



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE CHALTURA,
CANTÓN ANTONIO ANTE.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN
CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A

AUTORES: MALLAMAS TAPIA MARCO ANDRÉS.
RUIZ ICHAU ROCÍO MARGOTH.

DIRECTOR: ECON. ESTUARDO AYALA

Ibarra, abril 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio busca comprobar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a prestar servicios turísticos como: Hospedaje, Restaurante, Piscina y Espacios Verdes, en la parroquia de Chaltura, Cantón Antonio Ante, de manera eficiente y eficaz. El proyecto se encuentra estructurado con un diagnóstico situacional, el cual es una radiografía de la parroquia, donde se determinó las condiciones de vida, las principales actividades económicas de la zona y la organización política de la misma. Se realizó un estudio de mercado mediante una investigación exhaustiva, en la que se indagó a la población urbana de la provincia de Imbabura, con el fin de determinar la oferta y demanda existente para sustentar la nueva empresa a implantarse, luego del sondeo se obtuvieron los siguiente resultados: Chaltura es reconocida por su excelente gastronomía y sus paisajes, para el turista es muy importante alojarse en lugares que reine la naturaleza y aire puro, y lo más importante es que sigue en crecimiento el sector turístico dentro de la parroquia, también se determinó la existencia de mano de obra calificada indispensable para emprender esta clase de negocios. La inversión es alta, pero se recupera en un período prudente, misma que se realizará a través de una institución financiera, con esto el proyecto asegura una buena rentabilidad y crecimiento constante, encaminado a innovar cada día para cubrir las diferentes demandas de un turista. Por lo cual se espera la continua visita de turistas nacionales y extranjeros, para lo cual se desea brindar el mejor servicio y ofrecer las instalaciones de primera calidad, con esto lograr satisfacer totalmente a los turistas. Por las razones expuestas anteriormente se puede afirmar que el presente proyecto es económica y técnicamente viable de ejecutarlo, con la cooperación mutua tanto de la comunidad, directivos de la empresa y organizaciones gubernamentales.

THEY SUMMARIZE EXECUTIVE

The actual study is guided to prove factibility in order to create a business to promote touristic services such as; luffafe, restaurant pools ad free spaces or country side in the town old Chaltura, Canton Antonio Ante. Being efficient and current. The project is structured with a situational structured, which as a reality of the parroquia Chaltura where is determined the conditions of life the main activities economical of the region and the political organization. It was made a marketing study through exhausted research, where we interviewed the urban population of the province. So we could determine the supply and demand to establish a new entrepreneur. After the study the following results were obtained: Chaltura is recognized for its countryside and gastronomy. For the tourist is important to accommodate in places where nature is available and the most important, is that tourism is still growing within the parroquia also was determined the existence of qualified labor necessary to start this type of business. The investment is high but it can be recovered in a short time. Which will be done trough a financial services, With this project it will be guaranteed the innovation to cover the different demands for the new tourist. For is expected to continue with new visitors either, national of foreigners, to whom it will be given the best possible service and to reach quality service to the tourist in general. For the reason given above is fair to say that the project is manageable and can be done with the cooperation of the community and business executives and government.

AUTORÍA

Yo, MARCO ANDRÉS MALLAMAS TAPIA, portador de la cédula de identificación N° 100284473-4 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferente fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Sr. Marco Andrés Mallamas T.

C.C. 100284473-4

Yo, ROCÍO MARGOTH RUIZ, portadora de la cédula de identificación N° 100251579-7 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferente fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Sra. Rocío Ruiz.

C.C. 100251579-7

CERTIFICACIÓN

En calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por los egresados: MARCO ANDRÉS MALLAMAS TAPIA Y ROCÍO MARGOTH RUIZ, para optar por el título de INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A, cuyo tema es: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURISTICO EN LA PARROQUIA DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 16 días, l mes Abril del 2012

ECON. ESTUARDO AYALA
C.C.



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

Yo, Rocío Margoth Ruíz Ichau con cédula de identidad Nro. 100251579-7 y Marco Andrés Mallamas Tapia, con cédula de identidad Nro. 100284473-4, manifestamos la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5, 6, en calidad de autores de la obra o trabajo de grado denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Rocío Margoth Ruíz Ichau
100251579-7

Marco Andrés Mallamas Tapia
100284473-4

Ibarra a los..... días del mes de..... de 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100251579-7	100284473-4
APELLIDOS Y NOMBRES:	Ruíz Ichau Rocío Margoth	Mallamas Tapia Marco Andrés
DIRECCIÓN:	Colón y 10 de Agosto (Quito)	Río Napo s/n y Dr. Pablo Rivera (Challtura)
EMAIL:	rosisruiz@hotmail.com	marcoandres_@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	062 904 256	--- --- ---
TELÉFONO MÓVIL:	095 484 148	090 930 000

