



**Tecnología Superior en Administración**

Título de la propuesta:

**Estudio de Factibilidad para la creación de Centro Cultural Turístico en  
Imbabura sector San Roque**

Trabajo de titulación presentado como requisito previo para optar por el título  
de **Tecnóloga Superior en Administración**

Autor: **Caisaguano Tigasi, Sonia Verónica**

Tutor: **Economista Diego Andrade**

**Quito, septiembre 2023**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Sonia Verónica Caisaguano Tigasi, con cedula de identidad 1753413358, en calidad de egresado de la Carrera de Administración promoción 1TSAQ3, declaro que los contenidos de este trabajo de titulación, requisito previo a la obtención del grado del Tecnológico en Administración, son originales y exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito 19 de agosto del 2023

Atentamente

Nombre: Sonia Verónica Caisaguano Tigasi

Cedula: 1753413359

## **CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor del trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha.

Certifico:

Que el trabajo de investigación **Estudio de Factibilidad para la creación de Centro Cultural Turístico en Imbabura Sector San Roque**, presentado por el estudiante Caisaguano Tigasi Sonia Verónica para optar por el Título de Tecnóloga en Administración, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de Titulación que el señor rector designe.

Quito septiembre 2023

Atentamente

Economista Diego Andrade

C.I.

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mi novio y a mi familia que me han estado apoyando siempre y gracias a ellos he obtenido este gran logro.

## Resumen

El presente documento es un estudio de factibilidad que se ha realizado con el propósito de saber si es viable o no crear la microempresa de Centro Cultural Turístico en la Provincia de Imbabura sector San Roque, para lo cual se ha realizado un estudio de mercado a una población del sector de 10142 habitantes y se les ha aplicado una encuesta de nueve preguntas para verificar la necesidades existentes en el sector, cuyos resultados son que existe una demanda de 73587 para los próximos cinco años , no existe la oferta, también se demostró que no hay competencia, de la misma manera se ha planteado una propuesta técnica administrativa, donde se establece que el proyecto se desarrollará en la Provincia de Imbabura en sector San Roque, para el funcionamiento contará con un espacio físico de 20\*20m, donde trabajaran cinco personas, se utilizará como herramientas fundamentales y finalmente como estudio financiero como estudio y evaluación financiera se ha podido determinar que el tiempo de recuperación es en el primer año, esto se confirma con un TIR de 71,84%, con un VAN de 127.884,70

**Palabras clave:** Centro cultural, turismo comunitario, estudio de factibilidad, estudio administrativo, estudio financiero.

## **Abstract**

This document is a feasibility study that has been carried out with the purpose of knowing if it is viable or not viable to create the microenterprise of a tourist cultural center in the Province of Imbabura in the San Roque sector, for which a study of market to a population of the San Roque sector in Imbabura of 10,142 inhabitants and a survey of nine questions has been applied to verify the existing needs in the sector, the results of which are that here is supply and also there will be competition in the same way an administrative technical proposal has been proposed, where it is established that the project will be developed in the Province of Imbabura in the San Roque sector, for the operation it will carry a physical space of 20\*20m, where five people will work, will be used as fundamental tools and finally as a financial study as a study and financial evaluation it has been possible to determine that the recovery time period is 0 years, 0 months and 0 days, this is confirmed by an IRR of 72,46%, with a NPV of 199.330,20.

**Keywords:** Cultural center, community tourism, feasibility study, administrative study, financial study.

## INDICE GENERAL

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	2
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	3
Dedicatoria .....	4
Resumen .....	5
Abstract .....	6
Tema:.....	12
<b>Planteamiento del problema</b> .....	12
<b>Árbol de problemas</b> .....	12
Objetivos .....	13
<b>Objetivo General</b> .....	13
<b>Objetivos Específicos</b> .....	13
<b>Justificación</b> .....	14
<b>Capítulo 1</b> .....	16
<b>Marco Teórico</b> .....	16
<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b> .....	16
<b>Objetivos de un estudio de factibilidad:</b> .....	16
<b>Estudio de mercado</b> .....	17
<b>Estudio técnico</b> .....	17
<b>Estudio administrativo</b> .....	17
<b>Estudio legal</b> .....	17
<b>Estudio ambiental</b> .....	18
<b>Estudio financiero</b> .....	18
<b>Marco Conceptual</b> .....	19
<b>Turismo cultural</b> .....	19
<b>El Turismo rural o comunitario</b> .....	19
<b>Centro Cultural Turístico</b> .....	19
<b>Centro cultural a escala distrital</b> .....	20
<b>Centro cultural a escala barrial</b> .....	20
<b>Importancia del turismo en la economía</b> .....	20
<b>Imbabura-Ecuador</b> .....	21
<b>Investigación de mercados</b> .....	21
<b>Encuesta</b> .....	21
<b>Entrevista</b> .....	21
<b>Localización del proyecto</b> .....	22

Tamaño del proyecto.....	23
Capital de trabajo .....	23
Inversión de un proyecto .....	23
Flujo de un proyecto .....	24
VAN .....	24
TIR.....	24
<b>Capítulo 2.....</b>	<b>25</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>25</b>
<b>Descripción de la estructura de mercado .....</b>	<b>25</b>
<b>Descripción del servicio .....</b>	<b>25</b>
<b>ANÁLISIS DEL MERCADO.....</b>	<b>25</b>
<b>Segmentación del mercado .....</b>	<b>25</b>
<b>Determinación de la población.....</b>	<b>25</b>
<b>Calculo de la muestra.....</b>	<b>26</b>
<b>DISEÑO DE LA ENCUESTA.....</b>	<b>26</b>
<b>RESULTADOS DE LA ENCUESTA .....</b>	<b>27</b>
<b>Síntesis general .....</b>	<b>31</b>
<b>Análisis de la demanda .....</b>	<b>31</b>
<b>Análisis de la oferta .....</b>	<b>32</b>
<b>Análisis del precio .....</b>	<b>32</b>
<b>Estrategia de comercialización.....</b>	<b>32</b>
<b>Capítulo 3.....</b>	<b>33</b>
<b>ESTUDIO TECNICO, ADMINISTRATIVO, AMBIENTAL .....</b>	<b>33</b>
<b>Localización del proyecto .....</b>	<b>33</b>
<b>Macro localización.....</b>	<b>33</b>
<b>Micro Localización .....</b>	<b>33</b>
<b>Tamaño del Proyecto .....</b>	<b>34</b>
<b>Proceso de producción o servicio .....</b>	<b>35</b>
<b>Descripción de la infraestructura física.....</b>	<b>36</b>
<b>Descripción de los insumos, materiales y herramientas.....</b>	<b>36</b>
<b>Descripción de los recursos humanos .....</b>	<b>38</b>
<b>Constitución de la Microempresa .....</b>	<b>39</b>
<b>Permisos Municipales .....</b>	<b>39</b>
<b>Permisos de construcción.....</b>	<b>39</b>
<b>Permiso de uso de espacio.....</b>	<b>40</b>

<b>Permiso Gobierno autónomo descentralizado-Ibarra</b> .....	40
<b>Requisitos de Bomberos</b> .....	40
<b>Registro único de contribuyentes RUC</b> .....	41
<b>ANALISIS DE VIABILIDAD AMBIENTAL</b> .....	41
<b>Turismo cultural</b> .....	41
<b>FILOSOFÍA EMPRESARIAL</b> .....	42
<b>Capítulo 4</b> .....	43
<b>ESTUDIO Y EVALUACION FINANCIERA</b> .....	43
<b>INVERSIÓN</b> .....	43
<b>Capital de trabajo</b> .....	44
<b>Financiamiento</b> .....	45
<b>Proyección de Costos e Inversión</b> .....	45
<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b> .....	46
<b>INVERSIONES</b> .....	48
<b>COSTOS</b> .....	49
<b>REMUNERACIONES</b> .....	49
<b>GASTOS</b> .....	50
<b>BALANCE DE RESULTADOS</b> .....	50
<b>FLUJO DE CAJA</b> .....	52
<b>CÁLCULO DEL VAN</b> .....	52
<b>CÁLCULO DE LA TIR</b> .....	53
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b> .....	54
<b>CONCLUSIONES</b> .....	55
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	56
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	57
<b>ANEXOS</b> .....	58

## Lista de tablas

Tabla 1 Descripción Productos .....	36
Tabla 2 Inversión.....	43
Tabla 3 Capital de trabajo .....	44
Tabla 4 Financiamiento.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 5 Proyección de Costos e Inversión .....	45
Tabla 6 Ventas por año .....	46
Tabla 7 Inversiones.....	48
Tabla 8 Costos .....	49
Tabla 9 Remuneraciones.....	49
Tabla 10 Gastos .....	50
Tabla 11 Balance de Resultados.....	50
Tabla 12 Flujo de Caja .....	52
Tabla 13 Cálculo del VAN .....	52
Tabla 14 Cálculo de la TIR.....	53
Tabla 15 Punto de Equilibrio .....	54

## Lista de Figuras

Ilustración 1 arbol de problemas .....	12
Ilustración 2 Visita centro turístico .....	27
Figura 3 ¿Ha visitado usted centros culturales? .....	28
Figura 4 ¿Conoce usted San Roque-Imbabura? .....	28
Figura 5 ¿Estaria dispuesto visitar el centro cultural? .....	29
Figura 6 ¿Por qué lo visitaría? .....	29
Figura 7 ¿Que actividades recomendaría para el centro cultural? .....	30
Figura 8 ¿Degustaria de comidas tradicionales?.....	30
Figura 9 ¿cómo conocería el centro cultural?.....	31
Figura 10 Macro Localización del Centro Cultural .....	33
Figura 11 Micro Localización del CCT .....	34
Figura 12 Infraestructura física .....	36
Figura 13 Logotipo del Centro Cultural .....	39
Figura 14 Espacio para el Centro Cultural .....	59
Figura 15 Espacio para la construcción del Centro Cultural .....	59
Figura 16 Estacion de Tren San Roque Imbabura .....	59
Figura 17 Areas verdes centro cultural .....	59
Figura 18 Ferrocarriles del Ecuador .....	59

## Tema:

Estudio de Factibilidad para la creación de Centro Cultural Turístico en Imbabura sector San Roque.

### Planteamiento del problema

La causa principal de este problema identificada es la falta de turismo en dicha comunidad, que ofrezcan un servicio con intenciones de hacer conocer costumbres, tradiciones, su cultura, comidas típicas, música, danza, etc, también la emigración de la mayoría de las personas a otras ciudades. La población joven al ver esta situación, de sus padres que en la labor artesanal es fuerte y poco rentable emigran del sector a otros lugares, a las urbes, ciudades con la finalidad de buscar un mejor trabajo.

Estamos seguros de que buscaremos apoyo de entidades públicas, y podremos generar alternativas para la reactivación y el desarrollo integral de nuestra población, por lo tanto, planteamos este reto tan importante para el sector San Roque- Imbabura.

Esta investigación se realizará en el sector de san roque – Imbabura en el segundo trimestre del año 2023. Según el censo de población GAD municipal de Antonio Ante existen 10.142 habitantes, de los cuales la mayoría son mujeres.

Con el centro cultural aspiramos a llamar la atención de la de todos los pobladores y extranjeros. Tenemos la certeza que al contar con el centro cultural otras familias también podrían crear pequeños emprendimientos con los cuales pueden adquirir ingresos para sus familias.

