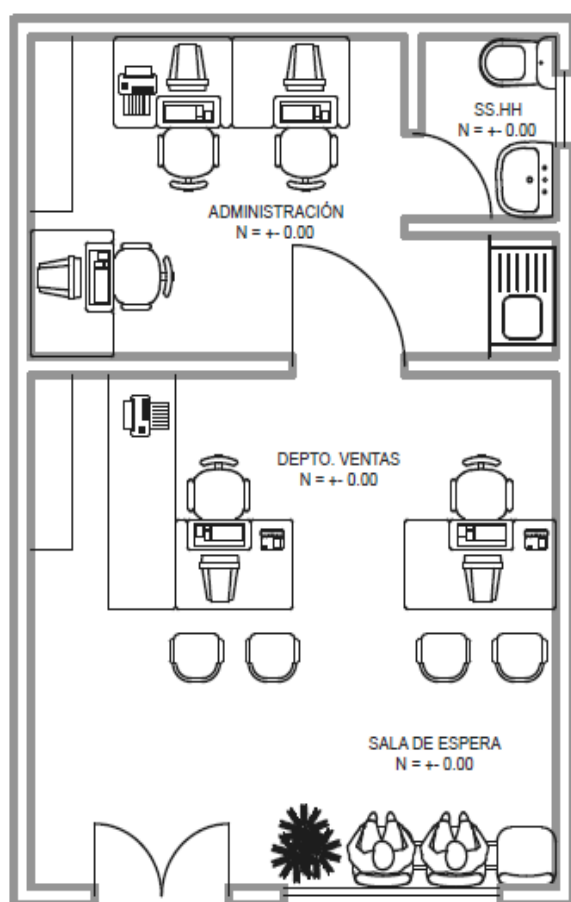
La agencia de viajes estará localizada en la ciudad de Quito en el sector de la Rio Coca y Av. de los Shyris, se escogió en este lugar debido que existe afluencia de turistas extranjeros y nacionales. Se arrendará un local con un área de 36,70 mts<sup>2</sup>, donde estará equipado con servicios básicos, sistemas de comunicación y software adecuado para la agencia.



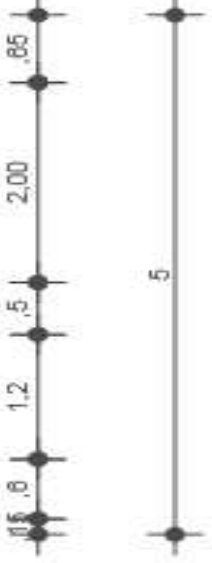
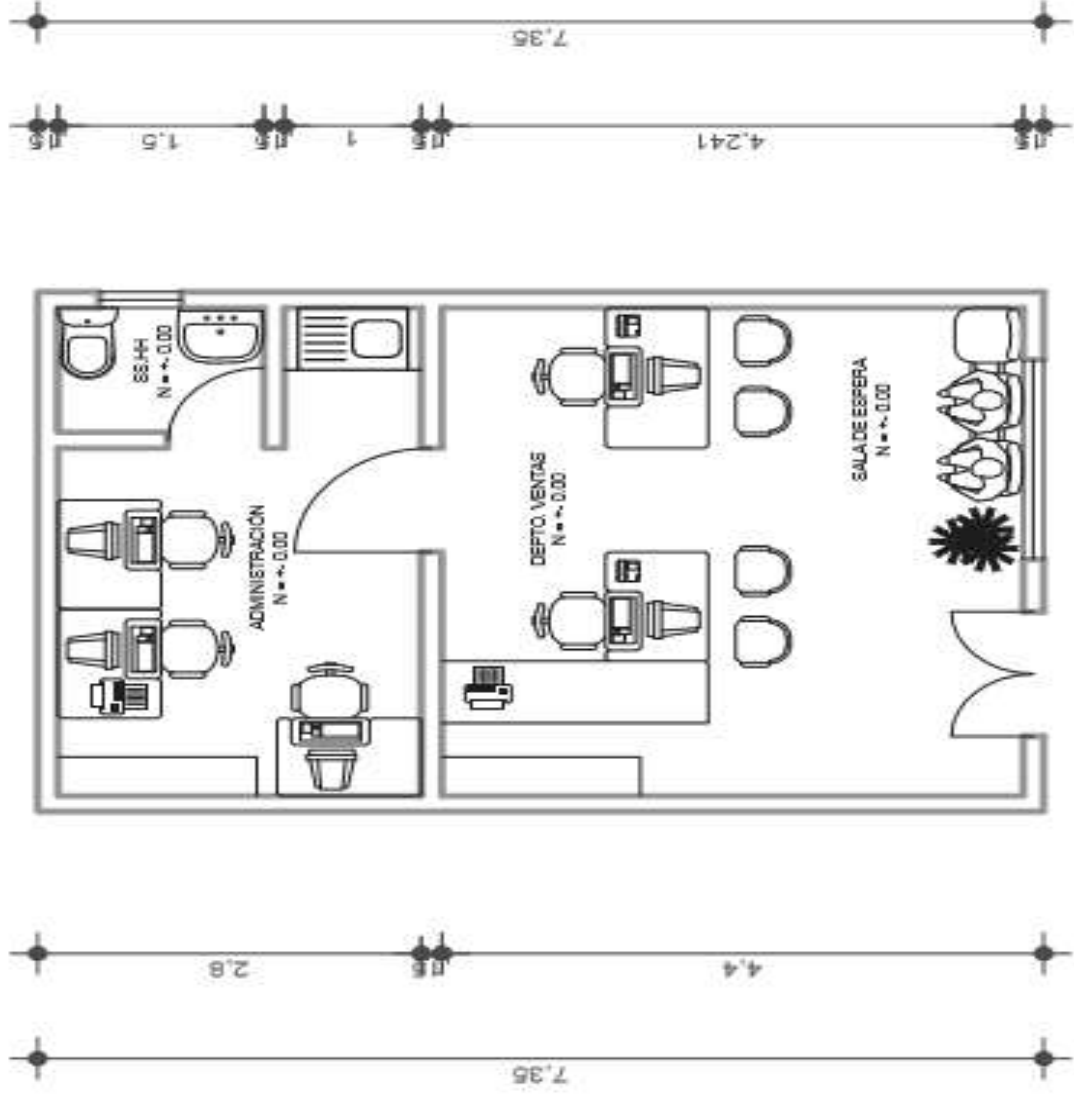
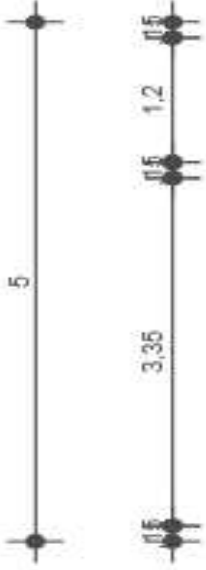
El propósito de crear la agencia de viajes en un local es para darse a conocer físicamente y también se tendrá una página web con el fin de generar ingresos donde puedan acceder a través de este medio.

Los proveedores que se necesita son de DILIPA, que ahí se adquirirá los suministros de oficina necesarios para la agencia de viajes. Para poder cancelar los servicios básicos como agua, luz, teléfono e internet se lo podrá realizar en la Av. El Inca donde se encuentra un servipagos el más cercano al local.

En cuanto al plano arquitectónico se ha distribuido los departamentos de administración y de ventas de la agencia de viajes, también se podrá observar los implementos que tendrá la agencia de viajes. A continuación esta los planos en AutoCAD de la creación de la agencia de viajes en un local de arriendo.



## PLANTA ARQUITECTÓNICA



## 7.2. INVERSIONES

Las inversiones que se tendrá en el área operacional en relación a equipo de cómputo que incluye computadora, software, teclado, mouse y una impresora que es de suma importancia para crear y generar paquetes turísticos, el costo de los equipos de cómputo es de (\$891,49) este precio se divide para la vida útil de 3 años que se deprecian dichos equipos dando como resultado de (\$297,16).

En cuanto a los muebles se necesitará de una estación de trabajo la cual esta divide cinco áreas de trabajo como son; área administrativa donde el gerente estará en una zona y en la área de ventas estará tres agentes de ventas y un asesor de ventas, un escritorio y una silla de escritorio, para ello el costo es de (\$313,00) con una vida útil de 10 años que se deprecian los muebles y esto da como resultado (\$31,30) y el valor residual para cinco (5) años que está proyectada la agencia de viajes es de (\$156,50).

Como es indispensable tener el transporte el que trasladará a los pasajeros a sus destinos y se vio la mejor opción de comprar dos van con capacidad de 12 pasajeros, el precio de este es de (\$33140,00) cada uno. El costo total de las dos van es de (\$66280,00), estas tendrán una vida útil de 5 años donde su depreciación es de (\$13256,00). El total en Operaciones que se necesitará en equipos de cómputo, muebles y vehículos es de (\$67484,49).

INVERSION EN ACTIVO FIJO, DIFERIDO, DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES				
RUBROS	VALOR DE ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL	CUOTA DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
<b>1. OPERACIONES</b>				
Equipo de Computo	891,49	3	297,16	
Muebles	313,00	10	31,30	156,50
Vehículo	66.280,00	5	13.256,00	
<b>TOTAL OPERACIONES (1)</b>	<b>67.484,49</b>		<b>13.584,46</b>	<b>156,50</b>

*Figura 23: Rubros de Operación*

Fuente y elaboración propia

En el área administrativa se prevé comprar equipos de cómputo como: una computadora con software, teclado y mouse; estos equipos los usará el gerente para generar una correcta administración de la agencia de viajes, el costo de estos es de (\$ 576,49) estos cuentan con una vida útil de 3 años que representa a la cuota de depreciación de (\$192,16).

Se adquirirá muebles y enseres como: un escritorio, una silla de escritorio, y un archivador aéreo que servirá para guardar la documentación contable, el costo de estos es de (\$278,00) este valor se divide para 10 años que se deprecia dichos muebles dando como resultado (\$27,80) por ello este valor se multiplica por cinco (5) años que se proyecta la agencia de viajes dando como valor residual de (\$139,00). El total que se necesitara en el departamento de Administración es de (\$854,49).

<b>2. ADMINISTRACIÓN</b>				
Computadora	576,49	3	192,16	
Muebles y Enseres	278,00	10	27,80	139,00
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN (2)</b>	<b>854,49</b>		<b>219,96</b>	<b>139,00</b>

*Figura 24: Rubros de Administración*

Fuente: Elaboración propia

El rubro de ventas se ha previsto comprar tres computadoras con software cada una, tres software (AMADEUS); que es de suma importancia para los agentes de ventas encargados de reservar los paquetes turísticos, tres teclados, tres mouse, una impresora con scanner, tres calculadora y dos teléfonos, todo estos equipos de cómputo esta valorizado en (\$2.194,57) con una vida útil de 3 años en depreciarse dando esto como resultado (\$731,53).

La adquisición de muebles y enseres son los siguientes: tres escritorios de oficina con tres sillas de escritorio, una silla de espera para los turistas que visiten la agencia de viajes y un archivador aéreo para guardar documentación, reserva de paquetes y contratos de los mismos es de (\$714,00) estos muebles tienen una vida útil de 10 años para depreciarse dando como resultado (\$71,40) este valor residual se obtiene multiplicando para cinco (5) años que esta proyectad la agencia de viajes que es (\$357,00). El total de Ventas es de (\$2.908,59).

