



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898473*

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/>

Año: VII Número: Edición Especial Artículo no.:95 Período: Diciembre, 2019.

TÍTULO: Estudio de factibilidad para la creación de una agencia de turismo comunitario en el cantón Tulcán.

AUTORES:

1. Máster. Danny Mauricio Sandoval Malquín.
2. Máster. Javier Mauricio Lucero Salcedo.
3. Estud. Katy Marcela Fuelta Villota.

RESUMEN: El presente estudio de factibilidad para la creación de una Agencia de Turismo Comunitario en el Cantón Tulcán nace de la necesidad y poca atención pública y privada a este tipo de servicio turístico. Para determinar la factibilidad de creación de esta agencia, se realizaron estudios de mercado, que permitieron identificar los factores determinantes del comportamiento de la demanda, que se complementan con los estudios técnico, administrativo y económico financiero.

PALABRAS CLAVES: proyecto de inversión, estudio de factibilidad, turismo comunitario.

TITLE: Feasibility study for the creation of a community tourism agency in the Tulcán canton.

AUTHORS:

1. Master. Danny Mauricio Sandoval Malquín.
2. Master. Javier Mauricio Lucero Salcedo.
3. Stud. Katy Marcela Fuelta Villota.

ABSTRACT: The present feasibility study for the creation of a Community Tourism Agency in the Tulcán canton is born from the need and little public and private attention to this type of tourist service. To determine the feasibility of creating this agency, market studies were conducted, which allowed identifying the determinants of demand behavior, which are complemented by technical, administrative and financial economic studies.

KEY WORDS: investment project, feasibility study, community tourism.

INTRODUCCIÓN.

En el Ecuador, el turismo es muy importante en varias facetas y ciudades, ya que mediante este se presentan las actividades económicas y culturales más importantes con las que cuenta el país, en la provincia del Carchi, ciudad de Tulcán; solo existen pequeños emprendedores que han tratado de potencializar el turismo en la localidad; más sin embargo, la demanda de turistas buscan sus alternativas en diversos lugares del interior del país.

Según Benavides, en su trabajo con el tema “Desarrollo del turismo comunitario, en la comunidad de Monteverde, cantón Montufar, provincia del Carchi, para impulsar la actividad turística comunitaria” su objetivo es Diseñar un Plan Turístico Comunitario en Monteverde, a través de la elaboración de un plan director, matriz de actividades organizadas y plan operativo, que permita impulsar la actividad turística comunitaria del sector (Benavides, 2013, pág. 6).

En la ciudad de Tulcán, pese a ser una ciudad fronteriza, el turismo comunitario es escaso, aunque la ciudad cuenta con grandes lugares de aprovechamiento turístico; esto se da en las parroquias diversas de la ciudad de Tulcán, son lugares que tienen mucho que ofrecer, pero por falta de alternativas turísticas, estas parroquias se ven sólidas y en un estado de desaprovechamiento de todos sus recursos naturales, culturales y gastronómicos; es por ello, que se procede a realizar el siguiente trabajo de investigación que consiste en un estudio de factibilidad.

DESARROLLO.

Métodos.

Respecto a las modalidades, se utilizó la modalidad cualitativa y cuantitativa.

La modalidad cuantitativa, en el presente proyecto, se va a trabajar con variables, además se recolectará datos estadísticos sobre el turismo comunitario, los cuales serán expuestos por medio de tablas. También se va a ejecutar en base a una muestra y población de las comunidades. La modalidad cualitativa se presenta una orientación interpretativa de los resultados y de la realidad, se hace énfasis en el análisis, en el contexto turístico comunitario (Gómez, 2017, pág. 46).