### Árbol de problemas

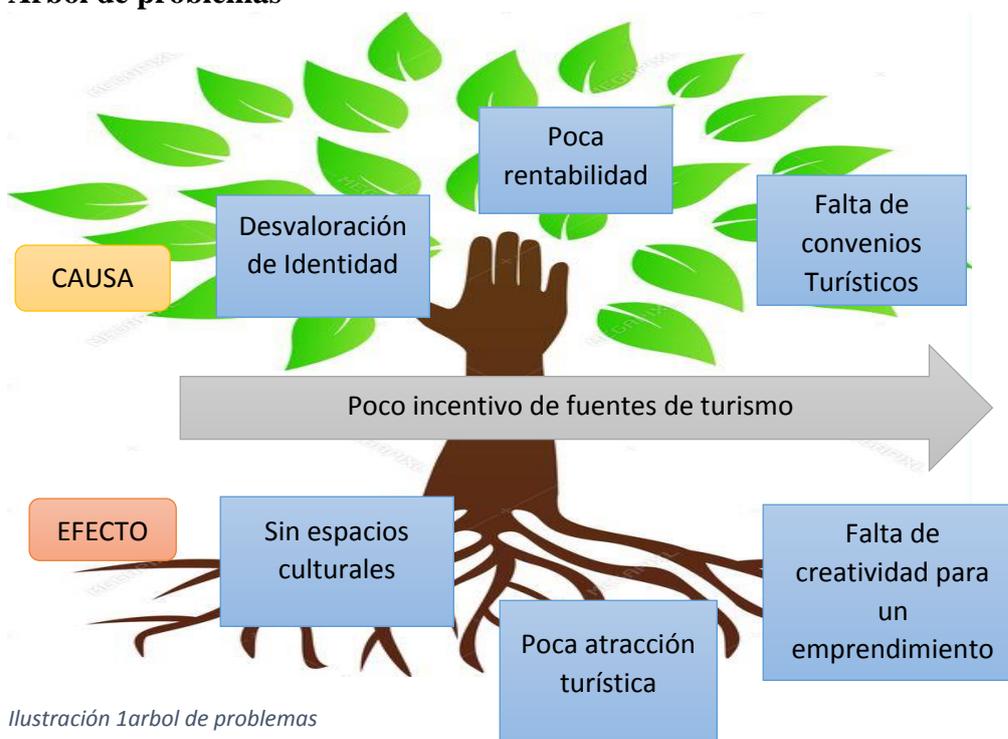


Ilustración 1 árbol de problemas

## Objetivos

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la viabilidad de crear un centro cultural turístico en Imbabura sector San Roque, de acuerdo con los datos obtenidos en la investigación del campo.

### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar el estudio de factibilidad para poder elaborar un proyecto de creación de la microempresa de un centro cultural turístico.
- Obtener información mediante las encuestas aplicadas para conocer la demanda existente.
- Diseñar una propuesta técnico administrativo para la creación del centro cultural turístico.
- Realizar un estudio y evaluación financiera que permita establecer si el proyecto es rentable o no es rentable.

## Justificación

Mediante este estudio de factibilidad para la creación del centro cultural turístico en Imbabura sector San Roque, es satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo un servicio distinto a lo común con precios accesibles y cómodos, un lugar donde el turista pueda realizar varias actividades y dar a conocer nuestras costumbres, tradiciones, gastronomía, danza música, pintura en el sector y también lo que es el idioma kichwa en el sector.

Con este proyecto planteado queremos impulsar la economía solidaria fomentando empleos para la gente de la comunidad ya que al incrementar el turismo se puede generar nuevos emprendimientos y también con alianzas estratégicas con los productores de la zona para que la mayoría de los insumos del centro turístico provenga de la comunidad y la economía se mantenga en la zona.

Aproximadamente hace veinte y cuatro años atrás, en San Roque- Imbabura se podía observar que en el sector había la visita de extranjeros, los cuales participaban en la labor artesanal, llegaban en grupos dirigidos por un señor quien era el que guiaba a los visitantes y les comentaba las labores tanto dentro de cada uno de los hogares, la vida, el trabajo, el campo, entre otros.

Con el pasar del tiempo poco a poco ya no había ya las visitas de extranjeros en el sector algunas causas que podrían mencionar serían:

- La población que habita en la comunidad de San Roque – Imbabura en su mayoría es de indígenas, dedicados a la actividad artesanal.
- La ausencia de eventos y espacios apropiados que nos permitan compartir nuestra experiencia y prácticas culturales, ha generado la pérdida de los valores y principios de nuestras comunidades y pueblos.
- Existen situaciones en los cuales la parte artesanal ya no resulta rentable para los ingresos que necesita cada familia, por tal motivo la mayor parte de la población del sector se ha dedicado a realizar otras actividades.
- La falta de lugares apropiados para que el sector sea de interés tanto para los lugareños y extranjeros, la cual dificulta el que sea visible la comunidad.
- También que poco a poco la cultura y tradiciones del sector vaya perdiendo ese interés tanto por los jóvenes y niños preocupa a los adultos.
- Preocupados sobre la situación de estos aspectos, se propone liderar las actividades antes mencionadas.
- Por tal motivo se busca la creación del centro cultural turístico, que pueda ofrecer distintas actividades sin olvidar las raíces de la comunidad (música, danza, artesanía, gastronomía, entre otros).

- El centro cultural, aparte de compartir las actividades antes mencionadas, fortalecerá las costumbres y tradiciones del sector.

# Capítulo 1

## Marco Teórico

### ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Como lo dice Torres El Estudio de Factibilidad es utilizado para recuperar datos notables sobre el desarrollo de un proyecto y con ello tomar la mejor decisión. Su análisis se realiza cuando el desarrollo del sistema no tiene una justificación económica establecida, existe un alto riesgo tecnológico, operativo, jurídico o no se cuenta con una alternativa clara de implementación.

(Vega, 2017)

Para la realización de un proyecto es necesario estimar el tiempo de desarrollo para la ejecución del mismo, su costo y el esfuerzo de una persona o la cantidad de personas que se necesita para culminar el proyecto en mayor o menor cantidad de tiempo, para de esta forma calcular si es factible o no realizar el dicho proyecto. (Díaz, 2012)

#### **Objetivos de un estudio de factibilidad:**

- Saber si podemos producir algo
- Saber si lo podremos vender
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas
- Definir si contribuirá con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente
- Aprovechar al máximo los recursos propios
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado
- Reconocer cuales son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos. (Chaves, 2001)

## **Estudio de mercado**

Es sumamente importante y a la misma vez complejo para realizar la evaluación de proyectos, ya que, define el lugar en el que se llevara a cabo el proyecto. En este estudio se debe analizar el mercado o el entorno del proyecto, la demanda, la oferta, la competencia y la mezcla de mercadotecnia dentro de la cual se estudian el producto, el precio, la publicidad, los canales de distribución y la promoción, en cuanto al costo/beneficios cada una de estas variables puedan tener sobre la rentabilidad del proyecto.

Para Kotler, Blooms y Hayes, “El estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”.

### **Estudio técnico**

Es el que se encarga de entregar información necesaria para determinar el valor a invertir y los costos de operación de llevar a cabo el proyecto. También permite definir el tamaño, la localización del proyecto, además responde preguntas cuándo, cuánto, cómo o con qué producir el bien o el servicio del proyecto.

### **Estudio administrativo**

Define la estructura administrativa que más se adapte a las características del negocio. Es necesario considerar los siguientes aspectos:

- Definición del personal, ya sea, gerente, administradora, personal de apoyo de producción entre otros.
- Sistema de información a utilizar contabilidad, ventas, inventario, etc.
- Determinación de las actividades que se realizaran dentro y fuera de la empresa.

Y también este estudio define las inversiones y costos operacionales vinculados al producto administrativo.

### **Estudio legal**

Influye directamente sobre los desembolsos en los que debe incurrir la empresa como son:

- Gastos por constitución de la sociedad, como trámites municipales, notariales, etc.
- Restricciones legales sobre la ubicación

- Disposiciones generales sobre la seguridad, higiene y efectos sobre el medio ambiente.
- Da recomendaciones sobre la forma jurídica que adapte a la empresa, ya sea como sociedad abierta, limitada, etc.
- Restricción de materia prima y productos terminados, de exportaciones e importaciones.

### **Estudio ambiental**

Está destinado a predecir, identificar, valorar y considerar medidas preventivas o corregir las consecuencias de los efectos ambientales. La autoridad de aplicación debe tomar decisiones respecto a la conveniencia ambiental y social de la generación de nuevos proyectos en un determinado ámbito geográfico.

Los objetivos de un EsIA son los siguientes:

- Detectar, identificar y evaluar los impactos ambientales de un proyecto determinado.
- Proponer las medidas necesarias para remediar los posibles efectos negativos del anteproyecto.
- Recomendar la implementación de acciones que permitan optimizar los impactos positivos.

### **Estudio financiero**

Es la etapa final de viabilidad financiera de un proyecto, ya que, cuantifica los beneficios y costos monetarios de llevarse a cabo el proyecto. Sistematiza la información de carácter monetario de los estudios anteriores para así determinar la rentabilidad del proyecto. Para ello se debe utilizar el esquema de los flujos de caja proyectados para el periodo de tiempo.

Los flujos de caja deben contener los siguientes elementos:

- Inversión inicial requerida
- Ingresos y egresos de la operación
- Monto de capital de trabajo
- Valor de desecho

## Marco Conceptual

### **Turismo cultural**

El turismo comunitario ha sido ensordecedor para que la oferta concientice y revalore su identidad ancestral.

A continuación se muestran algunos porcentajes del producto debido a la fuerza de la demanda:

- Convivencia familiar 78,26%
- Fiestas 82,61%
- Juegos tradicionales 65,22%
- Visita a sitios arqueológicos 23,64%
- Sesiones para aprender de la historia d las comunidades 49,09%

### **El Turismo rural o comunitario**

Se refiere a las actividades que tienen lugar en un ambiente rural, con las costumbres y actividades que se viven en los ambientes lejos de las ciudades y áreas industrializadas tales como, pueblos, granjas, etc.

El turismo sobre todo el rural que guarda plena relación entre recurso (natural y cultural) y visitante, pero que también de la autonomía de la gestión al actor comunitario, ha tomado una fuerza y crecimiento que supera las expectativas de los más escépticos, aunque salteando diferentes dificultades para la inserción en el mercado turístico global a causa de las mismas exclusiones que sufre la ruralidad que por años ha sido únicamente objeto de desarrollo y no sujeto de este.

En virtud del crecimiento significativo del turismo rural en todo el mundo, la OMT ha decidido llamar al 2020, el “año del turismo y desarrollo rural”, es decir que, todas las acciones que toma esta organización que rige el turismo en el globo junto con los países aliados, estarán direccionadas precisamente a las mejoras de la calidad de vida a través de la práctica del turismo en las zonas rurales. (CabanillaV´scone Enrique, Mayo 2020)

### **Centro Cultural Turístico**

Son localidades urbanas que, dentro de su radio de influencia geográfica con atractivos turísticos, infraestructura y facilidades que permiten la llegada y estadía de visitantes, a

través del turismo, los jóvenes empiezan, a descubrir la historia, la evolución de la humanidad y sus fases políticas, sociales y culturales. (Di-Bella, 1991)

### **Centro cultural a escala distrital**

Se relacionan funcionalmente con el nivel central elevando diagnósticos, requerimientos y propuestas de su sector y recibiendo lineamientos generales conforme a políticas y objetivos del nivel central, en particular de la estructura municipal al cual pertenece. Planifica, programa y proyecta la labor cultural del distrito relevando las inquietudes vecinales de cada sub centro barrial, con apoyo técnico del nivel central.

El centro distrital promueve con apoyo del nivel central, el desarrollo cultural del distrito irradiando a las villas y barrios que lo componen acciones de formación y asistencia técnica, absorbe y promueve los valores artísticos detectados.

### **Centro cultural a escala barrial**

Constituyen verdaderos satélites que reciben los lineamientos pro-gramáticos generales elaborados en aquellos y proyectan su acción cultural. Se localizan en el corazón de cada villa o barrio.