DATOS DE LA OBRA		
TÍTULO:	Estudio de Factibilidad para la Creación de un Complejo Turístico en la Parroquia de Challtura, Cantón Antonio Ante.	
AUTORES:	Ruíz Ichau Rocío Margoth	Mallamas Tapia Marco Andrés
FECHA:	20/03/2012	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría	
ASESOR/DIRECTOR:	Econ. Estuardo Ayala	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Rocío Margoth Ruíz Ichau, con cédula de identidad Nro. 100251579-7 y Marco Andrés Mallamas Tapia, con cédula de identidad Nro.

100284473-4, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143

3. CONTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra, objeto de la presente autorización es original y que son titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.
Ibarra, a los.... días del mes de de 2012

LOS AUTORES:

Rocío Margoth Ruíz Ichau
100251579-7

Marco Andrés Mallamas Tapia
100284473-4

ACEPTACIÓN:

Ximena Vallejo
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por la resolución del Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado lo dedico a Dios, a la Virgen, mis padres, a mi familia y amigos, ya que ellos han sido quienes me dan la fuerza que necesito para salir adelante y cumplir mis sueños más anhelados. Pues a los mismos que dedicaré mis, triunfos y éxitos a lo largo de mi vida, confío no defraudarles.

Andrés

A Dios y la Virgen por darme la vida y guiarme por el camino correcto y darme la fuerza para seguir luchando y alcanzar mis metas e ideales.

A mi madre Fabiola, por ser quien con su cariño, amor y dedicación me enseñó los valores de honestidad, trabajo y humildad, con sus consejos y total apoyo supo darme el ejemplo de constancia y superación.

A mi esposo Marco por brindarme todo su amor, cariño y comprensión, para poder cumplir juntos nuestras metas. A mi preciosa hija quien es el motor de mi vida que me empuja a seguir superándome para ser su mejor ejemplo en un futuro próximo.

Rocío

AGRADECIMIENTOS

A Dios y la Virgen, por ser quienes jamás se olvidarían y siempre guiarán nuestro camino.

A la Universidad Técnica del Norte, especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, tanto autoridades y docentes, por su invaluable aporte académico, humano y ético.

Al Econ. Estuardo Ayala, por la ayuda e interés en la dirección del presente Trabajo de Grado.

Andrés y Rocío

PRESENTACIÓN

La presente investigación científica denominada Estudio de Factibilidad para la Creación de un Complejo Turístico en la Parroquia de Chaltura, Cantón Antonio Ante, ha sido desarrollada por la modalidad de proyecto.

El proyecto está estructurado de siete capítulos, mismos que tienen la información pertinente, siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

El primer capítulo corresponde al Diagnóstico Situacional, el cual contiene antecedentes históricos de la parroquia, ubicación, superficie, datos poblacionales y las principales actividades económicas. Datos que permitieron establecer el problema central.

El segundo capítulo, hace referencia a las Bases Teóricas y Científicas en sustento a una investigación bibliográfica, a través de conceptos y teorías referentes al proyecto, mercado, administración, contabilidad y evaluadores financieros.

El tercer capítulo denominado Estudio de Mercado, en el que se determinaron: las variables diagnósticas, muestra poblacional, demanda y oferta, precios, publicidad, competencia y el mercado en el que entrará en marcha el proyecto. Se realizó una investigación de campo con encuestas, mismas que demostraron las necesidades de los turistas al visitar centros turísticos.

El cuarto capítulo es el Estudio Técnico, comprende el tamaño del proyecto, la macro y micro localización, la ubicación de la empresa, diseño y distribución de las instalaciones, flujograma de procesos, maquinaria, equipos, mano de obra, etc. Se concluye con la valorización de la inversión y su financiamiento.

El quinto capítulo corresponde a la Evaluación Financiera y Económica, se encuentran registrados todos los ingresos y egresos, mano de obra, costos fijos, costos variables, balances que detallan la situación y proyección de los rubros del proyecto, con su respectivo análisis para determinar si el proyecto es o no viable.

El sexto capítulo plantea la Estructura Organizacional y Funcional de la empresa, en la cual se especifican aspectos como: la misión, visión, valores, principios, objetivos, organigrama estructural y manual de funciones.

El capítulo séptimo son los Impactos que generará el proyecto en el ámbito social, ambiental, económico y educativo.