<b>3. VENTAS</b>				
Computadora	2.194,59	3	731,53	
Muebles y Enseres	714,00	10	71,40	357,00
<b>TOTAL VENTAS (3)</b>	<b>2.908,59</b>		<b>802,93</b>	<b>357,00</b>

*Figura 25: Rubro de ventas*

**Fuente: Elaboración Propia**

El total general se obtiene de la suma de: total operación, administración y ventas que da (\$71247,57), con este resultado se obtiene los activos fijos depreciables de la agencia de viajes.

Para calcular los activos diferidos se toma en cuenta el valor del arriendo del local que es de (\$450,00), en inversión de papelería como: resma de papel bond y carpetas Benet para guardar los documentos tanto en área administrativa y de ventas es de (\$83,00), la patente que se sacará a

través del municipio, marca y licencia es de (\$3.096,13), en la agencia de viajes será de suma importancia contar con el servicio de alarma para el local que tiene un costo mensual de (\$60,00) y como se prevé que la agencia de viajes sea virtual también se contratará la licencia virtual que tiene un costo de (\$450,00). El total es de (\$4.139,13).

En donde el total de Activos no corrientes es la suma de los activos fijos depreciables más los activos diferidos dando como resultado (\$75.386,70).

El costo directo es (\$1.250,00) que se refiere al pago a la Reserva Yunguilla y la Comunidad Tolón Pele los que se encargaran de reservar sus servicios para el determinado número de turistas que la agencia de viajes llevará, también incluye el pago a los tres guías que serán contratados en temporada alta y a los dos choferes que manejarán las van también el costo de la gasolina que necesitaran para hacer los recorridos.

### **7.3. CÁLCULO DE INGRESOS**

Para conocer las ventas que tendrá la agencia de viajes se realizó una matriz de temporalidad donde se detalla la temporada alta, medio y baja de visitas de turistas extranjeros anualmente, por ello se determinó que los meses altos son Julio, Agosto, Noviembre y Diciembre que se prevé captar mayor turistas a través de la agencia de viajes donde se oferte los dos tipos de paquetes turísticos: Dichos paquetes son; Reserva Yunguilla a (\$85,00) por persona y a la Comunidad Tolón Pele – Santo Domingo de los Tsáchila a (\$160,00).



Se calculó que en el año está previsto recibir 1016 turistas en la agencia de viajes adquiriendo los dos paquetes antes mencionados.

	cantidad	PVP	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	Temporada
Paquete 1	1	85,00							65	65			65	65	260	Alta
	1	85,00		50			50	50			50				200	Media
	1	85,00	39		39	39						39			156	Baja
															616	Total Producto 1
	cantidad	PVP	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	Temporada
Paquete 2	1	160,00							35	35			35	35	220	Alta
	1	160,00		30			30	30			30				120	Media
	1	160,00	15		15	15						15			60	Baja
															400	Total Producto 2
															1016	TURISTAS ANUALES

*Figura 26: Detalle de paquetes y temporada de turistas*

**Fuente:** Elaboración propia

El ingreso para el primer año es de (\$116.360,00) de los turistas que se espera recibir en la agencia de viajes durante las tres temporadas por el costo del primer paquete más los turistas que se espera recibir en la agencia de viajes en las tres temporadas por el costo del segundo paquete.

## 7.4. CÁLCULO GASTOS

En cuanto a los cálculos de gastos, son los sueldos y beneficios del personal ocupado que tiene en la agencia de viajes, por ello se clasifica de la siguiente manera:

- **Personal Directo**

En este campo se toma en cuenta al chofer que será el encargado de manejar, dirigir y transportar a los turistas a su destino, él va a tener un sueldo básico de (\$375,00), el mismo se divide para 12 meses que da como resultado (\$31,25) esto representa los fondos de reserva. Para el valor de las vacaciones, es el sueldo básico dividido para 24 meses que

equivale a (\$15,63). El aporte patronal es el sueldo básico por el 12,15 % que da como resultado (\$45,56).

La remuneración que tendrá el chofer se obtiene sumando todos los datos antes mencionados, esto da como resultado (\$529,94). El complemento se suma el décimo tercero, décimo cuarto, fondos de reserva, vacaciones y aportes patronales que es (\$154,94), luego dicho valor se resta para los fondos de reserva que da como resultado (\$123,69).

Para saber cuánto recibe mensualmente el chofer es el sueldo básico (\$375,00) más el complemento (\$123,69) dando esto como resultado (\$498,69), este valor se multiplica para dos debido que se necesitara dos choferes y anualmente se pagará (\$11.968,50).

- **Mano de Obra Indirecta**

La mano de obra indirecta se tomó encuentra a una persona encargada de la limpieza del local que vendrá dos días a la semana, esta persona se le cancelara un sueldo básico de (\$375,00) el mismo se divide para 12 meses que da como resultado (\$31,25) esto representa a los fondos de reserva. Para el valor que tendrá en vacaciones es el sueldo básico dividido para 24 meses que equivale a (\$15,63). El aporte patronal es el sueldo básico por el 12,15 % que da como resultado (\$45,56).

La remuneración que tendrá el chofer se obtiene sumando todos los datos antes mencionados esto da como resultado (\$529,94). El complemento se suma desde el décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, fondos de reserva, vacaciones y aportes patronales que es (\$154,94), luego dicho valor se resta para los fondos de reserva que da como resultado (\$123,69).

Para saber cuánto recibe mensualmente la persona de servicio de limpieza es el sueldo básico (\$375,00) + más el complemento (\$123,69) dando esto como resultado (\$498,69), este valor se multiplica para una sola persona de limpieza y anualmente se pagará (\$5984,25).

- **Administración**

En el departamento de Administración se contara con el gerente donde su sueldo será de (\$2.400,00) el mismo se divide para 12 meses que da como resultado (\$200,00) esto representa a los fondos de reserva. Para el valor que tendrá en vacaciones es el sueldo básico dividido para 24 meses que equivale a (\$100,00). El aporte patronal es el sueldo básico por el 12,15 % que da como resultado (\$291,60).

La remuneración que tendrá el gerente se obtiene sumando todos los datos antes mencionados esto da como resultado (\$3.222,85). El complemento se suma desde el décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, fondos de reserva, vacaciones y aportes patronales que es (\$822,85), luego dicho valor se resta para los fondos de reserva que da como resultado (\$622,85).

Para saber cuánto recibe mensualmente el gerente es el sueldo (\$2.400,00) + más el complemento (\$622,85) dando esto como resultado (\$3022,85), este valor se multiplica para un solo gerente y anualmente se pagará (\$36274,20).

Como se conoce es de suma importancia que la agencia de viajes tenga a un contador pero el vendrá a hacer su trabajo una vez al mes, para ello se le cancelará un sueldo de (\$500,00) el mismo se divide para 12 meses que da como resultado (\$41,67) esto representa a los fondos de reserva. Para el valor que tendrá en vacaciones es el sueldo básico dividido para 24 meses que equivale a (\$20,83). El aporte patronal es el sueldo por el 12,15 % que da como resultado (\$60,75).

La remuneración que tendrá el contador se obtiene sumando todos los datos antes mencionados esto da como resultado (\$696,17). El complemento se suma desde el décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, fondos de reserva, vacaciones y aportes patronales que es (\$196,17), luego dicho valor se resta para los fondos de reserva que da como resultado (\$154,50).

Para saber cuánto recibe mensualmente el contador es el sueldo (\$500,00) + más el complemento (\$154,50) dando esto como resultado (\$654,50), este valor se multiplica para un contador y anualmente se pagará (\$7854,00).

El total que se pagará al departamento de administración es la sumatoria del valor anual del gerente más el valor anual del contador que da como resultado (\$44128,20).

- **Ventas**

En el departamento de Ventas se contara tres personas que ocuparan el cargo de agente de ventas y su sueldo será de (\$400,00) el mismo se divide para 12 meses que da como resultado (\$33,33) esto representa a los fondos de reserva. Para el valor que tendrá en vacaciones es el sueldo básico dividido para 24 meses que equivale a (\$16,67). El aporte patronal es el sueldo básico por el 12,15 % que da como resultado (\$48,60).

La remuneración que tendrá el gerente se obtiene sumando todos los datos antes mencionados esto da como resultado (\$563,18). El complemento se suma desde el décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, fondos de reserva, vacaciones y aportes patronales que es (\$163,18), luego dicho valor se resta para los fondos de reserva que da como resultado (\$129,85).

Para saber cuánto recibe mensualmente el agente de ventas es el sueldo (\$400,00) + más el complemento (\$129,85) dando esto como resultado (\$529,85), este valor se multiplica para tres agentes de ventas y anualmente se pagará (\$19074,60).

En el departamento de Ventas también contará con un asesor de ventas que será el encargado de ayudar y guiar a los clientes con sus paquetes para que así puedan llegar a una decisión de viajar a un destino que proporcione la agencia de viajes para ello el sueldo del asesor será de (\$700,00) el mismo se divide para 12 meses que da como resultado (\$58,33) esto representa a los fondos de reserva.

Para el valor que tendrá en vacaciones es el sueldo básico dividido para 24 meses que equivale a veinte y nueve dólares con diez y siete centavos (\$29,17). El aporte patronal es el sueldo básico por el 12,15 % que da como resultado ochenta y cinco dólares con cinco centavos (\$85,05).

La remuneración que tendrá el asesor de ventas se obtiene sumando todos los datos antes mencionados y esto da como resultado (\$962,13). El complemento se suma desde el décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, fondos de reserva, vacaciones y aportes patronales que es (\$262,13), luego dicho valor se resta para los fondos de reserva que da como resultado (\$203,80).

Para saber cuánto recibe mensualmente el asesor de ventas es el sueldo (\$700,00) + más el complemento (\$203,80) dando esto como resultado (\$903,80), este valor se multiplica para un asesor de ventas y anualmente se pagará (\$10.845,60).

La constitución de la agencia de viajes necesita para su funcionamiento nueve (9) empleados, que entre sueldos y beneficios que tendrán durante un año es de (\$92.001,15).