Sus acciones de promoción deben irradiarse hacia los hogares, grupos de familias y comunidades. Promueve y descubre valores que luego catapulta hacia el nivel distrital para su puesta en valor.

Su actividad básica debe ser orientada hacia el taller de integración cultural (talleres culturales) integrando diferentes modalidades o géneros del hacer cultural que en forma general brinde panorama integral de la cultura y despierte vocaciones creativas a través de contenidos y recursos que permitan la superación del deterioro social de los grupos carenciados donde lo hubiere. (Dosso, 2000)

### **Importancia del turismo en la economía**

Favorece la creación del empleo, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. Por lo tanto los gastos de los turistas no solo son para el pago de un alquiler de una habitación, sino también, destinan una parte para una gran variedad de servicios y bienes de consumo como por ejemplo alimentos, transportes, excursiones, actividades diversas, etc. La cual, favorece a su vez el aumento de la demanda de la región o país receptor.

### **Imbabura-Ecuador**

Es uno de los lugares más visitados por los turistas extranjeros ya que, gracia a su clima, aguas cristalinas de sus ríos y lagos, la amabilidad de su gente, por sus costumbres, tradiciones, su gastronomía, sus artesanías e industria textil y el cuero entre otros, hacen de Imbabura un lugar favorable en la cuestión turística.

### **Investigación de mercados**

Para Kotler (1996) “La investigación de mercados es la planeación, recopilación y análisis de la información relevante para la toma de decisiones en las estrategias de marketing de las organizaciones”.

Para Malhotra (1999) el modelo a seguir consiste en 6 pasos:

1. Definición del problema
2. Desarrollo de un acercamiento al problema
3. Diseño de la investigación
4. Recolección de datos
5. Preparación y análisis de datos
6. Preparación y presentación del reporte

Entendemos que la investigación de mercados vincula al consumidor, a los clientes y al público con el vendedor a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y debilidades marketing utilizados por la empresa. Y también podemos decir que la investigación de los mercados es una herramienta que aporta respuestas sobre los problemas que están ocurriendo en el mercado.

### **Encuesta**

Es una técnica utilizada como procedimiento de investigación, con la cual se puede obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.

García Ferrando define la encuesta como “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorara, describir, predecir, y explicar una serie de características”.

### **Entrevista**

Es una técnica de mucha utilidad en la investigación cualitativa para recolectar datos. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un dialogo coloquial, la cual se podría

definir como la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. La entrevista es muy ventajosa principalmente en los estudios descriptivos y en las fases de exploración. Es más eficaz que el cuestionario porque obtiene información más completa y profunda.

Existen tres tipos de entrevista las cuales son:

- Entrevista estructurada o enfocada
- Entrevista semiestructurada
- Entrevista no estructurada

### **Localización del proyecto**

Tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir, en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

Existen ciertos factores que determinan la ubicación las cuales son:

Para macro localización:

- Ubicación de los consumidores
- Vías de comunicación y medios de transporte
- Infraestructura de servicios públicos
- Tendencia de desarrollo de la región
- Condiciones climáticas, ambientales, suelos, etc.
- Interés de fuerzas sociales y comunitarias, entre otros.

Para micro localización:

- Disponibilidad y costos de recursos
- Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.
- Costo de transporte de insumos y de productos.

**Tamaño del proyecto**

Se denomina tamaño del proyecto a la magnitud de los recursos y productos ligados a su operación a plena capacidad de producción durante un tiempo que se considera normal para las circunstancias y tipos de proyectos de que se trate.

Factores que determinan o condicionan el tamaño de un proyecto:

- Disponibilidad de insumos
- Demanda del producto
- Tecnología y equipos
- Disponibilidad de inversión
- La organización
- La estrategia comercial
- La localización

**Capital de trabajo**

Es la parte de la administración financiera que tiene por objeto coordinar los elementos de una empresa, para determinar los niveles apropiados de inversión y liquidez del activo circulante, así como de endeudamiento y escalonamiento de los vencimientos del pazo a corto plazo influidos por la compensación entre riesgo y rentabilidad.

Lawrence J. Gitman, define capital de trabajo como la parte de los activos circulantes que se financian con fondos a largo plazo, al considerar que el monto resultante de la diferencia entre activo circulante y el pasivo circulante debe financiarse con fondos a largo plazo, pues este se considera como parte del activo circulante.

Mientras que J. Fred Weston, explica que es la inversión que realiza la empresa en activos a corto plazo, (efectivos, valores negociables, cuentas por cobrar, inventarios) teniendo siempre en cuenta que la administración del capital de trabajo determina la posición de liquidez de la empresa.

**Inversión de un proyecto**

Es un conjunto de planes detallados que tienen por objetivo aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo plazo razonable.

Aportación de recursos para obtener un beneficio futuro. Conjunto de recursos que se emplean para producir un bien o servicio y generar utilidad.

**Flujo de un proyecto**

Flujo de fondos o de caja de un proyecto consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos proyectados año por año, la cual se obtiene de los estudios técnico, de mercado, administrativo, etc, se puede considerar como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la fase de pre-inversión.

**VAN**

Es un indicador financiero que mide los flujos de los ingresos y egresos futuros que tendrá el proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, queda una ganancia.

La tasa de descuento a considerar para el cálculo del VAN sería:

- La tasa de interés de los préstamos, en caso de que la inversión se financie con préstamos.
- La tasa de retorno de las inversiones alternativas, en el caso de que la inversión se financie con recursos propios.
- Una combinación de las tasas de interés de los préstamos y la tasa de rentabilidad de las inversiones alternativas.

Entonces con esto decimos que al hallar el VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no.

**TIR**

Se define como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente de una inversión sea igual a cero. La TIR es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, es la tasa de descuento de un proyecto de inversión.

## Capítulo 2

### ESTUDIO DE MERCADO

#### **Descripción de la estructura de mercado**

Este mercado en la provincia de Imbabura especialmente en la comunidad de San Roque, no se cuenta con algún apoyo turístico, para que los turísticas puedan visitar y conocer el lugar, por la cual se ha decidido a elaborar este proyecto con el fin de atraer personas para conocer esta comunidad mediante un centro cultural turístico y varias actividades como entretenimiento. Hoy por hoy se podría decir que no hay competencias ya que sería el primer lugar que ofrece este tipo de servicio en el sector.

#### **Descripción del servicio**

Este estudio de factibilidad es para promover el turismo en dicho sector para todas las personas adultas, hombre, mujer, niño, niña. Es un servicio específicamente para todas las personas que les gusta conocer nuevos lugares. Un espacio destinado para el viajero, para aquel que le guste conocer lugares, costumbres, gastronomía, un espacio donde uno puede encontrarse con la naturaleza y disfrutar del paisaje, un lugar donde puede participar de las actividades diarias que realizan nuestros comuneros, un lugar de aprendizaje y enseñanza.

### ANÁLISIS DEL MERCADO

#### **Segmentación del mercado**

Nuestro segmento de mercado se dedica a la población ecuatoriana y extranjera, económicamente activa, de sector san roque en la provincia de Imbabura y puedan disfrutar de este lugar.

Género: Masculino y Femenino

Edad: Desde los 5 a 65 años

#### **Determinación de la población**

A las familias económicamente activa del sector San Roque en la provincia de Imbabura. Según el censo de población del año 2010 existen 10142 habitantes, de los cuales la mayoría son mujeres. Su población parroquial representa el 10,93% del total cantonal. El grupo de adultos/tas representa el mayor porcentaje (31,04%).

La población económicamente activa es de 3688, de los cuales se hará el cálculo para la muestra y aplicar la encuesta.

### **Calculo de la muestra**

#### **Datos**

$n$  = Tamaño de la muestra

$PQ = 0,5$

$E2$  = Margen de error

$Z = 1,95$

$N$  = Universo

#### **Datos:**

$n = 150$

$PQ = 0,5$

$E2 = 0,05$

$Z = 1,95$

$N = 3688$

El resultado del cálculo mediante esta fórmula, con el margen de error de 0,05 indica que es equivalente a 344 encuestas.

## **DISEÑO DE LA ENCUESTA**

Para la recopilación de datos se ha elaborado una encuesta de nueve preguntas, donde obtendremos una información real que va a contribuir para el desarrollo de este estudio de factibilidad.

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA

### 1. ¿A qué rango de edad pertenece?

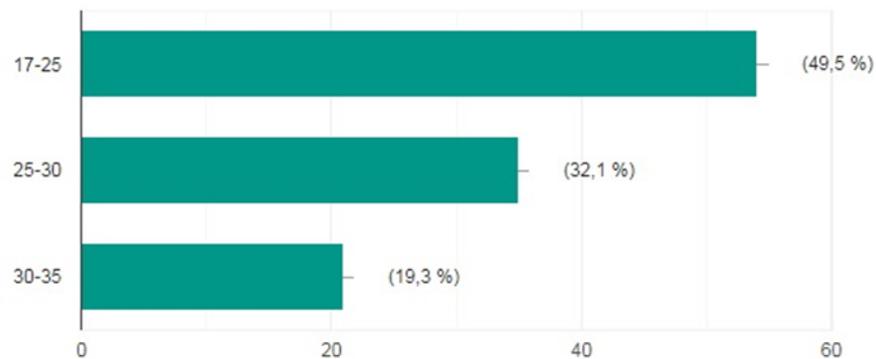


Figura 1 encuesta rango de edad

### Interpretación de datos

Se ha determinado que el 49,5% de encuestados pertenecen al rango de edad entre 17 a 25 años. Mientras que el 32,1% pertenece al rango de edad entre 25 a 30 años y un 19,3% pertenece entre 30 a 35 años. Por ende, la mayor parte de la población son jóvenes adolescentes.

### 2. ¿Le gusta visitar centros turísticos



Ilustración 2 Visita centro turístico

### Interpretación de datos

Del total de encuestados podemos ver que el 98,2 % les gusta visitar centros turísticos y mientras que el 1,8% dice que no les gusta visitar. Con estos resultados vemos que la mayoría visitaría centros culturales.

### 3. ¿Ha visitado usted centros culturales?

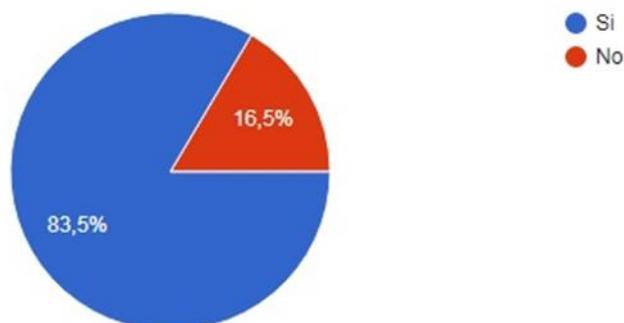


Figura 3 ¿Ha visitado usted centros culturales?

#### Interpretación de datos

De las encuestas aplicadas el 83,5% respondieron que si ha visitado centros culturales y un 16,5% dijeron que no han visitado centros culturales. De los resultados obtenidos la mayor parte de encuestados ha visitado y conoce centros culturales.

### 4. ¿Conoce usted San Roque-Imbabura?

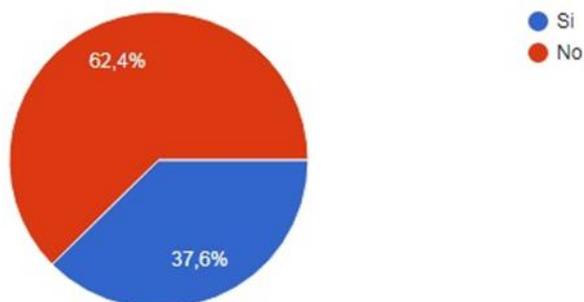


Figura 4 ¿Conoce usted San Roque-Imbabura?