Los tipos de investigación que se plantearon son:

- ✚ Investigación bibliográfica. Esta es debido a que toda la teoría se consultó en libros e internet, misma que proporciona conocimientos sobre investigaciones existentes relacionadas con el turismo comunitario, del mismo modo los elementos que constituyen al estudio de factibilidad del turismo en diferentes comunidades.
- ✚ La investigación de campo. Se maneja este tipo de investigación debido a que se recopilan los datos en el lugar de los hechos a través de técnicas como la entrevista, para diagnosticar la creación de una agencia de turismo.
- ✚ La investigación aplicada, Se integra la teoría con la práctica, donde se va a presentar una alternativa de solución a través de los elementos constitutivos del estudio de factibilidad.
- ✚ La investigación descriptiva. Se va a ir describiendo paso a paso los elementos del estudio de factibilidad, así como la situación del turismo comunitario en el país y la provincia.
- ✚ Investigación correlacional. Las variables planteadas se relacionan; es decir, la variable dependiente, Agencia de turismo comunitario depende de la variable independiente, Estudio de factibilidad.

Los métodos que se aplicó son:***Teóricos.***

Con el método analítico – sintético, se analizan los diferentes elementos constitutivos del estudio de factibilidad; de esta manera, se podrá resumir la teoría investigada aportando a dar solución del fortalecimiento del turismo comunitario en la provincia del Carchi. El método inductivo-deductivo, ya que en la provincia hay un bajo nivel de turismo comunitario, lo cual afecta tanto el crecimiento social y económico dentro de las comunidades más alejadas. Con el método histórico –lógico se estudia la historia del turismo comunitario en el Ecuador y la provincia del Carchi. El método sistémico permitirá el abordaje de cada uno de los elementos constitutivos de la creación de una agencia y se dará la solución a satisfacer los gustos y preferencia de la sociedad y generar fuentes de empleo en las comunidades más alejadas y que poseen lugares turísticos.

Empíricos.

A partir del método de la Observación, se examinará cada una de las comunidades para poder establecer qué debilidades tiene cada una de ellas. El Análisis Documental se toma como instrumentó principal el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia del Carchi, para realizar un análisis de la situación turística (Gómez, 2017).

Las técnicas e instrumentos del presente trabajo de investigación son:

La Entrevista es un estudio del cual el investigador obtiene datos a través de un cuestionario prediseñado para conocer la opinión, características de hechos específicos. La entrevista se realizará a los presidentes de las comunidades con el fin de realizar un diagnóstico que posibilite conocer y determinar la existencia del problema. La Guía de Entrevista está conformada por preguntas de carácter abierto con el fin de tener un acercamiento y conocer la situación actual del turismo comunitario (Gómez, 2017, pág. 50).

Conjuntamente con las variables de investigación, la variable dependiente es la Agencia de turismo comunitario y la variable independiente es el Estudio de factibilidad.

Resultados.

Dentro de la investigación se toma en cuenta la definición de proyectos de inversión, por lo que el autor Morales en su libro *Proyectos de Inversión* menciona lo siguiente: “Establecer de manera anticipada cómo debe realizarse alguna obra o cómo debería ser un producto tangible como la construcción o generación de un servicio con la finalidad principal de satisfacer necesidades humanas. Sobre todo, es necesario considerar que las empresas generan sus productos con la finalidad de colocarlos en un mercado de consumidores que adquieren estas mercancías para satisfacer sus necesidades” (Morales y Morales, 2009, pág. 9). Este tipo de proyectos busca una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

El estudio de factibilidad se clasifica en *Estudio de mercado*. Este estudio es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector (Empresa, 2017).

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

Tabla 1. Matriz operacional.

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

Fuente: elaboración propia.

Demanda insatisfecha.

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

Tabla 2. Proyección de demanda insatisfecha.

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

Fuente: Elaboración propia.

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

Estudio técnico.

Determina cualitativamente y cuantitativamente la capacidad instalada del proyecto. El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos (Gomez, 2019, pág. 1).

Localización del proyecto.

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

Macrolocalización.

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

Microlocalización.

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

Tabla 3. Microlocalización.