<b>TABLA SALARIAL</b>					
<b>BÁSICO</b>	<b>375,00</b>	<b>500,00</b>	<b>2.400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>700,00</b>
13ero	31,25	41,67	200,00	33,33	58,33
14to	31,25	31,25	31,25	31,25	31,25
F. Reserva	31,25	41,67	200,00	33,33	58,33
Vacaciones	15,63	20,83	100,00	16,67	29,17
Aportes Patronal	45,56	60,75	291,60	48,60	85,05
<b>TOTAL</b>					
<b>REMUNERACION</b>	<b>529,94</b>	<b>696,17</b>	<b>3.222,85</b>	<b>563,18</b>	<b>962,13</b>
<b>Complementos</b>	<b>154,94</b>	<b>196,17</b>	<b>822,85</b>	<b>163,18</b>	<b>262,13</b>

<b>SUELDOS Y BENEFICIOS DEL PERSONAL OCUPADO - PRIMER AÑO</b>					
<b>PERSONAL DIRECTO</b>					
DENOMINACION	BÁSICO	COMPLEMENTO	TOTAL MES	# TRABAJADORES	TOTAL ANUAL
Chofer	375,00	123,69	498,69	2	11.968,50
<b>TOTAL (1)</b>	<b>375,00</b>	<b>123,69</b>	<b>498,69</b>	<b>2</b>	<b>11.968,50</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>					
Servicio de Limpieza	375,00	123,69	498,69	1	5.984,25
<b>TOTAL (2)</b>	<b>375,00</b>	<b>123,69</b>	<b>498,69</b>	<b>1</b>	<b>5.984,25</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>					
Gerente	2.400,00	622,85	3.022,85	1	36.274,20
Contador	500,00	154,50	654,50	1	7.854,00
<b>TOTAL (3)</b>	<b>2.900,00</b>	<b>777,35</b>	<b>3.677,35</b>	<b>2</b>	<b>44.128,20</b>
<b>VENTAS</b>					
Agente de Ventas	400,00	129,85	529,85	3	19.074,60
Asesor de Ventas	700,00	203,80	903,80	1	10.845,60
<b>TOTAL (4)</b>	<b>1.100,00</b>	<b>333,65</b>	<b>1.433,65</b>	<b>4</b>	<b>29.920,20</b>
<b>TOTAL (1+2+3+4)</b>	<b>4.750,00</b>	<b>1.358,38</b>	<b>6.108,38</b>	<b>9</b>	<b>92.001,15</b>

*Figura 27: Tablas salariales con beneficios*

**Fuente: Elaboración Propia**

La agencia de viajes cuenta con suministros y materiales que son necesarios para la creación de paquetes, implementos y materiales para las oficinas que necesitan los departamentos.

Los suministros y materiales que serán necesarios para el departamento de operaciones son los siguientes; combustible que mensualmente necesitarán las van para trasladar a los turistas a sus destinos es de (\$120,00 ) como se manejara dos van al mes se gastará (\$240,00), para el mantenimiento de los vehículos y del local son (\$800,00) y por último se contará con el seguro para las van en caso de accidentes, choque, etc. de (\$1.000,00) cada una, dando el total de los suministros necesarios en el departamentos Operacional es de (\$3040,00).

Para el departamento de Administración se prevé con suministros de oficinas que incluye: benet o archivadores, resma de papel bond, teléfono, calculadora, grapadora, perforadora, clips, possit, esferos, corrector entre otros, la sumatoria de esto es de (\$400,00). Como antes se mencionó que la agencia de viajes se ubicará en un local, el arriendo del mismo es de (\$450,00), también se pagará de agua (\$50,00) mensuales, energía eléctrica (\$120,00) mensuales, servicio de internet (\$30,00) y consumo de teléfono (\$150,00). El total que se tendrá que pagar en el departamento de Administración es de (\$1.200,00).

Por último en el departamento de Ventas se manejará la publicidad para dar a conocer a la agencia de viajes a través de flyers o anuncios por la web, se gastará (\$500,00) y para muestras gratis como son: esferos, monederos y llaveros con el logotipo e información básica de la agencia de viajes, para ello se gastará (\$700,00). La sumatoria de los dos es de (\$1.200,00)

El total de suministro y materiales para el departamento de operaciones, administración y ventas es de (\$5.440,00).

En el cálculo del capital del trabajo se obtiene de los datos antes mencionados en donde se detalla con más precisión, por ello es importante conocer que el costo directo es la sumatoria del personal directo (\$11968,50) y del costo directo (\$ 1250,00) el total del costo directo es de (\$13.218,50).



En cuanto al costo de operación es la sumatoria de la mano de obra indirecta (\$ 5.984,25), la depreciación en el rubro de operación (\$13584,46) y los suministros y materiales que ocupara el rubro de operación (\$3.040,00) el total del costo de operación es de (\$22.608,71). El costo de producción es la sumatoria del total del costo directo (\$13.218,50) más el total del costo de operación (\$22.608,71), dando como resultado (\$35.827,21).

Los gastos de administración se obtiene sumando los sueldos anuales del gerente y del contador (\$ 44.128,20), la cuota de depreciación del rubro de administración (\$219,96), suministros y materiales del rubro de administración es de (\$ 1.200,00) y los gastos de la constitución de la agencia de viajes que interviene el activo fijo diferido dividido para 5 años (\$ 827,83). El total de administración es de (\$46.375,99).

En los gastos de ventas se destaca los sueldos anuales de los agentes de ventas y asesores de ventas (\$29.920,20), depreciaciones del rubro de operaciones (\$802,93), los suministros y materiales en el departamento de ventas es de (\$1.200,00). El total de ventas es de (\$31923,13). El total de gasto de operación es la suma del total de administración (\$46.375,99) y total de ventas (\$31.923,13) dando así como resultado (\$78.299,12).

Los gastos financieros se obtienen de los (\$70.000,00) que se financiará de una cooperativa y este se tiene un interés para el primer año de (\$7.700,00)

El costo total se obtiene de la sumatoria de los totales: total costo de producción, total gasto de operación y gastos financieros que dan (\$121.826,33).

CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO	
RUBROS /AÑO	VALOR
<b>COSTO DIRECTO</b>	
PERSONAL DIRECTO	11.968,50
COSTO DIRECTO	1.250,00
<b>TOTAL COSTO DIRECTO</b>	<b>13.218,50</b>
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>	
VALOR	
MANO DE OBRA INDIRECTA	5.984,25
DEPRECIACIONES	13.584,46
SUMINISTROS Y MATERIALES	3.040,00
<b>TOTAL COSTO DE OPERACIÓN</b>	<b>22.608,71</b>
<b>(3)COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>35.827,21</b>
<b>GASTO OPERACIONALES</b>	
<b>GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	
SUELDOS	44.128,20
DEPRECIACIONES	219,96
SUMINISTROS Y MATERIALES	1.200,00
GASTO CONSTITUCIÓN	827,83
<b>(4) TOTAL ADMINISTRACIÓN</b>	<b>46.375,99</b>
<b>GASTO DE VENTAS</b>	
SUELDOS	29.920,20
DEPRECIACIONES	802,93
SIMINISTROS Y MATERIALES	1.200,00
<b>(5) TOTAL VENTAS</b>	<b>31.923,13</b>
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>78.299,12</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	
Gasto Interes	7.700,00
<b>(6) TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>7.700,00</b>
<b>COSTO TOTAL (3+7)</b>	<b>121.826,33</b>

Figura 28: Cálculo del capital de trabajo

Fuente: Elaboración Propia

Para obtener el capital del trabajo se aplicó la siguiente formula:

$$\begin{aligned}
 & \frac{\text{costo total} - \text{Depreciación y Amortización}}{365} * 30 \\
 & = \frac{121.826,33 - 15.435,18}{365} * 30 \\
 & = 291,48 * 30 \\
 & = 8.744,48 * 4 \text{ (meses)} \\
 & = \$ 34.977,91
 \end{aligned}$$

La creación de la agencia de viajes se logra a través de las inversiones que se han detallado en este capítulo y por ello es importante desglosar únicamente las inversiones como: inversión activo fijo depreciable dio (\$71.247,57), inversión de activo fijo diferido con (\$ 4.139,13) y la inversión del capital del trabajo es de (\$34.977,91) esto genera una inversión total al proyecto de (\$110.364,61).

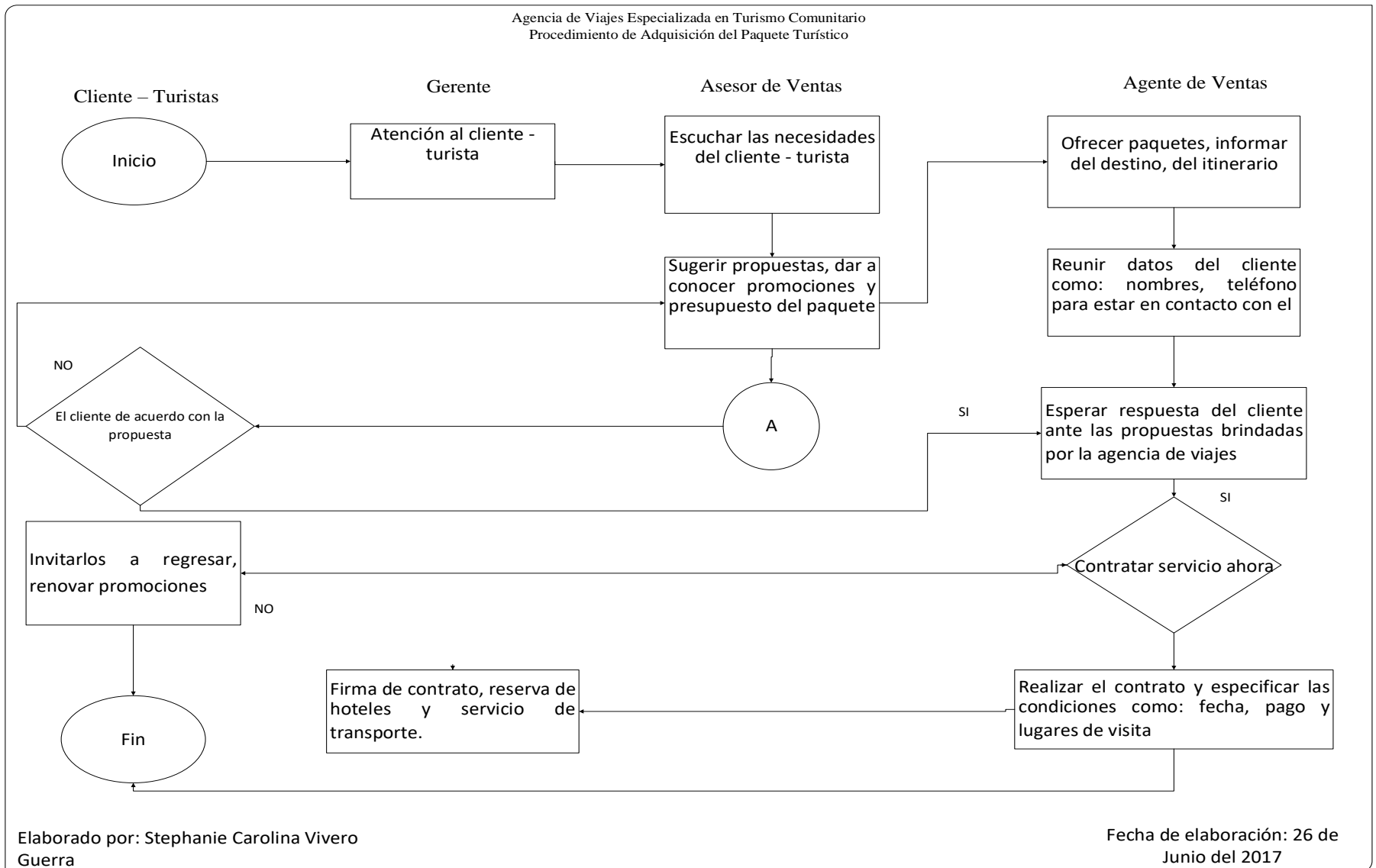
No se puede dejar de lado el aporte económico de un inversionista en el proyecto de creación de la agencia de viajes especializada en turismo comunitario ya que es la persona interesada en ser socio capitalista y está dispuesto a aporta con (\$40.364,61).