#### Interpretación de datos

Se ha determinado que un 62,4% de encuestados respondieron que no conocen San Roque en Imbabura, mientras que un 37,6% respondieron que si conocen el sector. Esto demuestra que si es necesario un centro cultural en el sector para hacer conocer el lugar.

5. ¿De crearse un centro cultural en San Roque-Imbabura usted estaría dispuesto a visitar?

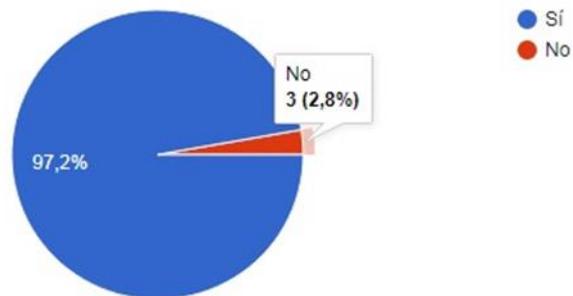


Figura 5 ¿Estaría dispuesto visitar el centro cultural?

### Interpretación de datos

De total de encuestados el 97,2% si estaría dispuesto a visitar nuestro Centro Cultural en Imbabura sector San Roque y un 2,8 no lo visitaría. Según los datos vemos que la mayor parte de encuestados visitaría el centro cultural.

6. ¿Por qué preferiría usted visitar el centro cultural en San Roque-Imbabura?



Figura 6 ¿Por qué lo visitaría?

### Interpretación de datos

Se ha determinado que el 86,2% de encuestados visitaría nuestro Centro Cultural por las actividades que se desarrollan, el 5,5 preferiría visitar por la atención y el 8,3% visitaría por la alimentación. Observamos que la mayor cantidad de personas visitaría el centro cultural por las actividades que se desarrollan, demostrando que nos debemos enfocar e las actividades.

7. ¿Qué tipo de actividades recomendaría que se implementen en un centro cultural?

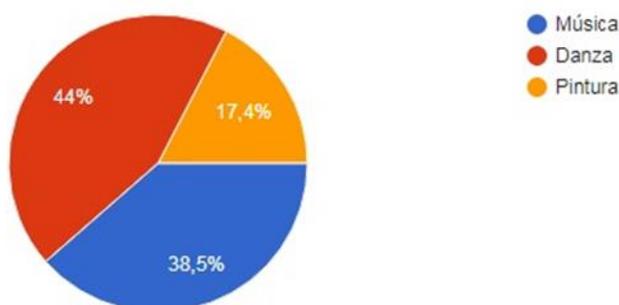


Figura 7 ¿Que actividades recomendaría para el centro cultural?

### Interpretación de datos

Del total de encuestados el 44% respondieron que se debería implementar danza en el centro cultural, el 38,5% dijeron que se debería implementar música y el 17,4% dice que se debe implementar pintura. Vemos que la mayoría prefiere la implementación de la danza en el centro cultural.

8. ¿Visitaría usted San Roque para degustar comidas tradicionales?

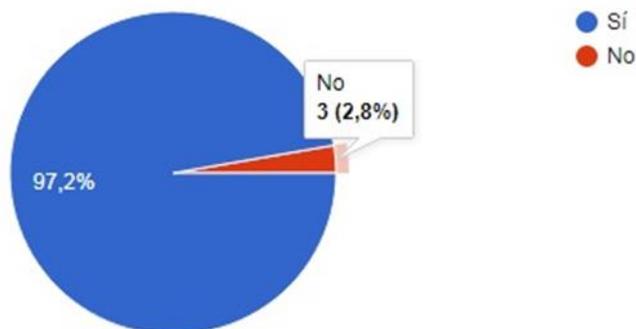


Figura 8 ¿Degustaría de comidas tradicionales?

### Interpretación de datos

Del total de encuestados el 97,2% visitaría San Roque en Imbabura para degustar de comidas tradicionales y el 2,8% respondieron que no visitaría San Roque. La mayoría si visitaría el sector y como resultado vemos la factibilidad de crear un centro cultural.

9. ¿Cómo desearía que se le haga conocer de la existencia del centro cultural en San Roque Imbabura?

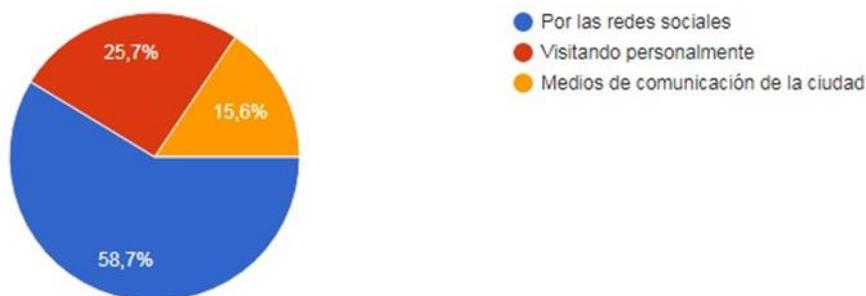


Figura 9 ¿cómo conocería el centro cultural?

### Interpretación de datos

Se ha determinado que el 58,7% de encuestados desearía conocer el Centro Cultural mediante redes sociales, el 25,7% desearía conocer por la visita personalmente y el 15,6% lo haría mediante medios de comunicación de la ciudad. Vemos la importancia del uso de dicha herramienta que, en las redes sociales, para hacer conocer el centro cultural.

### Síntesis general

Mediante la aplicación de la encuesta podemos observar las necesidades en el sector, la mayoría de las personas indican que es necesaria la creación de un centro cultural, ya que, muchos de ellos necesitan un lugar de aprendizaje, de costumbres diferentes, comidas tradicionales y disfrutar de las actividades que se desarrollarán en el sector.

Y como se ha observado la mayor parte de encuestados visitaría nuestro centro cultural, ya que ofreceremos cosas distintas a lo común en el sector y sería el primer centro cultural en crearse en dicho lugar.

### Análisis de la demanda

De este universo se calcula el porcentaje obtenido de la pregunta 5, ya que la mayor parte de los encuestados visitaría nuestro centro cultural de crearse. El porcentaje de personas que si visitarían el lugar es del 97,2%.

### Cálculo

$$3688 * 97,2\% = 3688$$

El resultado de la demanda es de 3585 personas.

**Análisis de la oferta**

En la encuesta realizada se observó que a la mayoría de personas les gusta visitar centros turísticos, y en sector san roque en Imbabura, cabe mencionar que no hay centros culturales turísticos por la cual no tenemos oferta alguna.

**Análisis del precio**

Los precios varían de acuerdo con los servicios que ofrecemos en el centro cultural, por ejemplo; desayunos, almuerzos y cenas 10\$, 5\$ actividades recreativas y agrícolas y hospedaje con un costo de 10\$.

**Estrategia de comercialización**

El plan de comercialización de este proyecto se basa en las 4P de marketing, las cuales son:

**Plaza.-** El centro cultural turístico se dedica a toda la población ecuatoriana y extranjera, niños, niñas, adultos, hombre, mujer.

**Producto.-** Nuestro centro cultural ofrecerá actividades artísticas, como; danza, música, teatro entre otros y degustar de la comida tradicional del sector.

**Precio.-** Los precios se ajustan de acuerdo al servicio antes mencionado que el cliente desee.

**Promoción.** - Hacer conocer el centro cultural mediante redes sociales como; Facebook, Instagram, tiktok, etc.

## Capítulo 3

### ESTUDIO TECNICO, ADMINISTRATIVO, AMBIENTAL

#### Localización del proyecto

##### Macro localización

El centro cultural turístico “Quillary” se encuentra ubicado en la Provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, parroquia San Roque, comunidad la Esperanza.

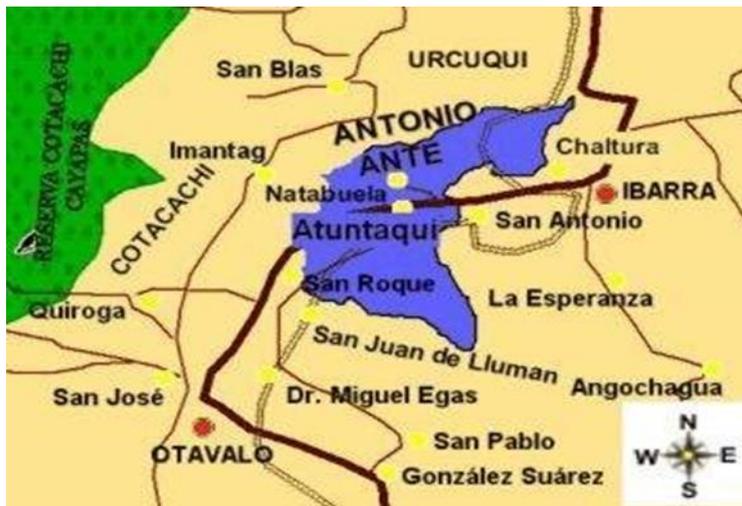


Figura 10 Macro Localización del Centro Cultural

##### Micro Localización

El centro cultural estará ubicado de la panamericana en dirección al volcán Imbabura por la calle Modesto Larrea, a una cuadra y media, pasando la estación del ferrocarril la cuarta casa a mano derecha.

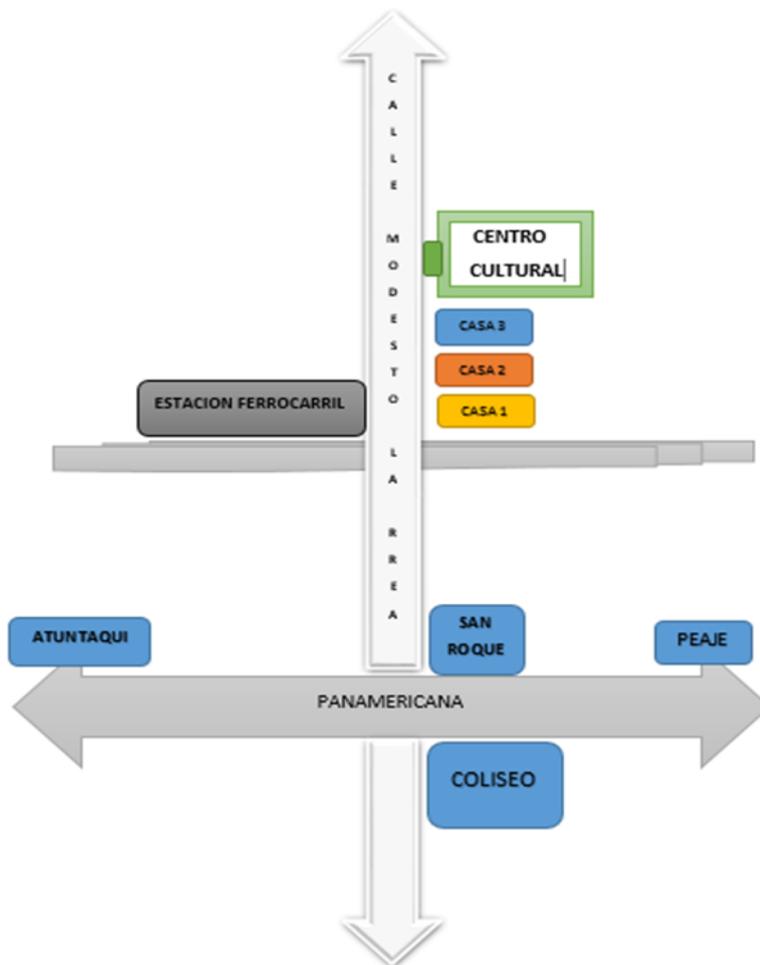


Figura 11 Micro Localización del CCT

### Tamaño del Proyecto

El centro cultural turístico “Quillary” tendrá un espacio de 20\*20m, que contará con los siguientes espacios:

- Espacio gastronómico 5\*5m
- Espacio recreacional y espacio cultural 5\*7m
- Espacio de descanso 3\*3m (3 dormitorios)
- Espacio de convivencia agrícola y espacios verdes 15\*15m
- Baños 1\*2m (2baños)

Se estudió la capacidad del centro cultural dando como resultado la atención a 20 personas, los días jueves, viernes, sábado y domingo, atención las 24 horas para hospedaje. Horario del día (de 8am a 10am desayuno, 12pm a 2pm almuerzo, 4pm a 8pm expresiones artísticas y actividades recreacionales, de 9pm a 11pm cena).