Factor	Peso	Bolívar y Tarqui		Av. de la Cultura		Sucre y 10 De agosto (Centro)	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Cercanía del mercado	25%	3	0,75	3	0,75	4	1,00
Acceso al transporte	20%	4	0,80	3	0,60	4	0,80
Mano de obra	10%	3	0,30	2	0,20	3	0,30
Disponibilidad de Servicios Básicos	5%	3	0,15	3	0,15	4	0,20
Parqueadero	15%	3	0,45	2	0,30	4	0,60
Arrendamiento de local	10%	4	0,40	3	0,30	4	0,30
Estructura Impositiva Legal	5%	4	0,20	3	0,15	4	0,20
Seguridad	10%	3	0,30	2	0,20	4	0,40
TOTAL	100%	27	3,35	21	2,65	31	3,5

Fuente: Elaboración propia.

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

reflejados acceso al transporte y dando un mayor peso al costo de cercanía al mercado ya que este presenta un valor de inversión más elevado.

Estudio Administrativo Legal.

En el estudio administrativo se define el direccionamiento estratégico de la empresa. El análisis administrativo y legal implica dejar claro dos aspectos muy importantes, por un lado, cómo se planearán y controlarán todos los recursos con los que dispondrá la empresa, y por el otro lado, dejar claro todas las actividades que se llevarán a cabo para cumplir las disposiciones de ley y que inciden en la actividad económica del proyecto de negocio (Serrano, 2012).

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

Direccionamiento estratégico.

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

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

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

Principios y valores.

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

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

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

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

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

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

Logo tipo.



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

Fuente: Elaboración propia.

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

Estructura organizacional.

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

Aspecto legal.

El estudio legal dentro de la empresa marca todo el proceso de legalización de la misma. Los aspectos legales pueden restringir la localización y obligar a mayores costos de transporte, o bien pueden otorgar franquicias para incentivar el desarrollo de determinadas zonas geográficas donde el beneficio que obtendría el proyecto superaría los mayores costos de transporte. Uno de los efectos más directos de los factores legales y reglamentarios se refiere a los aspectos tributarios (UKESSAYS, 2016).

Este se enfoca a los requisitos legales que debe tener la agencia para su constitución.

Requisitos emitidos por el cuerpo de bomberos.

Ficha de inspección, copia de ruc, copia de cédula y certificado de votación del representante legal, cancelación del permiso de funcionamiento.

Requisitos emitidos por el G.A.D. municipal de Tulcán.

Copia de la cedula y papeleta de votación a color, copia del RUC o RISE, planilla de Servicios Básicos de donde funciona el negocio, correo electrónico.

Por último, se necesita los requisitos del, ministerio de turismo.

Estudio Económico Financiero.

Tiene como finalidad determinar la inversión, fuentes de financiamiento, nivel de ingresos, costos y gastos del proyecto, se lo plantea mediante estados financieros.

Los estados financieros son los documentos que reflejan la situación actual económica financiera en la organización.

Se le llama estado financiero o estado contable a un tipo de informe o registro de tipo formal que suelen utilizar las empresas, personas y entidades, para tener constancia de las diferentes actividades económicas que realizan las mismas, además de las distintas modificaciones que en un periodo determinado puede presentar (Nordhaus, 2006).

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado.

Discusión.

Inversión del proyecto.

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

Tabla 4. Inversión del proyecto.

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Inversión fija	4229,83	60%
Inversión intangible	300	3%
Capital de trabajo	8439	37%
Total, inversión	12968,83	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Financiamiento del proyecto.

INSTITUCIÓN FINANCIERA BANCO PICHINCHA			
Monto	11.000		
Plazo	4años	Pagos/ año	12
Gracia Total	Mensual	N° periodos (cuotas)	48
Gracia parcial	Mensual	N° periodos (cuotas)	12
Interés nominal anual	11.23		
Cuota fija mensual	289.82		

Fuente: Elaboración propia.

Estados financieros proforma con financiamiento.

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

Balance de situación inicial.

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

Tabla 6. Balance general proforma.

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

Fuente: elaboración propia.

Estado de resultados y flujos netos de efectivo.

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

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

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

Fuente: Elaboración propia.

Estudio Ambiental.

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

Indicadores de evaluación económica con financiamiento.

Valor actual neto (VAN) con financiamiento.