## **7.5. PROCESOS OPERATIVOS**

Un diagrama de flujo "es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso." (Consultore, 2016)

El uso del diagrama de flujo de procesos en la creación de la agencia de viajes es con el propósito de ver como son las actividades se realizan a través de una secuencia entre ellas, así facilita de una manera más rápida para comprender como es la actividad que tienen que hacer las agencias de viajes. Por ello este flujo es de información, ramas de procesos y selección de indicadores de procesos.

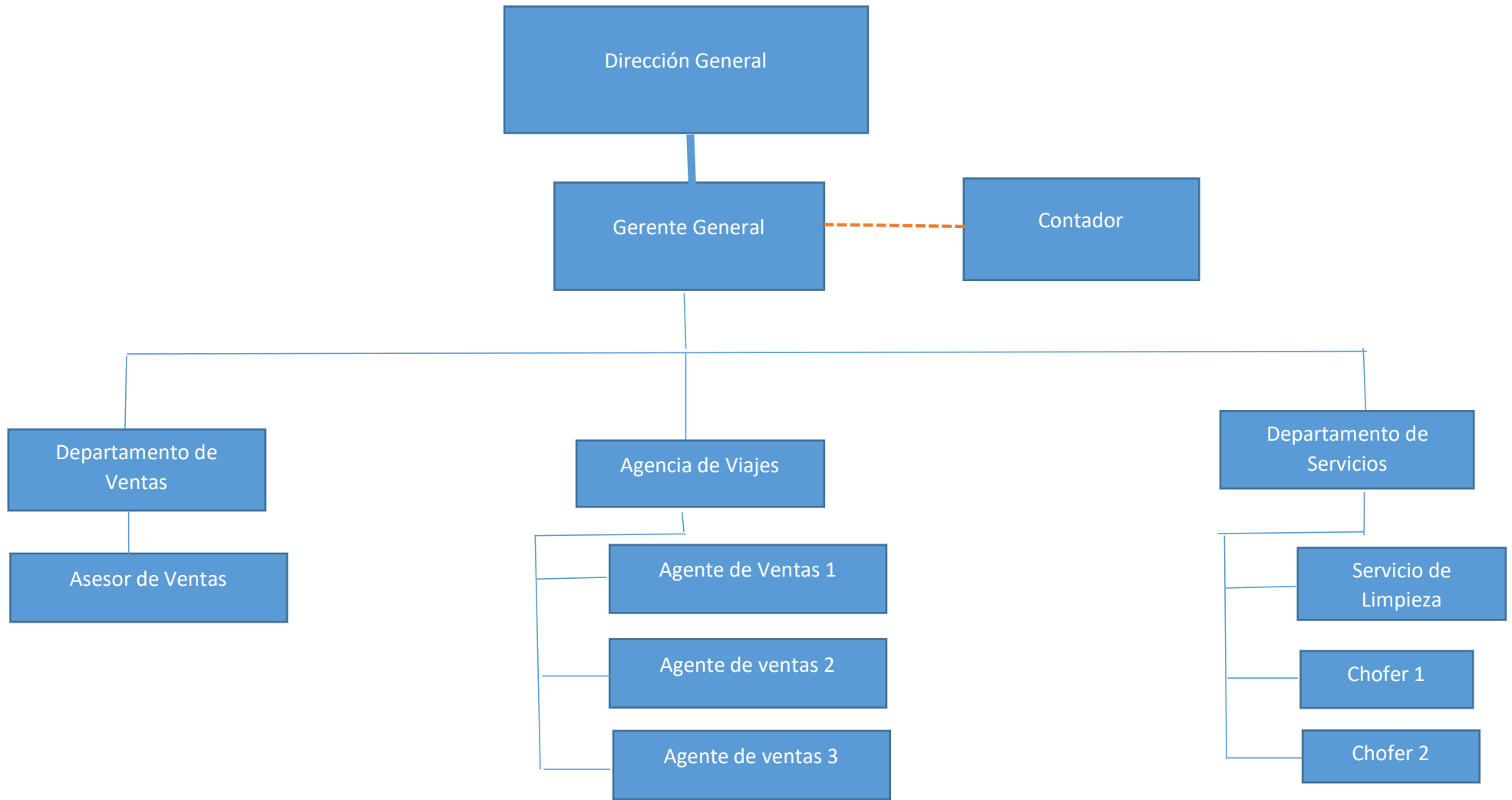
A continuación se presentara el diagrama de flujo de procesos que tiene la agencia de viajes ante los turistas.



La agencia de viajes tendrá dos (2) paquetes turísticos que ofrecerá a sus clientes. A continuación se detalla cada uno de dichos paquetes:

- **Reserva Yunguilla** **\$85 por persona**
  - ✓ Entrada a la finca comunitaria
  - ✓ Entrada a las actividades productivas
  - ✓ Recorrido por el sendero los Culuncos
  - ✓ Alojamiento en casas de familias o en la casa Tahuallullo
  - ✓ Alimentación (4 comidas)
  - ✓ Transporte al interior de las comunidades
  - ✓ Guía local
  - ✓ Transporte desde la agencia a la comunidad (ida y vuelta)
  
- **Comunidad Tolón Pele** **\$ 160 por persona**
  - ✓ Senderos ecológicos y ancestrales
  - ✓ Guías nativos
  - ✓ Terapias de sanación
  - ✓ Árbol mitológico Tolón Pele
  - ✓ Cabañas ceremoniales
  - ✓ Danza y música
  - ✓ Exposición de artesanías
  - ✓ Transporte desde la agencia a la comunidad (ida y vuelta)
  - ✓ Hospedaje en cabañas

### 7.6. Estudio Organizacional



La estructura organizacional que he decidido hacer es una organización formal en donde facilita de una manera eficaz de lograr los objetivos que tendrá la agencia de viajes y así poder delegar las obligaciones a cada uno de los individuos.

En la Dirección General en donde se encuentra al Gerente General que dirigirá a cada uno de los miembros de la agencia de viajes en la cual también debe cumplir las siguientes funciones: Organizar y definir las actividades de la agencia coordinar y dirigir los distintos departamentos, establecer las acciones necesarias para así lograr los objetivos propuestos, coordinar los recursos necesarios para realizar los programas de la empresa y supervisar las ventas que se realiza en la agencia.

El Gerente General debe tener un contador que controle los registros contables de la agencia de viajes ya que son de suma importancia y muy útiles para así conocer el estado financiero en el que se encuentra la agencia. Esta información es también importante para que los inversionistas puedan conocer el crecimiento o decrecimiento de la empresa.

Como se había mencionado con anterioridad que se dividió por departamentos tenemos al; departamento de ventas en donde se divide en el Asesor de ventas, en este departamento no son las personas directamente encargadas de vender los paquetes turísticos debido que ellos aseguran las opiniones, decisiones o dudas de los clientes que desean viajar a diferentes destinos y así puedan vivir una experiencia inolvidable.

En el departamento de agencia de viajes se ve involucrado a los agentes de ventas que para la creación de la agencia se necesitará tres personas desempeñando este cargo, la función que deben cumplir es planear y elaborar los itinerarios, los viajes individuales y viajes en grupo, también ofrecer y vender los paquetes organizados, realizar reservaciones en los hoteles, alojamiento en zonas comunitarias, cheques de viajes, documentos necesarios (visas y pasaportes) y requisitos médicos como son las inmunizaciones y vacunas. Conocer sobre precios de hoteles, la calidad de los mismos y si estos incluyen impuestos y descuentos locales.

Por último en el departamento de mantenimiento estará una persona encargada de la limpieza del local y también no podemos dejar de lado a los choferes que son los encargados de manejar las van siendo este el medio de transporte para los turistas para que así se trasladen de una manera segura a sus destino.



## Capítulo V

### 8. ESTUDIO FINANCIERO

#### 8.1. RESUMEN DE INVERSIONES

La agencia de viajes especializada en turismo comunitario contará con inversiones como equipos de cómputo, software (office), muebles y enseres, software (Amadeus) y automóviles (van) para que así pueda desempeñarse de una manera correcta. Todos estos cuentan con una vida útil la cual se llega a depreciar de 3 a 10 años.

Por ello dichas inversiones se han tomado en cuenta para la creación de la agencia de viajes estando así bien equipadas en todas las áreas. Estas se conforman de rubros operacionales, rubros administrativos y rubro de ventas, todos estos son sumados para obtener el activo fijo depreciable que da como resultado (\$ 71.247,57).

La conformación de la agencia de viajes tiene también los activos diferidos donde estos vienen a ser el arriendo del local de una forma mensual, insumos de papelería, el realizar y pagar las patentes, marca y licencia para que la agencia de viajes pueda funcionar de una manera legal a través del municipio, también contratar los servicios de una compañía de alarmas de seguridad para que el local este asegurado y por último se pagará la licencia virtual para el funcionamiento de la agencia de viajes en una página web. El total de los activos diferidos es de (\$41.39, 13).

INVERSION EN ACTIVO FIJO, DIFERIDO, DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES				
RUBROS	VALOR DE ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL	CUOTA DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
<b>1. OPERACIONES</b>				
Equipo de Computo	891,49	3	297,16	
Muebles	313,00	10	31,30	156,50
Vehículo	66.280,00	5	13.256,00	
<b>TOTAL OPERACIONES (1)</b>	<b>67.484,49</b>		<b>13.584,46</b>	<b>156,50</b>
<b>2. ADMINISTRACIÓN</b>				
Computadora	576,49	3	192,16	
Muebles y Enseres	278,00	10	27,80	139,00
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN (2)</b>	<b>854,49</b>		<b>219,96</b>	<b>139,00</b>
<b>3. VENTAS</b>				
Computadora	2.194,59	3	731,53	
Muebles y Enseres	714,00	10	71,40	357,00
<b>TOTAL VENTAS (3)</b>	<b>2.908,59</b>		<b>802,93</b>	<b>357,00</b>
<b>TOTAL GENERAL (1+2+3)</b>	<b>71.247,57</b>		<b>14.607,36</b>	<b>652,50</b>
ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES	71.247,57		14.607,36	652,50
ACTIVO DIFERIDO	4.139,13	5	827,83	
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTE</b>	<b>75.386,70</b>		<b>15.435,18</b>	<b>652,50</b>

*Figura 29: Resumen de Inversiones*

**Fuente: Elaboración Propia**

## 8.2. RESUMEN INGRESOS

Los ingresos que se obtienen de los turistas que visitarán y adquirirán los dos paquetes que tiene la agencia de viajes durante las tres temporadas durante el año. En donde da como resultado para el primer año de (\$116.360,00), dicho valor que se obtiene de los dos paquetes se estima que para el resto de años incremente las ganancias a un diez por ciento (10%) por ello se calculó que en el segundo año será de (\$127.996,00), en el tercer año de (\$140.795,60), en el cuarto año de (\$154.875,16) y en el quinto año de (\$170.362,68).

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
RUBROS /AÑO	1	2	3	4	5
ingreso presupuestado	116.360,00	127.996,00	140.795,60	154.875,16	170.362,68

*Figura 30: Resumen de Ingresos*

**Fuente:** Elaboración propia

### 8.3. RESUMEN GASTOS

La agencia de viajes contratará con nueve (9) trabajadores los cuales desempeñaran distintas actividades con su sueldo donde variará de acuerdo a lo que estipula la ley. A continuación se detallará el gasto presupuestado por la agencia para cancelar al personal durante el primer año.