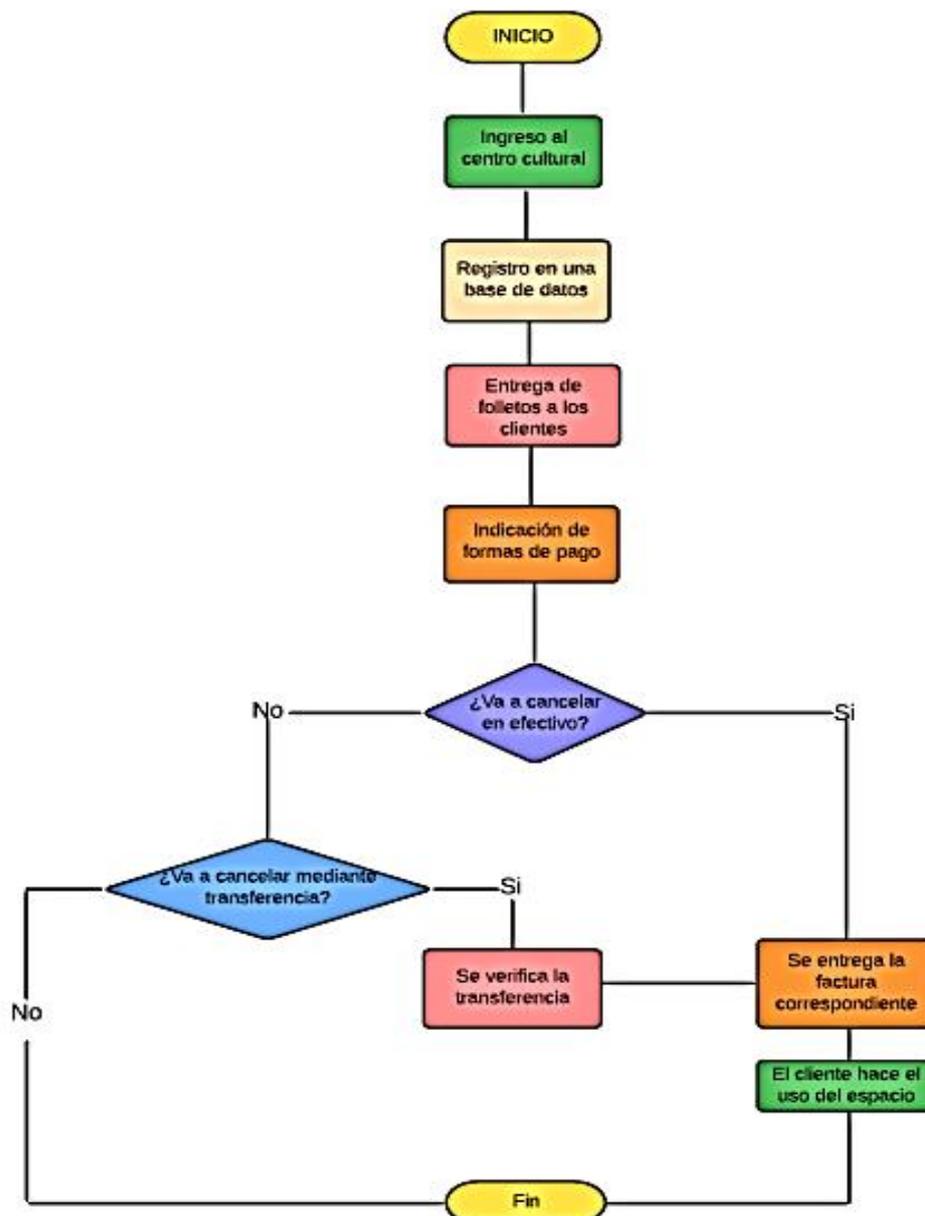
### Proceso de producción o servicio

El centro cultural ofrece su servicio a partir de un registro que es una base de datos (nombres y apellidos, edad, No de cédula, teléfono, correo electrónico).

Como siguiente paso los turistas recibirán un folleto con todos los servicios que tendrán a disposición según las actividades programadas cada día.

De tener claro los servicios, se establece la forma de pago, ya sea en efectivo o mediante transferencia.

Una vez completado el proceso el turista puede hacer el uso del espacio y participar en todas las actividades programadas.



### Descripción de la infraestructura física

El espacio de uso múltiple del centro cultural es destinada para todas las actividades recreacionales y artísticas, donde se realizarán exposiciones de las tradiciones del sector, presentaciones musicales y dancísticas, participación en la actividad agrícola, y excursiones a lugares naturales.

Espacio exterior con áreas verdes y patios para las actividades agrícolas y recreativas. Los centros residenciales para el descanso, alimentación y eventos culturales.

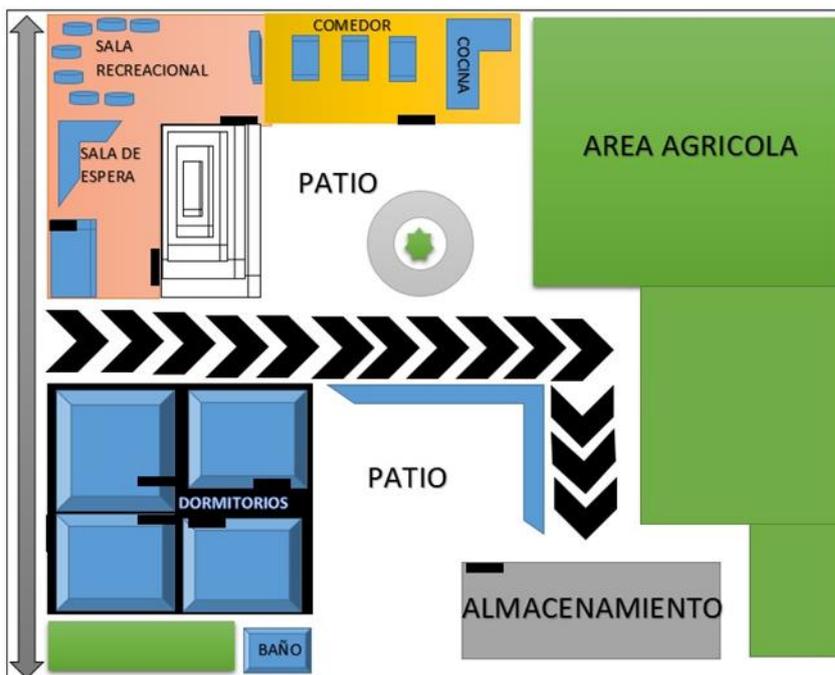


Figura 12 Infraestructura física

### Descripción de algunos de los insumos, materiales y herramientas

Tabla 1 Descripción Productos

Cantidad	Descripción	Imagen
2	Mesas	
8	Sillas	

1	Cocina industrial	
2	Gas	
	Utensilio de cocina	
3	Camas	
1	Computadora	
1	Parlante	
1	Micrófono	
1	Refrigerador	

3	Televisión	
1	Juego de sillones	
1	Teléfono	
3	Botes de basura	
1	Extintor	

### Descripción de los recursos humanos

El equipo de talento humano estará constituido por las siguientes personas:

Coordinador

Cocinera

Dos ayudantes de cocina

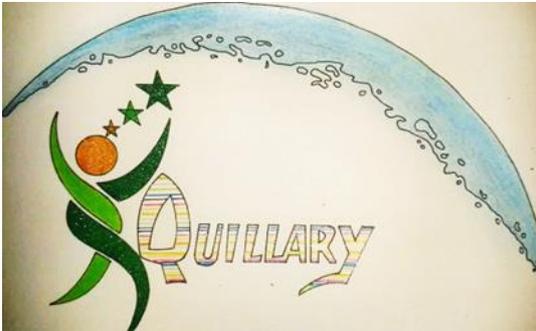
Coordinador recreativo, artístico

Coordinador de actividades agrícolas

## Constitución de la Microempresa

**Nombre:** Centro Cultural Turístico “Quillary”

### Logotipo



*Figura 13 Logotipo del Centro Cultural*

### Permisos Municipales

#### Permisos de construcción

##### Requisitos:

Dos especies valoradas

Copia de cedula y certificado de votación

Copia de planilla de agua (Actualizado)

Copia del recibo actualizado de los pagos de predios urbanos

Copia de escrituras del propietario (registrada y castrada)

Planos arquitectónicos, electrónicos, sanitarios, estructurales completos en tamaño INEN-A.con planilla de hierro, niveles de diseño, acotamiento, 2 cortes-detalles, implementación general-ubicación, fachadas, instalaciones eléctrica, instalaciones sanitarias.

Copia de cedula de identidad y carnet profesional del responsable

Copia del certificado del registrador de la propiedad (actualizada)

Valores unitarios de la obra y firmado por un ingeniero o arquitecto.

Certificado de no adeudar al GADM - BABA

**Permiso de uso de espacio****Requisitos:**

Solicitud dirigida al sr. Alcalde

Croquis de ubicación

Tasa por servicios administrativos (adquiere en la tesorería municipal)

Certificado de no adeudar al IMI

**Permiso Gobierno autónomo descentralizado-Ibarra**

Requisitos para la licencia única anual de funcionamiento:

Registro de la actividad económica en la plataforma SITURIN del Ministerio de Turismo.

Certificado de registro turístico y categorización como establecimiento turístico emitido por el Ministerio de Turismo (nuevos establecimientos).

Copia del menú o carta con los respectivos precios para establecimientos de alimentos y bebidas (nuevos).

Comprobante del pago del 1\*1000 sobre el total de activos fijos emitidos por el MINTUR.

Certificado de compatibilidad y uso de suelo.

RUC o RISE

Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

Comprobante de patente Municipal.

Comprobante de Tasa de Turismo.

**Requisitos de Bomberos**

El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de 1 año calendario (1 de enero al 31 de diciembre)

Para obtener el permiso de funcionamiento, se debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección de local
- Informa favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados), (si la actividad aplica).

- Presentar informe de compatibilidad de uso de suelo para los siguientes establecimientos: centros de tolerancia, cantinas, bares, karaokes, discotecas, licorerías, distribuidoras de gas, bodegas de combustible, estaciones de servicios-gasolineras, asaderos, carpinterías, fábricas en general, y otros establecimientos que se encuentren regulados en el PD y OT.

### **Registro único de contribuyentes RUC**

#### **Requisitos:**

Formulario debidamente lleno y suscrito por el representante legal de la compañía contribuyente.

Original y copia de la escritura de constitución de la compañía, inscrito en el registro Mercantil.

Original y copia del nombramiento del representante legal de la compañía, inscrito en el Registro Mercantil.

Copia de cedula y certificado de votación del representante legal.

Planilla de servicio básico de los últimos tres meses.

Copia de cedula y certificado de votación del propietario del inmueble.

## **ANALISIS DE VIABILIDAD AMBIENTAL**

### **Turismo cultural**

Conocimiento e interrelación con comunidades indígenas a través de sus manifestaciones culturales (costumbres y tradiciones), sitios históricos y culturales.

Art.4 Actividades turísticas permitidas. - Los Centros de Turismo Comunitario podrán prestar una o más de las siguientes actividades:

1. Alojamiento
2. Alimentos y bebidas
3. Operación Turística Comunitaria en los términos del presente reglamento.

**Art.8 Prestación y oferta del servicio.** - la prestación de las actividades y servicios turísticos del centro de turismo comunitario se realizará de manera directa.