Es el valor presente del proyecto una vez descontado los flujos netos de efectivo, identifica la factibilidad en función del dinero con poder adquisitivo presente.

FNE = Flujo Neto de Efectivo Proyectado i = Tasa de rendimiento media (0,1278) n = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión (5 años).

El valor presente del proyecto una vez descontados los flujos netos de efectivo proyectados es de \$ 1.695,15; considerándose aceptable y rentable económicamente.

Tasa interna de retorno (TIR) con financiamiento.

Según los cálculos realizados se puede identificar que es factible el proyecto; el valor de la TIR es 16% el cual es mayor que el costo de oportunidad (TRM) 10,52%.

CONCLUSIONES.

Para conocer la demanda insatisfecha de turistas se han utilizado instrumentos de investigación tal como la entrevista, la cual permite identificar gustos y preferencias de los mismos, permitiendo así la implementación de la agencia de turismo comunitario.

El tamaño, la localización, distribución de planta y recursos humanos requeridos en la agencia turística, se realizó por medio de la segmentación de mercado para poder ofrecer un servicio diferenciado y adaptado a cada uno de los clientes objetivo, permitiendo optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos.

Con el análisis de los resultados logrados en la presente investigación se puede concluir y tener una idea clara y precisa de cómo estructurar una agencia de turismo, promoviendo la caracterización y descripción de “**TÚ RUMBO 04**” se expondrán sus tácticas y estrategias a utilizar para de manera correcta llevar una buena administración organizacional.

El estudio económico financiero determina la factibilidad de crear una agencia de turismo comunitario; el VAN es igual \$ 1.695,15 y una tasa interna de retorno TIR = 16% mayor que el costo de oportunidad de 10,52%.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Benavides. (2013). “Desarrollo del turismo comunitario, en la comunidad de Monte verde, Universidad Politecnica Estatal de Carchi. Provincia del Carchi. Recuperado de: <https://docplayer.es/39597364-Desarrollo-del-turismo-comunitario-en-la-comunidad-de-monteverde-marco-vinicio-benavides-hernandez.html>
2. Empresa. (2017). ¿Qué es un estudio de mercado?. Recuperado de: https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html
3. Gomez, A. M. (2019). Estudio técnico. Facultad de Economía. UNAM. Obtenido de: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
4. Gómez, C. (2017). La investigación científica y las formas de titulación. Quito: Jurídica del Ecuador.
5. Morales, J. A. y Morales A. C. (2009). Proyectos de Inversión. Evaluación y Formulación. MC, Graw Hill. Recuperado de: https://www.academia.edu/10315052/Proyectos_de_Inversion_Arturo_Morales_Jose_Antonio
6. Nordhaus. (2006). Economía. España: McGrawHill.
7. Serrano, J. (4 de Noviembre de 2012). Estudio administrativo y legal. EMPRENSA. [Blog en línea]. recuperado de: <http://emprensar.blogspot.com/p/estudio-administrativo-y-legal.html>
8. UKESSAYS. (5 de Diciembre de 2016). El estudio de proyectos. Recuperado de: <https://www.ukessays.com/essays/foreign-language/el-estudio-de-proyectos.php>

BIBLIOGRAFÍA.

1. Posso, M. (2019). Proyectos, Tesis y Marco Lógico. Quito -Ecuador: Noción imprenta.

DATOS DE LOS AUTORES.

- 1. Danny Mauricio Sandoval Malquín.** Magister en Gestión Empresarial. Coordinación de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, sede Tulcán - Ecuador. E-mail: ut.dannysandoval@uniandes.edu.ec
- 2. Javier Mauricio Lucero Salcedo.** Magister en Gestión Empresarial. Docente de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, sede Tulcán - Ecuador. E-mail: ut.javierlucero@uniandes.edu.ec
- 3. Katy Marcela Fuelta Villota.** Estudiante de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, sede Tulcán - Ecuador. E-mail: Katymarcela105@gmail.com

RECIBIDO: 8 de noviembre del 2019.**APROBADO:** 19 de noviembre del 2019.