Como se detalló en el anterior capítulo el sueldo y beneficios que se le cancelará a cada trabajador de las áreas como: personal directo, mano de obra indirecta, administración y ventas; referente al personal directo no se tomó en cuenta en la nómina a los tres (3) guías, motivo por el cual a ellos se les contratará especialmente para las temporadas altas que son en Julio, Agosto, Noviembre y Diciembre; el resto de los meses se utilizará a los guías nativos que van incluidos en los paquetes. Finalmente lo que la agencia de viajes tendrá que cancelar a su personal para el primer año de funcionamiento es de (\$92.001,15).

Para los suministros y materiales que necesita el departamentos operacional que abarca el combustible, mantenimiento para las van y el seguro de las mismas dando esto como resultado de (\$3.040,00) mensuales.

En el departamento administrativo se ha contabilizó suministros de oficina, el arriendo del local que se pagará para la agencia de viajes, el consumo de agua, teléfono, energía eléctrica e internet dando así un valor para cancelar de (\$1.200,00) mensuales.

El departamento de ventas se necesitará de muestras gratis que se entregará por haber adquirido un paquete turístico con el fin que salgan satisfechos los clientes por los servicios prestados y también los materiales necesarios de publicidad para darse a conocer en el mercado del turismo, dando esto un gasto mensual de (\$1.200,00).

La agencia de viajes gastará en suministros para los tres departamentos un valor de (\$5.440,00) para que pueda contar con todos los materiales y así ofrecer un servicio de calidad para sus clientes que en este caso son los turistas.

El capital de trabajo se obtiene de datos antes mencionados para conocer cuánto se tendrá de ganancia en un mes que esté la agencia de viajes en el mercado, para ello se obtuvo del total del costo de producción, total de gastos de operación y el total de gastos financieros, estos datos se sumaron para obtener así el costo total de (\$121.826,33).

El resultado antes obtenido de (\$121.826,33) se resta de las depreciaciones y amortizaciones (\$15.435,18), luego se divide para 365 días dando como resultado (\$291,48) a este valor se multiplica por 30 días que tiene un mes para obtener el capital de trabajo de (\$8.744,48) pero en un mes esta ganancia no alcanzaría para costear los gastos que se mencionaron, por ello dicho valor se multiplicara para cuatro meses dando así como resultado el capital de trabajo de (\$34.977,91).

#### 8.4. FINANCIAMIENTO DE INVERSIONES

Para el financiamiento de inversiones fue necesario investigar en cooperativas, bancos o instituciones que puedan llegar a cumplir con el monto que se desea a través de un préstamo para esta ser una parte del valor de inversión total que se necesita para la creación de la agencia de viajes.

Se tomó la información del <sup>2</sup>Banco del Pichincha, en donde el inconveniente fue el monto que brinda que es de (\$20000,00) y el plazo para pagar es hasta 24 meses en donde no se consideró como una buena opción de préstamo. La segunda opción fue en la <sup>3</sup>FINANCOOP una institución financiera en donde el préstamo podría ser otorgado por (\$70000,00) para 60 meses pero el interés era de 11,79% siendo este muy alto y se lo descarto.

Por último se investigó en la <sup>4</sup>Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Octubre en está el préstamo mínimo es de (\$10.000,00) y el préstamo máximo de (\$300.000,00) siendo este un punto a favor, por otro lado el plazo a pagar es de 60 meses equivale a 5 años en donde no representa ningún inconveniente y por último la tasa de interés es del 11% que es razonable. El financiamiento que se optó realizar es en esta cooperativa con un préstamo de (\$70.000,00) para cinco (5) años y así poder obtener el dividendo aplicando la siguiente formula:

---

<sup>2</sup> (Banco del Pichincha, n.d.)

<sup>3</sup> (FINANCOOP, n.d.)

<sup>4</sup> (Cooperativa de ahorro y crédito 29 de octubre, n.d.)

$$C * \frac{i * 1 + i^n}{1 + i^n - 1}$$

$$70.000,00 * \frac{0,11 * 1 + 0,11^5}{1 + 0,11^5 - 1}$$

$$70.000,00 * \frac{0,185356397}{0,685058155}$$

$$= 18939,92$$

La tabla de interés en el primer año es de (\$7.700,00), la amortización se obtiene del dividendo sacado anteriormente con la formula siendo este (\$18.939,92) menos el interés dando como resultado (\$11.239,92). Para obtener el saldo total es los (\$70000,00) menos la amortización (\$11.239,92) que equivale a (\$58.760,08). Este mismo procedimientos se desglosa para los 5 años que se sacó el préstamo dando como resultado final que el saldo total quede en cero (0,00) que significa que se ha terminado de pagar el crédito a través de la Cooperativa de Ahorros y Crédito 29 de octubre.

		11,0%			
PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	AMORTIZACION	DIVIDENDO	SALDO FINAL
1	70.000,00	7.700,00	11.239,92	18.939,92	58.760,08
2	58.760,08	6.463,61	12.476,31	18.939,92	46.283,77
3	46.283,77	5.091,21	13.848,71	18.939,92	32.435,06
4	32.435,06	3.567,86	15.372,07	18.939,92	17.062,99
5	17.062,99	1.876,93	17.062,99	18.939,92	0,00

**Figura 31: Resumen del Financiamiento de las Inversiones**

**Fuente: Elaboración Propia**

Aparte del financiamiento por parte de la Cooperativa de Ahorros y Crédito 29 de octubre es también necesario el aporte del socio capitalista que dará (\$40364,61) siendo así estas dos aportes para formar el total de inversión para la agencia de viajes que es la suma de la inversión de activo fijo depreciable, la inversión activo diferido y la inversión del capital del trabajo dando como resultado el total de inversión (\$110.364,61).

<b>INVERSION TOTAL DEL PROYECTO</b>	
Inversión Activo Fijo Depreciable	71.247,57
Inversión Activo No Depreciable	-
Inversión en Activo Diferido	4.139,13
Inversión Capital de Trabajo	34.977,91
<b>Inversión Total</b>	<b>110.364,61</b>
<b>FINANCIAMIENTO</b>	
Capital Propio	40364,61
Deuda	70.000,00
<b>Inversión Total</b>	<b>110.364,61</b>

*Figura 32: Resumen del Total de Inversión*

Fuente: Elaboración Propia

## 8.5. FLUJO DE EFECTIVO NETO

El flujo de efectivo neto se resume de la siguiente manera: los flujos de beneficio son los ingresos por ventas que se calculó anteriormente para los cinco años que está proyectada la agencia de viajes, el valor en libros se obtiene del total de las inversiones de operaciones, administración y ventas, dando así como resultado (\$652,50) este valor se coloca en el último año y también la recuperación del capital que dio (\$34.977,91).

Estos valores se suman dando el total de flujos de beneficios (\$205.993,09).

El flujo de costos se obtiene del costo de producción donde es la sumatoria del costo directo y costo de operación dando como resultado en el primer año (\$35.827,21) y en el segundo, tercer, cuarto y quinto año de (\$36.952,21. También está el gasto de administración que se obtuvo anteriormente dando como resultado para el primer año (\$46.375,99) para el segundo, tercero, cuarto y quinto año de (\$49.275,99).

También el gasto de ventas se mencionó en el anterior capítulo dando como resultado el primer año (\$31.923,13) en el segundo, tercer, cuarto y quinto año es de (\$33.823,13). Los gastos financiero que se toma la tasa de interés que da al primer año de (\$7.700,00), para el segundo año (\$6.463,61), tercer año (\$5.091,21), cuarto año (\$3.567,86) y en el quinto año es de (\$1.876,93).

Al flujo de costos también se adjunta la inversión de activo fijo depreciable que dio (\$71.247,57), la inversión diferida que son los papeles como patentes, permisos de funcionamiento, alarmas, entre otros que se había mencionado en el anterior capítulo esto da (\$4.139,13) y la inversión del capital de trabajo de (\$34.977,91). Todos estos valores se colocan en el año cero (0) debido que es lo que se necesitará para conformar la agencia de viajes.

Por último se coloca las depreciaciones y amortizaciones del costo de producción, gasto administración, gasto ventas y activo diferido dando como resultado para los cinco años (\$15.435,18). El total de flujo de costos para el año cero es de (\$110.364,61), para el primer año es de (\$106.391,15), segundo año (\$111.079,76), tercer año de (\$109.707,36), el cuarto año de (\$108.184,01) y el quinto año de (\$106.493,08).



El flujo de fondos económicos para el año cero es de (-\$110364,61), este valor se obtuvo del flujo de beneficios del año cero menos el total de flujo de costos; esta operación se realiza para los cinco años, en donde el primer año da como resultado (\$9.968,85), segundo año (\$16.916,24), tercer año (\$31.088,24), para el cuarto año (\$46.691,15) y para el quinto año de (\$99.500,01).

El crédito que financia la Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de octubre es de (\$70.000,00) que es colocado en el año cero. Desde el año uno hasta el año cinco se coloca la amortización que se obtuvo del dividendo menos el interés, para ello en el primer año es (\$11.239,92), segundo año (\$12.476,31), tercer año trece (\$13.848,71), el cuarto año (\$15.372,07) y en el quinto año es de (\$17.062,99).

También se saca el quince por ciento (15%) de aporte a los trabajadores, no se saca desde el primer año debido que se está poniendo en marcha la agencia de viajes y no se registra este aporte por ello dicho aporte se obtiene de la utilidad operacional que es la utilidad bruta menos gastos de operación y menos gastos financieros dando eso como resultado de (\$1.481,06) este valor se multiplica por el 15% dando así (\$222,16) en el segundo año, esta misma operación se aplica para el tercer año (\$2.347,96), en el cuarto año (\$4.688,40) y en el quinto año de (\$7.265,16).

El último dato para obtener el flujo de fondos financieros es sacar el 22% de impuestos que se obtiene de la utilidad antes del impuesto en donde la operación que se aplicó fue restar la utilidad operacional y el 15% de trabajadores dando como resultado (\$1.258,90) a este valor se

multiplica el 22% y para el segundo año (\$276,96), en el tercer año (\$2.927,12), el cuarto año (\$5.844,87) y en el quinto año es de (\$9.057,24).

El flujo de fondos financieros se obtiene del flujo de fondo económico, más el crédito, menos la amortización de la deuda, menos el 15% de trabajadores y menos el 22 % de impuestos; en el año cero es de (-\$40.364,61), donde en el primer año es de (-\$1.271,07), en el segundo año (\$3940,81), en el tercer año (\$11.964,45), en el cuarto año (\$20.785,83) y en el quinto año de (\$66.114,62).