Las actividades y servicios que ofrezca el Centro de Turismo Comunitario podrían ser ofertados de manera directa o a través de agencias de servicios turísticos

registrados ante la autoridad Nacional de Turismo o el Gobierno Autónomo descentralizado que cuente con dicha atribución.

## **FILOSOFÍA EMPRESARIAL**

### **Misión**

Ser un centro turístico que impulse y fortalezca las costumbres y tradiciones del sector, dando a conocer vivencias propias del lugar en sus diferentes expresiones artísticas.

### **Visión**

Consolidarnos como centro turístico líder del sector, ser conocidos a nivel nacional e internacional con un servicio de calidad e inclusivo.

### **Valores**

**Responsabilidad.-** Cumplir con nuestras obligaciones de una manera segura para que nuestros

**Honestidad.-** al trabajar con honestidad nuestros clientes no dudaran en visitar nuestro centro cultural y disfrutar de ello.

**Puntualidad.-** Es uno de los valores de suma importancia ya que mediante ello podemos tener una muy buena disciplina.

**Respeto.-** No importa como sea la persona, debemos apreciar y valorar sus cualidades el respeto va para todos entre todos, sin respeto no hay confianza.

## Capítulo 4

### ESTUDIO Y EVALUACION FINANCIERA

#### Concepto

Es el estudio que se hace a la información contable de la empresa, con el fin de obtener un mejor rendimiento en las organizaciones. Permite a la empresa contar con nuevos recursos para llevar a efecto las diferentes inversiones de corto o largo plazo tanto que haya planificado la administración financiera. También se enfoca para incrementar la rentabilidad del negocio o la microempresa a través del desembolso de recursos económicos internos de la empresa.

#### Objetivo

El objetivo de estudio financiero para este proyecto es analizar la viabilidad tomando en cuenta las inversiones y los presupuestos expuestos, de esta forma evaluar si el funcionamiento del proyecto es factible.

#### INVERSIÓN

A continuación se detalla la inversión de activos fijos de la microempresa Centro Cultural “Quillary”

Tabla 2 Inversión

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	
Mesas de madera	602,00
Sillas de madera	300,00
Cocina industrial	1.000,00
Refrigerador	770,00
Juego de sillones	1.200,00
Botes de basura	210,00
Camas	2.500,00
Gas	200,00
Utensilio de cocina	218,00

0	0,00
0	0,00
0	0,00
0	0,00
<b>Total</b>	<b>7.000,00</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>	
Parlante	179,00
Micrófono	22,00
Computadora	500,00
televisor "32"	777,00
<b>Total</b>	<b>1.478,00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	
Teléfono	50,00
Extintor	36,00
Escritorio	100,00
<b>Total</b>	<b>186,00</b>
<b>CONSTRUCCIÓN</b>	
Terreno	0,00
Adecuaciones del local	15.000,00
<b>Total</b>	<b>15.000,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>23.664,00</b>

### Capital de trabajo

Son los recursos, la cantidad de dinero que se necesitan para empezar con la operación de la empresa. Sirve principalmente para cubrir todos los gastos que se realice en el área de operaciones y administración mediante este cálculo.

Tabla 3Capital de trabajo

#### Valor en dólares

Concepto		Valor
<b>COSTO DEL SERVICIO</b>	46.020,00	46.020,00
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		
Sueldos y salarios	46.020,00	
Servicios básicos	695,07	
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	28.326,73	28.326,73
Sueldos administrativos	11059,20	
Honorarios	300,00	
Amortizaciones	21,00	
Depreciaciones	901,46	
Mantenimiento	15.000,00	
Energía Eléctrica	220,80	

Internet	240,00	
Teléfono	234,27	
Suministros de oficina	350,00	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	1.200,00	1.200,00
Publicidad	1.200,00	
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL</b>		75.546,73
<b>CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL</b>		<b>4.286,38</b>

### Financiamiento

Se sabe que para poner en marcha un negocio no siempre se cuenta con un recurso propio, por la cual, para la inversión de esta microempresa se financio un 60% por un préstamo bancario por parte de BanEcuador a una tasa de interés del 11% a cinco años plazo, los recursos propios equivalen a un 40%.

### Proyección de Costos e Inversión

En esta proyección se detallan los costos y gastos que se asumirán en la microempresa en los próximos cinco años esto basado en su primer año de funcionamiento.

Tabla 4 Proyección de Costos e Inversión

Costos y Gastos	Años				
	1	2	3	4	5
<b>Tasa de inflación promedio</b>	<b>0,397%</b>	<b>0,397%</b>	<b>0,397%</b>	<b>0,397%</b>	<b>0,397%</b>
<b><u>COSTOS DIRECTOS</u></b>					
Sueldos y salarios	35.251,20	35.391,03	35.531,41	35.672,36	35.813,86
Servicios básicos	695,07	697,83	700,60	703,37	706,16
<b>SUBTOTAL</b>	<b>35.946,27</b>	<b>36.088,86</b>	<b>36.232,01</b>	<b>36.375,73</b>	<b>36.520,02</b>
<b><u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u></b>					
Sueldos administrativos	11.059,20	11.103,07	11.147,11	11.191,33	11.235,72
Honorarios	300,00	301,19	302,38	303,58	304,79
Amortizaciones	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00
Depreciaciones	901,46	901,46	901,46	901,46	901,46
Mantenimiento	2.400,00	2.404,00	2.409,00	2.413,00	2.418,00
Energía Eléctrica	220,80	221,68	222,56	223,44	224,32

Internet	240,00	240,95	241,91	242,87	243,83
Teléfono	234,27	235,20	236,13	237,07	238,01
Suministros de oficina	350,00	350,00	351,00	352,00	353,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>14.290,35</b>	<b>14.343,37</b>	<b>14.396,61</b>	<b>14.450,06</b>	<b>14.503,72</b>
<b><u>GASTOS DE VENTAS</u></b>					
Publicidad	1.200,00	1.204,76	1.209,54	1.214,34	1.219,15
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.200,00</b>	<b>1.204,76</b>	<b>1.209,54</b>	<b>1.214,34</b>	<b>1.219,15</b>
<b><u>GASTOS FINANCIEROS</u></b>	<b>593,15</b>	<b>488,73</b>	<b>372,33</b>	<b>242,59</b>	<b>97,99</b>
Interés pagado	593,15	488,73	372,33	242,59	97,99
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>52.029,77</b>	<b>52.125,72</b>	<b>52.210,49</b>	<b>52.282,71</b>	<b>52.340,87</b>

**16.083,50 16.036,86 15.978,48 15.906,99 15.820,86**

## EVALUACIÓN FINANCIERA

### VENTAS

Tabla 5 Ventas por año

#### PROYECTO CULTURAL INTI QUILLARY

#### PROYECCION DE VENTAS

#### VENTAS

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Entradas al centro cultural nacionales	10	20	30	40	45
ventas mes unidades	280	560	840	1.120	1.260
VENTAS año(Unidades)	3.360,00	6.720,00	10.080,00	13.440,00	15.120,00
VENTAS CONTADO (Unidades)	3.360,00	6.720,00	10.080,00	13.440,00	15.120,00
PRECIO VENTA CONTADO sin iva	\$3,00	\$3,00	\$3,00	\$3,00	\$3,00
PRECIO VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

TOTAL VENTA CONTADO	\$10.080,00	\$20.160,00	\$30.240,00	\$40.320,00	\$45.360,00
<b>Entradas de turistas extranjeros</b>	10	20	30	40	45
ventas mes unidades	280	560	840	1.120	1.260
VENTAS año(Unidades)	3.360,00	6.720,00	10.080,00	13.440,00	15.120,00
VENTAS CONTADO (Unidades)	3.360,00	6.720,00	10.080,00	13.440,00	15.120,00
PRECIO VENTA CONTADO sin iva	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
PRECIO VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL VENTA CONTADO	\$33.600,00	\$67.200,00	\$100.800,00	\$134.400,00	\$151.200,00
<b>Ventas diarias comida típica</b>	10	15	20	25	30
ventas mes unidades	280	420	560	700	840
VENTAS año(Unidades)	3.360,00	3.864,00	4.443,60	5.332,32	6.398,78
VENTAS CONTADO (Unidades)	3.360,00	3.864,00	4.443,60	5.332,32	6.398,78
PRECIO VENTA CONTADO sin iva	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00
PRECIO VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL VENTA CONTADO	\$16.800,00	\$19.320,00	\$22.218,00	\$26.661,60	\$31.993,92
<b>Actividades de campo</b>	10	15	20	25	30
ventas mes unidades	280	420	560	700	840
VENTAS año(Unidades)	3.360,00	3.864,00	4.443,60	5.332,32	6.398,78
VENTAS CONTADO (Unidades)	3.360,00	3.864,00	4.443,60	5.332,32	6.398,78
PRECIO VENTA CONTADO sin iva	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
PRECIO VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL VENTA CONTADO	\$33.600,00	\$38.640,00	\$44.436,00	\$53.323,20	\$63.987,84
<b>Venta de artesanías y recuerdos</b>	10	15	20	25	30
ventas mes unidades	280	420	560	700	840
VENTAS año(Unidades)	3.360,00	3.864,00	4.443,60	5.332,32	6.398,78
VENTAS CONTADO (Unidades)	3.360,00	3.864,00	4.443,60	5.332,32	6.398,78
PRECIO VENTA CONTADO sin iva	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
PRECIO VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL VENTA CONTADO	\$33.600,00	\$38.640,00	\$44.436,00	\$53.323,20	\$63.987,84
Otros ingresos	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>\$130.680,00</b>	<b>\$186.960,00</b>	<b>\$245.130,00</b>	<b>\$311.028,00</b>	<b>\$359.529,60</b>

## INVERSIONES

Tabla 6 Inversiones

### VALORACION DE LA INVERSIÓN

ACTIVO	VALOR ORIGINAL
Maquinaria y equipos	3.100
Equipo de cocina	3.134
Equipos de computo	1.478
Equipo de oficina	40
Muebles y enseres	7.000
Suministros de oficina	186
Suministros de limpieza	100
Publicidad inicial	1.200
Adecuaciones al local	15.000
Constitución y permisos	605
<b>TOTALES</b>	<b>31.843,43</b>
CAPITAL DE TRABAJO 60 %	<b>19.106,06</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>50.949,49</b>

ACTIVO	VALOR ORIGINAL	% DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION PROYECTADA 5 años	SALDO EN LIBROS
Maquinaria y equipos	3.100	10,00	310,00	1.550,00	1.550,00
Equipo de cocina	3.134	20,00	626,80	3.134,00	0,00
Equipos de computo	1.478	33,33	492,66	1.477,98	0,00
Equipo de oficina	40	10,00	4,03	20,15	20,15
Muebles y enseres	7.000	10,00	700,00	3.500,00	3.500,00
Suministros de oficina	186	20,00	37,23	186,15	0,00
Suministros de limpieza	100	20,00	20,00	100,00	0,00
Publicidad inicial	1.200	20,00	240,00	1.200,00	0,00
Adecuaciones al local	15.000	20,00	3.000,00	15.000,00	0,00
Constitución y permisos	605	20,00	121,00	605,00	0,00
<b>TOTALES</b>	<b>31.843,43</b>		<b>5.551,72</b>	<b>26.773,28</b>	<b>5.070,15</b>