FLUJO DE FONDOS						
RUBROS /AÑO	0	1	2	3	4	5
<b>FLUJO DE BENEFICIOS</b>						
Ingreso por ventas		116.360,00	127.996,00	140.795,60	154.875,16	170.362,68
Valor Libros						652,50
Recuperación Capital Trabajo						34.977,91
<b>TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS</b>	-	116.360,00	127.996,00	140.795,60	154.875,16	205.993,09
<b>FLUJO DE COSTOS</b>						
COSTO DE PRODUCCIÓN		35.827,21	36.952,21	36.952,21	36.952,21	36.952,21
GASTO DE ADMINISTRACIÓN		46.375,99	49.275,99	49.275,99	49.275,99	49.275,99
GASTO DE VENTAS		31.923,13	33.823,13	33.823,13	33.823,13	33.823,13
GASTOS FINANCIEROS		7.700,00	6.463,61	5.091,21	3.567,86	1.876,93
Inversión Activo Fijo Depreciable	71.247,57					
Inversión Activo No Depreciable	-					
Inversión Diferida	4.139,13					
Inversión Capital de Trabajo	34.977,91					
Depreciaciones y amortizaciones		15.435,18	15.435,18	15.435,18	15.435,18	15.435,18
<b>TOTAL FLUJO DE COSTOS</b>	110.364,61	106.391,15	111.079,76	109.707,36	108.184,01	106.493,08
<b>FLUJO DE FONDO ECONOMICO</b>	(110.364,61)	9.968,85	16.916,24	31.088,24	46.691,15	99.500,01
Más: Credito	70.000,00					
Menos:						
Amortización deuda		11.239,92	12.476,31	13.848,71	15.372,07	17.062,99
15% Trabajadores		-	222,16	2.347,96	4.688,40	7.265,16
22% impuestos		-	276,96	2.927,12	5.844,87	9.057,24
<b>FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS</b>	(40.364,61)	(1.271,07)	3.940,81	11.964,45	20.785,83	66.114,62

Figura 33: Flujo de Fondos

Fuente: Elaboración Propia

Este flujo de fondos financieros demuestra que la inversión que da el socio capitalista se recuperará a partir del cuarto año, en donde la agencia de viajes también empezará a ganar y crecer en el mercado del turismo.

## **8.6. EVALUACIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera se toma en cuenta al valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), periodo de recuperación (PRC) y beneficio costo (b/c). Estos valores son importantes para así conocer si la inversión del socio capitalista será recuperada y en cuanto tiempo se empezara a ver que la agencia de viajes recuperará lo invertido.

“El valor actual neto (VAN) representa a una medida de valor o riqueza, es decir al calcularse el VAN se busca determinar cuánto valor o desvalor generaría un proyecto para una compañía o inversionista en el caso de ser aceptado”(Sapag Chai, Sapag Chain, & Sapag Puelma, 2008b).

El VAN viene a ser el valor que se determina si es igual o mayor a cero para así saber si la inversión se recupera y se tiene ganancia al crear el proyecto, esta fórmula se coloca en Excel donde se toma en cuenta al TREMA que se obtiene del aporte que brinda la Cooperativa 29 de octubre que es de (\$70.000,00) que significa que está dando un 63% para la inversión del proyecto y el aporte del accionista que es de (\$40.364,61) equivalente al 37% para conformar la agencia de viajes.

También el porcentaje que quiere ganar el banco es el 11% y el accionista el 20% con estos valores se obtendrá el porcentaje ponderado que es el porcentaje que quieren ganar las dos partes por el porcentaje que están dando como inversión, el porcentaje ponderado de la cooperativa es de 6,98% y del accionista es de 7,31% estos se suman dando el TREMA 14,29%.

	Aporte \$	% Aporte	Lo q quieren ganar	Ponderado
Bancos	70000	63%	11,0%	6,98%
Accionistas	41046,49	37%	20,0%	7,31%
			TREMA	14,29%

**Figura 34: Detalle del TREMA**

**Fuente: Elaboración Propia**

Una vez obtenido el TREMA de 14,29% se prosigue con la operación del VAN donde se toma todos los valores obtenidos del flujo de fondos financieros de los cinco años más el valor del año cero que es (\$40.364,61), por ello el resultado es de (\$15.637,84) existiendo una compensación perfecta en el proyecto porque no solo es capaz de financiar los costos de operación, sino también recupera lo invertido y genera como renta la tasa exigida.

“La tasa interna de retorno (TIR) se encarga de evaluar el proyecto en función de una tasa que se considera única en el rendimiento para cada periodo, en el cual la totalidad de cada uno de los beneficios serán actualizados si son exactamente iguales a los desembolsos expresados que es lo mismo que calcular la tasa que hace el VAN igual al cero”(Sapag Chai, Sapag Chain, & Sapag Puelma, 2008a). En síntesis el TIR es una forma de comprobación del resultado del VAN para que se compruebe la aceptación que tendrá el proyecto y ver ganancia de lo que se invirtió.

Para obtener el TIR se colocó la fórmula en Excel donde se toma en cuenta el resultado del flujo de fondos financieros del año cero que es de (\$40.364,61), primer año (\$1.271,07), segundo año (\$3,940,81), tercer año (\$11.964,45), cuarto año (\$20.785, 83) y en el quinto año (\$66.114,62). Dando así como resultado un 23% que significa que la TIR es mayor que el TREMA dando una aceptación al proyecto.

La razón beneficio costo (B/C), es los beneficios (ingresos) y costos (egresos), dando así una fácil apreciación de las formulas con el VAN cuando es cero (ambos términos de la resta son idénticos) y el B/C es igual a uno. Si el VAN es superior a cero y si el B/C será mayor que uno dando así una aceptación de la creación del proyecto.

A continuación se indicara las fórmulas que se aplicaron para sacar los VANS de beneficios y costos para así poder aplicar en la fórmula del B/C.

van beneficios						
$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	
$VA = \frac{116360,00}{(1+0,1429)^1}$	$VA = \frac{127996,00}{(1+0,1429)^2}$	$VA = \frac{140795,60}{(1+0,1429)^3}$	$VA = \frac{154875,16}{(1+0,1429)^4}$	$VA = \frac{170362,68}{(1+0,1429)^5}$		
$VA = \frac{116360}{1,1429}$	$VA = \frac{127996}{1,31}$	$VA = \frac{140795,60}{1,49287931}$	$VA = \frac{154875}{1,70621176}$	$VA = \frac{170363}{1,95002942}$		
$VA = 101811$	$VA = 97990$	$VA = 94311$	$VA = 90771$	$VA = 87364$		<b>472248</b>
van de costos						
$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$	
$VA = \frac{121826,33}{(1+0,1429)^1}$	$VA = \frac{127014,06}{(1+0,1429)^2}$	$VA = \frac{130417,63}{(1+0,14)^3}$	$VA = \frac{134152,45}{(1+0,14)^4}$	$VA = \frac{138250,66}{(1+0,1429)^5}$		
$VA = \frac{121826}{1,1429}$	$VA = \frac{127014}{1,31}$	$VA = \frac{130417,63}{1,481544}$	$VA = \frac{134152}{1,68896016}$	$VA = \frac{138251}{1,95002942}$		
$VA = 106594$	$VA = 97238$	$VA = 88028$	$VA = 79429$	$VA = 70897$		<b>442186</b>

Figura 35: Formulas VAN BENEFICIOS / VAN COSTOS

Fuente: Elaboración Propia

Al obtener estos resultados se aplica la formula siguiente:

$$BC = \frac{VAN \text{ beneficios}}{VAN \text{ costos}}$$

$$BC = \frac{472.248}{440.714}$$

$$BC = 1,07$$

El B/C da como resultado 1,07 dando así que es mayor a 1 que significa que los ingresos (beneficio) son superiores a los egresos (costos). En síntesis los beneficios son mayores a los costos dando así que el proyecto generara riqueza al socio capitalista y así traerá un beneficio social.

En cuanto al “periodo de recuperación de la inversión es también conocida como *payback*, a través del cual se va a establecer el número de etapas que son necesarias para rescatar lo que es inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptables por la empresa”(Sapag Chai, Sapag Chain, & Sapag Puelma, 2008)

La obtención del PRC no es más que la recuperación de lo que el socio capitalista invirtió para la creación de la agencia de viajes y así determinar en qué año incluso con meses obtendrá ganancia la agencia de viajes y el inversionista. La obtención de estos datos se sacó de la inversión inicial de (\$40.364,61), el ultimo flujo es decir el valor del último año que es de (\$66.114,62), el valor por recuperar que se obtiene del valor de la inversión menos el valor del cuarto año dando así como resultado (\$4.9442,59). El PRC que se obtiene es del valor por recuperar dividido para el ultimo flujo siendo este (0,07) a este resultado se le suma los 4 años que se recupera, en síntesis el inversionista recupera en el cuarto año con siete meses.

Para la obtención del punto de equilibrio para el primer año se debe llegar a que los ingresos sean iguales que los egresos para que se mantenga un equilibrio, si en el caso que diera menor a los ingresos significaría que hay una pérdida en el proyecto. A continuación se indicará que el punto de equilibrio es favorable en cuanto a sus ingresos y egresos.

En los elementos del costo intervienen valores que antes se han mencionado en los capítulos: III y IV. Estos valores se sumarán para dar el total y son: costo directo (\$13.218,50), costo de operación (\$22.608,71), gastos de administración (\$46.375,99), gastos de ventas (\$31.923,13) y gastos financieros (\$7.700,00), dando así un total de (\$121.826,33). Estos valores se han sacado un porcentaje como costos fijos que son: alquiler del local, depreciaciones, seguros, entre otros y el porcentaje para los costos variables que son : materia prima, combustible, sueldos a los trabajadores, entre otros.

El porcentaje para los costos fijos se determina de la siguiente manera: para los costos de producción es el 70%, gastos de administración y gastos de ventas el 60% y gastos financieros serán el 100%. Ahora el porcentaje de los costos variables son: el costo directo será el 100%, el costo de producción será de 30%, gastos de administración y gastos de ventas el 40%, ya con la obtención de los porcentajes se procede a obtener el valor de costos fijos y variables multiplicando por cada porcentaje antes mencionado.

El resultado fijo en el costo de operación es de (\$15.826,10), para los gastos de administración es de (\$27.825,59), gastos de ventas (\$19.153,88) y gastos financieros (\$7.700,00), estos datos se suman dando un total fijos de (\$70.505,57).

El resultado obtenido para las variables en el costo directo es de (\$13.218,50), costo de operación (\$6.782,61), gastos de administración (\$18.550,40), gastos de ventas (\$12.769,25), estos valores se suman dando un total variable de (\$51.320,76).