DEPRECIACIONES 2.133,49  
AMORTIZACIONES 3.418,23

## COSTOS

Tabla 7Costos

### PROYECCION DE COMPRAS

<b>COMPRAS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO (1)</b>	<b>AÑO (2)</b>	<b>AÑO (3)</b>	<b>AÑO (4)</b>	<b>AÑO (5)</b>
COMPRAS (Unidades)					
Entradas al centro cultural nacionales	3.360,00	6.720,00	10.080,00	13.440,00	15.120,00
Entradas de turistas extranjeros	3.360,00	6.720,00	10.080,00	13.440,00	15.120,00
Ventas diarias comida típica	3.360,00	3.864,00	4.443,60	5.332,32	6.398,78
Actividades de campo	3.360,00	3.864,00	4.443,60	5.332,32	6.398,78
Venta de artesanías y recuerdos	\$3.360,00	\$3.864,00	\$4.443,60	\$5.332,32	\$6.398,78
OTROS INGRESOS usd	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00
Costo de Materiales					
Entradas al centro cultural nacionales	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25
Entradas de turistas extranjeros	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25
Ventas diarias comida típica	\$2,50	\$2,50	\$2,50	\$2,50	\$2,50
Actividades de campo	\$3,00	\$3,00	\$3,00	\$3,00	\$3,00
Venta de artesanías y recuerdos	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00
OTROS INGRESOS usd	60%	\$0,60	\$0,60	\$0,60	\$0,60
Total SERVICIOS	\$840,00	\$1.680,00	\$2.520,00	\$3.360,00	\$3.780,00
Total TURISTAS	\$840,00	\$1.680,00	\$2.520,00	\$3.360,00	\$3.780,00
Total COMIDAS	\$8.400,00	\$9.660,00	\$11.109,00	\$13.330,80	\$15.996,96
Total ESPACIOS VERDES	\$10.080,00	\$11.592,00	\$13.330,80	\$15.996,96	\$19.196,35
Total ESPACIO RECREACIONAL Y CULTURAL	\$16.800,00	\$19.320,00	\$22.218,00	\$26.661,60	\$31.993,92
Otros Ingresos	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00
<b>COMPRAS TOTALES</b>	<b>\$38.760,00</b>	<b>\$45.732,00</b>	<b>\$53.497,80</b>	<b>\$64.509,36</b>	<b>\$76.547,23</b>

## REMUNERACIONES

Tabla 8Remuneraciones

### ANEXO DE REMUNERACIONES

CARGO	n° de personas	Sueldo mes	Categorización	Sueldo anual	Sueldo anual con beneficios
COORDINADOR	1	\$ 1.000,00	A	\$ 12.000,00	\$ 15.600,00
COCINERA/O	1	\$ 500,00	P	\$ 6.000,00	\$ 7.800,00
AYUDANTE DE COCINA	1	\$ 450,00		\$ 5.400,00	\$ 7.020,00

COORDINADOR RECREATIVO ARTÍSTICO	1	\$ 500,00	P	\$ 6.000,00	\$ 7.800,00
COORDINADOR DE ACTIVIDADES AGRÍCOLAS	1	\$ 500,00	V	\$ 6.000,00	\$ 7.800,00
				Total	\$ 46.020,00

## GASTOS

Tabla 9Gastos

### DETALLE DE GASTOS DEL PROYECTO

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos de producción por unidad	\$0,23	0,23	0,23	0,23	0,23
Unidades producidas	16.800	25.032	33.491	42.877	49.436
Gastos de producción en USD	\$3.880,00	\$5.781,20	\$7.734,78	\$9.902,54	\$11.417,44
Arriendos año	\$30.000,00	\$30.000,00	\$30.000,00	\$30.000,00	\$30.000,00
<b>TOTAL GASTOS DE PRODUCCION</b>	<b>\$33.880,00</b>	<b>\$35.781,20</b>	<b>\$37.734,78</b>	<b>\$39.902,54</b>	<b>\$41.417,44</b>

Gastos de producción anuales	
Mantenimiento	\$2.400,00
Servicios básicos	\$600,00
Internet	\$240,00
Control de calidad	\$400,00
Otros	\$240,00
<b>Total</b>	<b>\$3.880,00</b>

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos administrativos por año	\$1.650,00	\$1.650,00	\$1.650,00	\$1.650,00	\$1.650,00
<b>TOTAL ADMINISTRACION</b>	<b>\$1.650,00</b>	<b>\$1.650,00</b>	<b>\$1.650,00</b>	<b>\$1.650,00</b>	<b>\$1.650,00</b>

Gastos de administración anuales	
Mantenimiento	\$600,00
Servicios básicos	\$300,00
Sumin. Oficina	\$350,00
Sum. Comput	\$200,00
Otros	\$200,00
<b>Total</b>	<b>\$1.650,00</b>

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Publicidad anual	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Promociones	1.307	1.870	2.451	3.110	3.595
<b>Otros</b>	<b>420</b>	<b>420</b>	<b>420</b>	<b>420</b>	<b>420</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>\$4.126,80</b>	<b>\$4.689,60</b>	<b>\$5.271,30</b>	<b>\$5.930,28</b>	<b>\$6.415,30</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$39.656,80</b>	<b>\$42.120,80</b>	<b>\$44.656,08</b>	<b>\$47.482,82</b>	<b>\$49.482,74</b>

## BALANCE DE RESULTADOS

Este proceso nos permite conocer el resultado de los ingresos y gastos, en un periodo de tiempo para determinar la utilidad de la misma, y para así, medir el rendimiento económico que ha generado la microempresa.

Tabla 10Balance de Resultados

**BALANCE DE RESULTADOS**

<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO (1)</b>	<b>AÑO (2)</b>	<b>AÑO (3)</b>	<b>AÑO (4)</b>	<b>AÑO (5)</b>
VENTAS	\$ 130.680,00	\$ 186.960,00	\$ 245.130,00	\$ 311.028,00	\$ 359.529,60
(-) MATERIA PRIMA	\$ 38.760,00	\$ 45.732,00	\$ 53.497,80	\$ 64.509,36	\$ 76.547,23
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 91.920,00</b>	<b>\$ 141.228,00</b>	<b>\$ 191.632,20</b>	<b>\$ 246.518,64</b>	<b>\$ 282.982,37</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 85.676,80</b>	<b>\$ 88.140,80</b>	<b>\$ 90.676,08</b>	<b>\$ 93.502,82</b>	<b>\$ 95.502,74</b>
(-) REMUNERACIONES	\$ 46.020,00	\$ 46.020,00	\$ 46.020,00	\$ 46.020,00	\$ 46.020,00
(-) GASTOS DE PRODUCCION	\$ 33.880,00	\$ 35.781,20	\$ 37.734,78	\$ 39.902,54	\$ 41.417,44
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 4.126,80	\$ 4.689,60	\$ 5.271,30	\$ 5.930,28	\$ 6.415,30
<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ 5.551,72</b>	<b>\$ 5.551,72</b>	<b>\$ 5.551,72</b>	<b>\$ 5.551,72</b>	<b>\$ 5.551,72</b>
(-) INTERES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) DEPRECIACION ANUAL	\$ 2.133,49	\$ 2.133,49	\$ 2.133,49	\$ 2.133,49	\$ 2.133,49
(-) AMORTIZACION	\$ 3.418,23	\$ 3.418,23	\$ 3.418,23	\$ 3.418,23	\$ 3.418,23
<b>(=) U.A.I.P</b>	<b>\$ 691,48</b>	<b>\$ 47.535,48</b>	<b>\$ 95.404,40</b>	<b>\$ 147.464,10</b>	<b>\$ 181.927,91</b>
(-) IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES 34,55%	\$ 238,91	\$ 16.423,51	\$ 32.962,22	\$ 50.948,85	\$ 62.856,09
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 452,57</b>	<b>\$ 31.111,97</b>	<b>\$ 62.442,18</b>	<b>\$ 96.515,26</b>	<b>\$ 119.071,82</b>

% de utilidad neta

0,35%

16,64%

25,47%

31,03%

33,12%

## FLUJO DE CAJA

Tabla 11 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA EN USD						
DESCRIPCION	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
<b>INGRESOS</b>						
RECUPERACION DE VENTAS		\$ 130.680,00	\$ 186.960,00	\$ 245.130,00	\$ 311.028,00	\$ 359.529,60
VALOR DE RECUPERACION DE LOS ACTIVOS						\$ 5.070,15
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						\$ 19.106,06
CREDITO RECIBIDO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 130.680,00</b>	<b>\$ 186.960,00</b>	<b>\$ 245.130,00</b>	<b>\$ 311.028,00</b>	<b>\$ 383.705,81</b>
<b>EGRESOS</b>						
INVERSION FIJA Y DIFERIDA	\$ 31.843,43					
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 19.106,06					
PAGO MATERIA PRIMA		\$ 38.760,00	\$ 45.732,00	\$ 53.497,80	\$ 64.509,36	\$ 76.547,23
REMUNERACIONES		\$ 46.020,00	\$ 46.020,00	\$ 46.020,00	\$ 46.020,00	\$ 46.020,00
GASTOS DE PRODUCCION		\$ 33.880,00	\$ 35.781,20	\$ 37.734,78	\$ 39.902,54	\$ 41.417,44
GASTOS DE ADMINISTRACION		\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00
GASTOS DE VENTAS		\$ 4.126,80	\$ 4.689,60	\$ 5.271,30	\$ 5.930,28	\$ 6.415,30
IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES		\$ 238,91	\$ 16.423,51	\$ 32.962,22	\$ 50.948,85	\$ 62.856,09
PAGOS DE INTERES Y CAPITAL		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 50.949,49</b>	<b>\$ 124.675,71</b>	<b>\$ 150.296,31</b>	<b>\$ 177.136,10</b>	<b>\$ 208.961,02</b>	<b>\$ 234.906,06</b>
<b>FLUJO NETO DEL EFECTIVO</b>	<b>\$ -50.949,49</b>	<b>\$ 6.004,29</b>	<b>\$ 36.663,69</b>	<b>\$ 67.993,90</b>	<b>\$ 102.066,98</b>	<b>\$ 148.799,74</b>

Nos indica las entradas y salidas del dinero proyectado, para conocer la liquidez que tiene la microempresa. En este proceso nos muestra los ingresos operacionales e ingresos no operacionales, es uno de los análisis más importantes dentro del desarrollo del proyecto como se puede ver tiene un flujo positivo en los años proyectados.

Los ingresos operacionales son por las ventas y los ingresos no operacionales son el aporte de los accionistas y el crédito. Los egresos operacionales son los costos y gastos incurridos en el

Proceso de la comercialización, mientras que los no operacionales son los correspondientes a pago d intereses.

## CÁLCULO DEL VAN

Tabla 12 Calculo del VAN

$$\text{FACTOR DE DESCUENTO} = \frac{1}{(1 + 0,2)^n}$$

AÑOS	FLUJO	FACTOR DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO
0	\$ -50.949,49	1	\$ -50.949,49
1	\$ 6.004,29	0,833333333	\$ 5.003,58
2	\$ 36.663,69	0,694444444	\$ 25.460,90
3	\$ 67.993,90	0,578703704	\$ 39.348,32
4	\$ 102.066,98	0,482253086	\$ 49.222,11
5	\$ 148.799,74	0,401877572	\$ 59.799,28

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 310.579,12</b>		<b>\$ 127.884,70</b>
<b>Valor actual neto al 20 %</b>		<b>\$</b>	<b>127.884,70</b>
<b>VAN CON EXCEL</b>			<b>\$ 127.884,70</b>

Si el VAN es mayor a cero, el proyecto se acepta.

Si el VAN es menor a cero, el proyecto no se acepta.

Según los resultados observamos que el VAN del proyecto es viable, ya que genera una cantidad de 127.884,70, después de haber recuperado la inversión inicial que es un valor superior al valor actual de pagos.

### CÁLCULO DE LA TIR

La tasa interna de retorno, indica el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión.