Con estos resultados obtenidos se procede a calcular el punto de equilibrio con la siguiente formula:

PE = Punto de equilibrio

CF= costo fijo

CV= costo variable

V= Ventas netas primer año

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PE = \frac{70.505,57}{1 - \frac{51.320,76}{116.360,00}}$$

$$PE = \frac{70.505,57}{0,56}$$

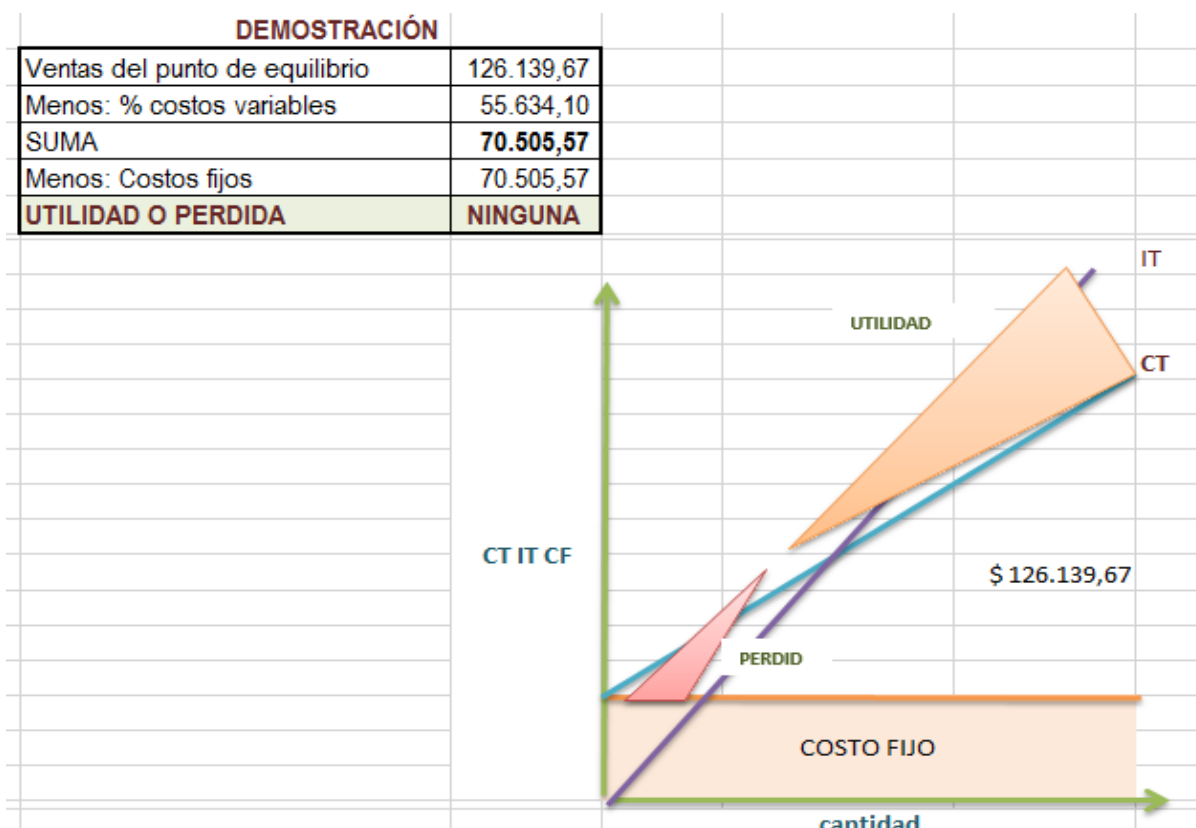
$$PE = \$126.139,67$$

PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO					
ELEMENTOS DEL COSTOS	TOTAL	% FIJOS	% VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
Costo directo	13.218,50		100%		13.218,50
Costo de operación	22.608,71	70%	30%	15.826,10	6.782,61
Gastos de administración	46.375,99	60%	40%	27.825,59	18.550,40
Gastos de ventas	31.923,13	60%	40%	19.153,88	12.769,25
Gastos financieros	7.700,00	100%		7.700,00	
<b>TOTAL</b>	<b>121.826,33</b>			<b>70.505,57</b>	<b>51.320,76</b>
% sobre ventas totales				0,56	0,44
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO = \$</b>	<b>126.139,67</b>				

Figura 36: Punto de equilibrio primer año

Fuente: Elaboración Propia





*Figura 37: Comprobación del punto de equilibrio*

Fuente: Elaboración propia

## 8.7. ESTADOS FINANCIERO

En el balance general de la agencia de viajes es el relato de la situación contable del 31 de diciembre del 2017, dando así al gerente de la empresa un informe vital de cómo está disponible el dinero y las deudas que se llegaron a tener para funcionar.

A continuación se resumirá el balance general donde los activos de la agencia de viajes se conformaron en tres tipos: en activo corriente que se coloca el capital del trabajo que se obtuvo de \$34.977,81, el activo fijo se conforma de equipo de cómputo de las tres áreas operacionales, administrativas y ventas dando como resultado \$3662,57, muebles enseres de las tres áreas

operacionales, administrativas y ventas dando como resultado \$1305 y por último el valor de vehículos \$66.280. Para finalizar los activos está el de activos diferidos que abarca a permisos y patentes dando como resultado \$4.139,13. Dando esto el total de activos de la suma del activo corriente, activo fijo y activo diferido dando como resultado \$110.364,61.

Dentro de los pasivos se encuentra al pasivo no corriente que es el préstamo de la Cooperativa de ahorro y crédito 29 de octubre de \$70.000 y por último el patrimonio se conforma del capital del socio que es de \$40.364,61. Al sumar el pasivo y el patrimonio se obtiene el total pasivo y patrimonio de \$110.364,61.

Por ende el balance general se compara el total de activos y el total de pasivo y patrimonio dando el mismo valor que significa que el estado contable de la agencia de viajes se encuentra bien elaborado y estructurado de lo que se va invertir para este proyecto.

		BALANCE GENERAL			
		PRIMER AÑO			
ACTIVOS				pasivos	
activo corriente		34.977,91		pasivo no corriente	70.000,00
capital de trabajo	34.977,91			cooperativa 29 octubre	70.000,00
activo fijo		71247,57		patrimonio	
equipo de computo	3662,57			capital	40.364,61
muebles y enseres	1305			propio	40.364,61
vehículos	66.280,00				
activo diferidos		4.139,13			
patentes y permisos	4.139,13				
total activo		110.364,61		total pasivo y patrimonio	110.364,61

*Figura 38: Balance General del Primer año*

**Fuente: Elaboración Propia**

Para conocer el estado de resultado del proyecto de la agencia de viajes se ha tomado datos que se mencionaron antes como son las ventas del primer año (\$116.360,00), segundo año (\$127.996,00), tercer año (\$140.795,60), cuarto año (\$154.875,16) y en el quinto año (\$170.362,68), a estos valores se resta los costos de venta del primer año (\$35.827,21), segundo, tercero, cuarto y quinto año de (\$36.952,21). El resultado obtenido de estas dos cuentas es de la utilidad bruta en ventas del primer año (\$80.532,79), segundo año (\$91.043,79), tercer año (\$103.843,39), cuarto año (\$117.922,95) y en el quinto año (\$133.410,46).

Los resultados de la utilidad bruta en ventas se resta los gastos de operación que dio para el primer año (\$78.299,12), segundo, tercero, cuarto y quinto año de (\$83.099,12), menos los gastos financieros del primer año (\$7.700,00), segundo año (\$6.463,61), tercer año (\$5.091,21), cuarto año (\$3.567,86) y quinto año (\$1.876,93), dando esto como resultado la utilidad operacional del primer año (\$5.466,33), segundo año (\$1.481,06), tercer año (\$15.653,05), cuarto año (\$31.255,97) y quinto año (\$48.434,41).

En cuanto al resultado obtenido de la utilidad operacional se multiplica el 15% a los trabajadores en donde en el segundo año es de (\$222,16), tercer año (\$2.347,96), cuarto año (\$4.688,40) y en el quinto año (\$7.265,16). Con estos valores se calcula la utilidad antes del impuesto donde la utilidad operacional se resta del valor del 15% de trabajadores dando así como resultado al segundo año (\$1.258,90), tercer año (\$13.305,10), cuarto año (\$26.567,58) y en el quinto año de (\$41.169,25).

Para la obtención del 22% de impuesto se multiplica con los resultados obtenidos de la utilidad antes del impuesto dando como resultado para el segundo año (\$276,96), tercer año (\$2.927,12), cuarto año (\$5.844,87) y en el quinto año (\$9.057,24). El último paso es para conocer cuál es la utilidad del ejercicio donde el resultado de la utilidad antes de impuesto menos el valor que dio del 22% de impuestos, para esto en el primer año es de un valor negativo motivo por el cual es en donde se empezara a recuperar los gastos que se tuvo para la agencia de viajes dando esto (\$5.466,33), en el segundo año (\$981,94), tercer año (\$10.377,97), cuarto año (\$20.722,71) y en el quinto año es de (\$32.112,02).

<b>ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO</b>					
<b>RUBROS /AÑO</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>VENTAS NETAS</b>	116.360,00	127.996,00	140.795,60	154.875,16	170.362,68
Costo de Ventas	35.827,21	36.952,21	36.952,21	36.952,21	36.952,21
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>80.532,79</b>	<b>91.043,79</b>	<b>103.843,39</b>	<b>117.922,95</b>	<b>133.410,46</b>
Gastos Operación	78.299,12	83.099,12	83.099,12	83.099,12	83.099,12
Gastos Financieros	7.700,00	6.463,61	5.091,21	3.567,86	1.876,93
<b>Utilidad operacional</b>	<b>(5.466,33)</b>	<b>1.481,06</b>	<b>15.653,05</b>	<b>31.255,97</b>	<b>48.434,41</b>
15% Trabajadores		222,16	2.347,96	4.688,40	7.265,16
<b>Utilidad antes de impuesto</b>		<b>1.258,90</b>	<b>13.305,10</b>	<b>26.567,58</b>	<b>41.169,25</b>
22% impuestos	-	276,96	2.927,12	5.844,87	9.057,24
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>(5.466,33)</b>	<b>981,94</b>	<b>10.377,97</b>	<b>20.722,71</b>	<b>32.112,02</b>

*Figura 39: Estado de resultados proyectado*

Fuente: Elaboración Propia

## 8.8. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

- Para la creación de la agencia de viajes especializada en turismo comunitario se desglosó en este capítulo las cuentas y valores que se vieron necesarias para crear la agencia de viajes, dando a conocer en primera instancia que se arrendará un local para que esta pueda funcionar y se lo complementará con materiales y suministros de oficina, muebles y enseres, equipo de cómputo, permisos y patentes que son otorgadas por el Municipio. Dando como resultado una inversión total de \$110.634,61 dólares, para poder poner en marcha el proyecto.
- La forma en la que se determinó financiar dicho proyecto fue de dos formas: una a través de un préstamo de \$70.000 dólares, a través de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de octubre y la segunda por una inversión del socio capitalista dando la diferencia de \$40.634,61 dólares, de esta manera se podrá realizar la agencia de viajes.
- Por último al realizar el flujo financiero con el resultado del VAN (\$15.637,84), TIR (23%), PRC (4 años 7 meses) y B/C (1,07). Concluyendo así que el proyecto de creación de la agencia de viajes especializada en turismo comunitario en la ciudad de Quito sí es factible, generando una buena rentabilidad en el mercado del turismo.

## CONCLUSIONES

- El turismo comunitario es poco conocido a nivel nacional por lo tanto las agencias de viajes no le toman como una opción y están más enfocados al turismo de aventura. No existe conocimientos claros acerca del turismo comunitario por parte del personal de las empresas turísticas y en especial de los turistas, que desconocen el objetivo por el cual se busca potenciar a las comunidades que han sido excluidas en el mercado.

El turismo comunitario es una gran oportunidad de generar ingresos tanto al país como a los miembros de cada comunidad e involucrar sus costumbres, tradiciones y rituales ancestrales únicos en el mundo, dándose a conocer a nivel nacional e internacional.

- El proyecto está encaminado a desarrollar y promover que la agencia de viajes especializada en turismo comunitario destaque todas las comunidades que tiene el Ecuador a través de paquetes económicos que estén al alcance de las posibilidades de todos los turistas tanto nacionales como internacionales. La agencia de viajes tiene como fin priorizar las actividades comunitarias y dar a conocer estas a sus clientes.

Con la creación de la agencia de viajes busca aumentar el flujo turístico en zonas poco conocidas y que tienen atractivos; flora y fauna; paisajes, senderos; entre otros, motivando así a los turistas a involucrarse en la vida cotidiana de los miembros de las comunidades, enfatizando que el turismo comunitario incluye realizar actividades como: turismo de aventura y turismo de relajación dentro de la misma.

- Según los estudios realizados en el área financiera del proyecto, determina que para crear la agencia de viajes se ve necesario sacar un préstamo a través de la Cooperativa de ahorro y crédito 29 de octubre porque ofrece un financiamiento del 63% quedando el aporte del socio capitalista a un 37%. El proyecto es factible porque los resultados obtenidos en los criterios evaluación se presentan atractivos para los inversionistas.

## RECOMENDACIONES

- Los ejes fundamentales para que este proyecto funcione se dan a través del Ministerio de Turismo y Quito Turismo, como entes oficiales de regulación presentando ante ellos la propuesta estructurada de la agencia de viajes especializada en turismo comunitario.
- La agencia de viajes tiene que realizar un previo estudio de campo para armar el paquete que se ofrecerá a los turistas, para ello con esta visita se entablará lazos de comunicación con los presidentes de cada comunidad y llegar a un acuerdo económico donde se muestre el beneficio para ellos como para la agencia.
- Se quiere mostrar la otra cara del turismo involucrando la vida comunitaria poco conocida a nivel del país, mostrar la parte humana y tradicional de nuestro Ecuador, sacar del anonimato las costumbres que tienen nuestros pueblos dándole una nueva imagen y así resaltar la identidad que se ha ido perdiendo por parte de la modernización, dejando de lado su verdadero estilo de vida.
- El accionista es el eje principal para el éxito del proyecto, su inversión es una parte importante ya que impulsa el desarrollo de un nuevo mercado como es el turismo comunitario. También fue necesario tomar en cuenta sus ideas y proyecciones ya que es un empresario experimentado en el área comercial por ello se interesó desde el inicio de la propuesta.



## BIBLIOGRAFÍA

- Aventure*. (2013). Obtenido de <http://aventurecolombia.com/es/paquete/el-encanto-de-la-reserva-maloka-zacambu-en-5-dias>
- Barrezueta, H. E. (12 de septiembre de 2014). *LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA*. Recuperado el 30 de diciembre de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-ORGANICA-DE-ECONOMIA-POPULAR-Y-SOLIDARIA.pdf>
- Baullon, R. (2006). *Planificación del espacio Turístico*. Mexico: Trillas.
- D'Ancona, M. Á. (1999). *Métodos de Investigación y Diagnóstico en la Educación*. Retrieved from Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social.: <http://brayeban.aprenderapensar.net/files/2010/10/TECNICAS-DE-INVEST.pdf>
- Díaz. (s.f). *Turismo Comunitario*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2016, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/diaz\\_v\\_dp/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/diaz_v_dp/capitulo2.pdf)
- Hernández Fernandez, R., & Baptista, C. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. México: McGRAW-HILL. Retrieved ENERO 02, 2016, from [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
- Hunziker, W. y. (1942). *EL TURISMO. CONCEPTOS Y DEFINICIONES E IMPORTANCIA ACTUAL*. Recuperado el 29 de diciembre de 2016, de Escuela Universitaria de Turismo en Murcia: <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- Inti Eco Lodge*. (2016). Obtenido de <http://inticolodge.com/es/el-proyecto/>
- Juan, S., & Roussos, A. (Julio de 2010). *El focus group como técnica de investigación cualitativa. Documentos de Trabajo No. 256*. Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de [www.ub.edu.ar](http://www.ub.edu.ar) (Universidad de Belgrano): [http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt\\_nuevos/254\\_Roussos.pdf](http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/254_Roussos.pdf)
- Lázaro, A. y. (1987). *La entrevista. En Manual de orientación escolar y tutoría*. Madrid, Narcea. Retrieved diciembre 29, 2016, from <http://tecnologiaedu.us.es/formate/curso/modulo9/411conceptodeentrevista.htm>
- Lázaro, M. B. (2005). *INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE TURISMO SOSTENIBLE*. Recuperado el 27 de diciembre de 2016, de <http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>

- LEY DE COMPAÑIAS. (20 de MAYO de 2014). *LEY DE COMPAÑIAS*. Recuperado el 02 de ENERO de 2017, de <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=forums&srcid=MDYzODY1NjczOTg2NDU5ODc1NDABMTU1NTc0NDExMTk0MTI2ODcxOTIBU2tha0VEedVJIMmtKATAuMQEBdjI>
- Ley del Turismo*. (02 de 2014). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA. (12 de 09 de 2014). *LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA, Art.1*. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/Ley%20Orga%CC%81nica%20de%20Economi%CC%81a%20Popular%20y%20Solidaria.pdf/0836bc47-bf63-4aa0-b945-b94479a84ca1>
- López Hernández , F., Mejía Rodríguez , G., & Navarrete Murcia , A. (13 de 11 de 2012). *Presentación sobre la oferta turística Suchitoto, Cuscatlan*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/ftlh13/presentacin-sobre-la-oferta-turstica-suchitoto-cuscatlan>
- Maldonado, C. (2006). *Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS)*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo. Retrieved diciembre 29, 2016, from [http://www.ilo.int/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_117521.pdf](http://www.ilo.int/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_117521.pdf)
- Maya, E. (2014). *Metodos y Técnicas de investigación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado el 02 de enero de 2017
- MINISTERIO DE TURISMO. (12 de 2011). *MINISTERIO DE TURISMO*. Obtenido de [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/proyecto\\_plandetur\\_2011\\_2014VERSION2.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/proyecto_plandetur_2011_2014VERSION2.pdf)
- MINTUR. (29 de diciembre de 2014). *Ley De Turismo*. Recuperado el 02 de enero de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-TURISMO-2014.pdf>
- Molinar Carlos, P. E. (2008). *La Competitividad Turística* . Manzanillo, Colima: Universidad De Colima.
- Pazos, J. (2008). *El sabor de la memoria: Historia de la cocina quiteña*. Quito: FONSA.
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). *La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico*. Maracaibo, Venezuela. Recuperado el 29 de diciembre de 2016, de <http://www.redalyc.org/pdf/993/99318788001.pdf>
- Roberto, B. C. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: trillas. Recuperado el 29 de diciembre de 2016, de [http://www.aptae.pe/archivos\\_up/0107-planificacion-del-espacio-turistico-roberto-c-ballon.pdf](http://www.aptae.pe/archivos_up/0107-planificacion-del-espacio-turistico-roberto-c-ballon.pdf)
- Ruiz, E., Hernandez, M., Coca , A., & Del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 399\_418.

- Santana Moncayo, C. A., & Atiencia Hoyos, M. C. (2014). *TURISMO COMUNITARIO. REFLEXIONES*. Guayaquil. Obtenido de <http://biblio.universidadecotec.edu.ec/revista/edicionespecial/TURISMO%20COMUNITARIO.pdf>
- SECTUR. (2010). *Sectur - Clasificación de Turismo*. Recuperado el 30 de DICIEMBRE de 2016, de <http://administracion.realmexico.info/2013/06/sectur-clasificacion-de-turismo.html>
- Stein, L. G. (1982). *Las Fuentes Secundarias*. (U. d. Rica, Ed.) Recuperado el 28 de diciembre de 2016, de <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/docente/pd-000169.pdf>
- Tito, L. (s.f). *ECOTURISMO EN LA AMAZONÍA PERUANA*. Obtenido de [http://www.aptae.pe/archivos\\_up/0075-ecoturismo-amazon-river-expeditions.pdf](http://www.aptae.pe/archivos_up/0075-ecoturismo-amazon-river-expeditions.pdf)
- Viteri Díaz, G. (2006). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA EN EL 2006*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2007/gvd-ec2006.htm>
- Ventura Dias, V. (2011). *El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina*. Recuperado el 29 de diciembre de 2016, de <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2011/08676.pdf>

ANEXOS

Anexo A: Encuesta agencia de viajes Quito

*galandrina*  
*Turismo*

Universidad Tecnológica Equinoccial

**ENCUESTA A LAS AGENCIAS DE VIAJES QUE OFERTAN PAQUETES TURÍSTICOS ESPECIALIZADOS EN TURISMO COMUNITARIO**

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información acerca de los productos que poseen las agencias de viajes al ofrecer diversos paquetes turísticos para los turistas. Le agradecemos su colaboración en responder con sinceridad necesaria las siguientes interrogantes que a continuación se describen:

1. ¿Qué tipo de turismo ofrecen en los paquetes turísticos como agencia de viajes?

Turismo de Aventura  
 Turismo Gastronómico  
 Turismo Religioso  
 Turismo Comunitario \$ 700 8 días  
 Turismo de Relajación

Nota: Si la agencia de viajes ofrece paquetes turísticos especializados en Turismo Comunitario pase a la pregunta número 4.

2. ¿Cuál es la variedad de paquetes turísticos especializados en Turismo Comunitario y cuáles son los costos?

Turismo de Aventura  
 Turismo Gastronómico  
 Turismo Comunitario  
 Otro  
 Especifique cual: \_\_\_\_\_

3. De la lista anterior, ¿cuál es el paquete con mayor aceptación y adquisición opta el turista?

Turismo de Aventura  
 Turismo Gastronómico  
 Turismo Comunitario  
 Otro  
 Especifique cual: \_\_\_\_\_

4. ¿Qué tipo de mercado prefieren al elegir este tipo de paquetes turísticos especializados en turismo comunitario?

A. Lugar de residencia

Nacional  
 Extranjero

B. Edad

Desde 18 a 25 años  
 Desde 26 a 35 años



Universidad Tecnológica Equinoccial



- Desde 36 a 55 años
- De 55 años en adelante

C. Preferencia de acompañamiento

- Solo
- En pareja
- Familia
- Amigos
- Compañeros de trabajo

D. Tiempo de estadía en un lugar

- 2 días 1 noche
- 5 días 4 noches
- 8 días 7 noches

5. ¿A través de qué medio la agencia de viajes utiliza para promocionar los paquetes turísticos?

- Flyers
- Redes sociales
- Página Web
- Revistas
- Otros
- Especifique cuales: FERIAS TURISTICAS

6. ¿La agencia de viajes realiza convenios con comunidades y cuales serian estos convenios?

- Si
- No
- Cuales: Alejandrino / gastronómicos /

7. De una escala del 1 al 5 califique la preferencia y aceptación que tiene el turista acerca de los paquetes turísticos especializados en Turismo Comunitario: siendo 5 excelente, 4 bueno, 3 regular, 2 malo y 1 pésimo

Turismo	calificación	1	2	3	4	5
Comunitario				<input checked="" type="checkbox"/>		
Demanda				<input checked="" type="checkbox"/>		
Precio				<input checked="" type="checkbox"/>		
Calidad del servicio			<input checked="" type="checkbox"/>			

¡GRACIAS POR SU COLABORACION PRESTADA!