Tabla 13 Cálculo de la TIR

	AÑO ( 0 )	AÑO ( 1 )	AÑO ( 2 )	AÑO ( 3 )	AÑO ( 4 )	AÑO ( 5 )	Total
FLUJO NETO	\$ -50.949,49	\$ 6.004,29	\$ 36.663,69	\$ 67.993,90	\$ 102.066,98	\$ 148.799,74	\$ 310.579,12
	TIR con excel	71,84%					

Si la TIR es mayor al costo de capital, se acepta el proyecto.

Si la TIR es igual al costo de capital, es aceptable o no la ejecución del proyecto.

Si la TIR es menor al costo de capital, no debe ejecutarse el proyecto.

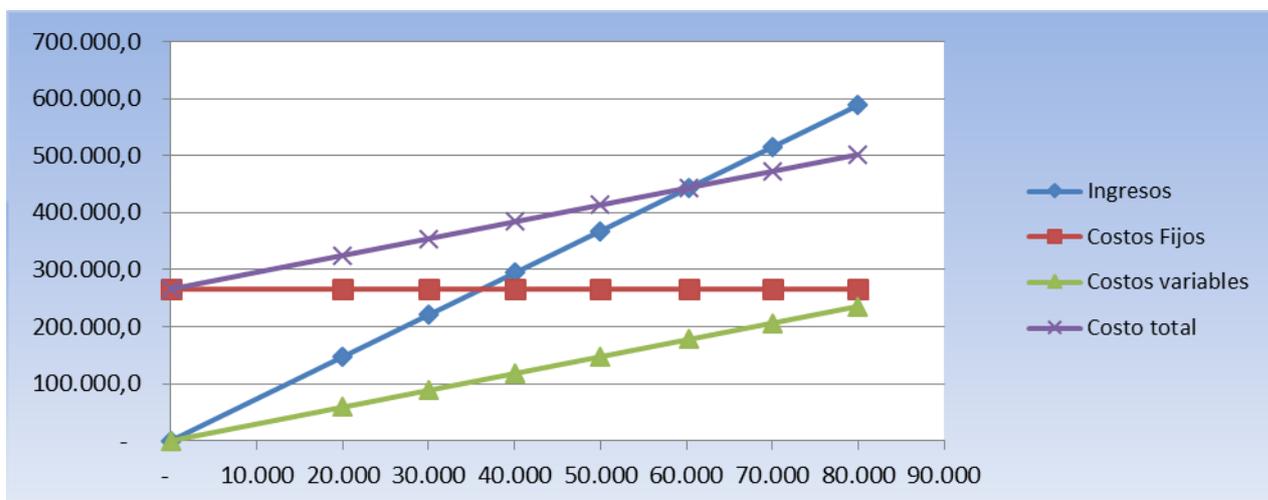
Si la TIR es mayor o igual a la TMAR, se acepta el proyecto.

En los resultados analizados nos indica que el porcentaje del TIR es **71,84%**, lo que quiere decir que el proyecto planteado es viable, indica que será rentable la microempresa.

## PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 14 Punto de Equilibrio

Unidades	Ingresos	Costos Fijos	Costos variables	Costo total	utilidad
-	-	\$ 266.108,60	\$ -	\$ 266.108,60	\$ (266.108,60)
20.000	147.143,4	\$ 266.108,60	\$ 58.960,52	\$ 325.069,12	\$ (177.925,69)
30.000	220.715,1	\$ 266.108,60	\$ 88.440,78	\$ 354.549,38	\$ (133.834,24)
40.000	294.286,9	\$ 266.108,60	\$ 117.921,04	\$ 384.029,64	\$ (89.742,79)
50.000	367.858,6	\$ 266.108,60	\$ 147.401,30	\$ 413.509,90	\$ (45.651,34)
60.354	444.033,1	\$ 266.108,60	\$ 177.924,53	\$ 444.033,13	\$ -
70.000	515.002,0	\$ 266.108,60	\$ 206.361,82	\$ 472.470,42	\$ 42.531,57
80.000	588.573,7	\$ 266.108,60	\$ 235.842,09	\$ 501.950,68	\$ 86.623,02
Punto de equilibrio		costos fijos		\$ 266.108,60	
		Margen de contribucion		\$ 4,41	
					12.070,76 año
					38,71810592 día



## **CONCLUSIONES**

El análisis realizado en el presente proyecto, así como la información y datos levantados mediante la encuesta para la creación del Centro Cultural Turístico en la Provincia de Imbabura sector San Roque, permitió saber la factibilidad de la implementación de la microempresa.

Los diferentes aspectos analizados como: su actividad, su desarrollo económico, su geografía, demografía, todos estos estudios fueron fundamentales para conocer la factibilidad de la creación del Centro Cultural, estudios que permitieron determinar que es necesario la implementación de la microempresa.

Una vez analizado todos los aspectos tanto el estudio de mercado, técnico-administrativo y financiero, se pudo conocer que el proyecto es viable, el cual nos dio a conocer a establecer los recursos adecuadamente, ya que cumple con todos los objetivos propuestos que permitió sustentar la propuesta del proyecto.

El estudio financiero permitió saber que es muy rentable la implementación de este Centro Turístico.

## **RECOMENDACIONES**

Tomando en cuenta el estudio financiero del proyecto se recomienda que el proyecto sea implementado ya que es viable y factible.

Ofrecer un servicio de calidad a los clientes para satisfacer sus necesidades e implementar estrategias de ventas para posesionarse en el mercado.

Manejar correctamente los recursos para evitar inconvenientes futuras, para así obtener significativos beneficios de la microempresa.

Informar a los colaboradores de la microempresa sobre el funcionamiento, las designación funciones, procesos, etc, para no tener dificultades con los visitantes.

Atraer clientes mediante promociones, descuentos, lo cual logrará clientes fijos a la microempresa.

## BIBLIOGRAFÍA

CabanillaV'scone Enrique, R. M. (Mayo 2020). *Turismo y desarrollo rural realidades diversas y propuestas sostenibles desde América Latina*. Manta: Ulearn.

Chaves, R. L. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala : PROARCA/CAPAS/USAID.

Díaz, Y. M. (2012). En *Módulo para la gestión de información de trámites protocolizables complejos en la notaria Buen viaje de Santa Clara*. Santa Clara: Andaluza Inca Gaecilaso.

Di-Bella, M. G. (1991). *Introducción al turismo*. México : Trillas.

Dosso, R. (2000). *Los aspectos culturales: hacia una red integrada e incluyente de núcleos potenciales en ciudades*. República Argentina : CAAS.

Vega, Y. D. (2017). *Estudio de factibilidad económica del producto sistema automatizado cubano para el control de*.

## ANEXOS

1. ¿A qué rango de edad pertenece?
  - 17 – 25
  - 25 – 30
  - 30 - 35
2. ¿Le gusta visitar centros turísticos?
  - Si
  - No
3. ¿Ha visitado centros culturales?
  - Si
  - No
4. ¿Conoce usted San Roque-Imbabura?
  - Si
  - No
5. ¿De crearse un centro cultural en San Roque Imbabura usted estaría dispuesto a visitar?
  - Si
  - No
6. ¿Por qué preferiría usted visitar el centro cultural en San Roque - Imbabura?
  - Por la atención
  - Por la alimentación
  - Por las actividades que se desarrollan
7. ¿Qué tipo de actividades recomendaría que se implementen en un centro cultural?
  - Música
  - Danza
  - Pintura
8. ¿Visitaría usted San Roque para degustar comidas tradicionales?
  - Si
  - No
9. ¿Cómo desearía que se le haga conocer de la existencia del centro cultural en San Roque Imbabura?
  - Por las redes sociales
  - Visitando personalmente

○ Medios de comunicación de la ciudad



Figura 15 Espacio para la construcción del Centro Cultural



Figura 14 Espacio para el Centro Cultural



Figura 17 Areas verdes centro cultural



Figura 16 Estacion de Tren San Roque Imbabura



Figura 18 Ferrocarriles del Ecuador



CERTIFICADO DE ANÁLISIS  
magister

# Caisaguano Tigali Sonia Verónica

## 1TSAQ3 23 agosto

11%  
Similitudes



< 1% Texto entre comillas  
< 1% similitudes entre comillas  
0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Caisaguano Tigali Sonia Verónica 1TSAQ3 23 agosto.pdf  
ID del documento: 1ceb5729f1a7392441cfeab93cf8a7938d5716a  
Tamaño del documento original: 1,66 MB

Depositante: Karla Elizabeth Maza Pazmiño  
Fecha de depósito: 24/8/2023  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 24/8/2023

Número de palabras: 9830  
Número de caracteres: 81.612

Ubicación de las similitudes en el documento:



### Fuentes principales detectadas

1	<a href="http://nulan.mdp.edu.ar">nulan.mdp.edu.ar</a> <a href="http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/836/1/00541.pdf">http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/836/1/00541.pdf</a>	2%		🔗 Palabras idénticas: 2% (187 palabras)
2	<a href="https://www.entornoturistico.com">www.entornoturistico.com</a>   Turismo y desarrollo rural. Realidades diversas y pro... <a href="https://www.entornoturistico.com/turismo-y-desarrollo-rural-realidades-diversas-y-propuestas-sost...">https://www.entornoturistico.com/turismo-y-desarrollo-rural-realidades-diversas-y-propuestas-sost...</a> 2 fuentes similares	1%		🔗 Palabras idénticas: 1% (147 palabras)
3	<a href="http://www.fcga.umich.mx">www.fcga.umich.mx</a> <a href="https://www.fcga.umich.mx/descargas/apuntes/Academia%20de%20Finanzas%20II%20Mauricio%20A.%20Chago...">https://www.fcga.umich.mx/descargas/apuntes/Academia de Finanzas/Finanzas II Mauricio A. Chago...</a> 1 fuente similar	1%		🔗 Palabras idénticas: 1% (129 palabras)
4	<a href="http://accioneduca.org">accioneduca.org</a> <a href="http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/Valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-...">http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/Valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-...</a>	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (128 palabras)
5	<a href="https://www.gob.ec">www.gob.ec</a> <a href="https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2022-10/0_Reglamento%20CTC%20Acuerdo%20Ministerial%202...">https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2022-10/0. Reglamento CTC Acuerdo Ministerial 2...</a> 1 fuente similar	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (90 palabras)
1	<a href="https://www.virtualpro.co">www.virtualpro.co</a>   Artículo: El estudio del impacto ambiental : características y ... <a href="https://www.virtualpro.co/biblioteca/el-estudio-del-impacto-ambiental-caracteristicas-y-metodologias">https://www.virtualpro.co/biblioteca/el-estudio-del-impacto-ambiental-caracteristicas-y-metodologias</a>	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (36 palabras)
2	Documento de otro usuario #854:91 🔗 El documento proviene de otro grupo	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (28 palabras)
3	<a href="http://repositorio.espe.edu.ec">repositorio.espe.edu.ec</a>   Análisis del modelo de Gestión Administrativa para el de... <a href="http://repositorio.espe.edu.ec:8080/bitstream/21000/22862/4/T-ESPEL-ITH-0135.pdf.txt">http://repositorio.espe.edu.ec:8080/bitstream/21000/22862/4/T-ESPEL-ITH-0135.pdf.txt</a>	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)
4	<a href="https://www.buenastareas.com">www.buenastareas.com</a>   Kotler Estudio Del Mercado Gratis Ensayos <a href="https://www.buenastareas.com/materias/kotler-estudio-del-mercado/0#:~:text=Para%20Kotler,%20Bloom%20y...">https://www.buenastareas.com/materias/kotler-estudio-del-mercado/0#:~:text=Para Kotler, Bloom y...</a>	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)
5	<a href="https://www.gestion.org">www.gestion.org</a>   Que es un estudio de mercado - Gestion.Org <a href="https://www.gestion.org/que-es-un-estudio-de-mercado/">https://www.gestion.org/que-es-un-estudio-de-mercado/</a>	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
----	---------------------------	-------------	-------------------

## Certificado anti plagio