Finalizados los capítulos mencionados, se da a conocer las conclusiones y reconocimientos a los cuales se ha llegado con la investigación.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

PORTADA	
RESUMEN EJECUTIVO	i
RESUMEN EJECUTIVO IDIOMA INGLÉS	ii
AUTORÍA	iii
CERTIFICACIÓN	iv
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vi
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
PRESENTACIÓN	x
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE CUADROS	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xix
INTRODUCCIÓN	20
JUSTIFICACIÓN	21
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	22

CAPÍTULO I

DÍAGNOSTICO SITUACIONAL

Antecedentes Históricos de la Parroquia San José de Chaltura.....	23
Ubicación, Superficie, Datos Poblacionales.....	24
Superficie.....	25
Estructura Política Administrativa.....	26
Estadística Poblacional.....	27
Actividades Económicas de la Parroquia.....	28
Análisis Social.....	29

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La Empresa.....	34
Estudio de Mercado.....	35
La Oferta.....	36
Promoción.....	37
Estudio Técnico.....	38
Capacidad de Diseño.....	39
Ingeniería del Proyecto.....	40

Estudio Financiero.....	41
Ingresos.....	42
Mano de Obra Directa.....	43
Estados Financieros.....	44
Estado de Resultados.....	45
Evaluadores Financieros.....	46
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	47
Recuperación de la Inversión.....	48
Estructura Organizacional.....	49
Organización Lineal.....	50
Misión.....	51
Orgánico Estructural.....	52

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Objetivos Diagnósticos.....	53
Variables Diagnósticas.....	54
Variable Publicidad.....	55
Matriz de Relación Diagnóstica.....	56
Tamaño del Universo a Investigar.....	58
Información Primaria.....	60
Tabulación y Análisis de la Información.....	61
Entrevista Administrador del Complejo Turístico “Valle Hermoso”.....	71
Observación Directa.....	73
Análisis y Proyección de la Demanda.....	74
Análisis y Proyección de la Oferta.....	76
Cobertura del Mercado.....	79
Proyección de la Oferta.....	80
Balance de la Demanda Vs Oferta	81
Demanda que va a Cubrir el Presente Proyecto.....	82
Publicidad.....	84
Conclusión del Estudio de Mercado.....	86

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE TÉCNICO

Tamaño del Proyecto.....	87
Distribución de la Capacidad Utilizada por Áreas de Servicio.....	88
Localización del Proyecto.....	90
Micro Localización.....	91

Vías de Comunicación.....	92
Ingeniería del proyecto.....	93
Distribución de las Áreas.....	94
Flujograma del Proceso del Complejo Turístico.....	96
Inversiones en Activos Fijos.....	96
Infraestructura Civil.....	97
Inversión en Maquinaria y Equipos de Oficina.....	98
Inversión Diferida.....	102
Capital de Trabajo.....	103
Determinación del Personal.....	104

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Inversión y su Financiamiento.....	105
Determinación de Egresos.....	107
Mano de Obra Directa.....	110
Gastos Generales de Fabricación.....	112
Presupuesto Costos de Producción del Complejo Turístico.....	113
Gastos de venta.....	114
Depreciación de Activos Fijos.....	116
Gastos Financieros.....	117
Tabla de Amortización de la Deuda.....	118
Estados Financieros Proforma.....	121
Estado de Situación Financiera.....	122
Estado de Resultados Proyectado.....	123
Flujo de Caja con Protección	124
Evaluación Financiera.....	125
Tasa de Redescuento o Rendimiento Medio.....	126
Cálculo del TIR.....	128
Período de Recuperación de la inversión.....	129
Costo- Beneficio.....	130
Punto de Equilibrio.....	131
Resumen de evaluadores financieros.....	133

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

Logotipo.....	134
Objetivos de la Empresa.....	135
Valores.....	136
Organización Estructural de la Empresa.....	137

Organigrama Estructural.....	138
Organización Interna de la Empresa.....	139
Nivel Operativo.....	140
Manual de Funciones.....	141
Área de Apoyo.....	145
Área Comercial.....	147
Área Operativa.....	148
Aspectos legales.....	152
Permiso Municipal.....	153
Permiso Sanitario.....	154

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

Operatividad del Análisis de Impactos.....	156
Impacto Educativo.....	157
Impacto Ambiental.....	158
Matriz General.....	159

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	161
-------------------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA.....	165
-------------------	-----

ANEXOS

ANEXO "A" (Formato encuestas).....	168
ANEXO "B" (Formato entrevista).....	170
ANEXO "C" (Plano arquitectónico).....	171
ANEXO "D" (Proformas).....	173

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	Título	Pág
N°		
1	Barrios de la parroquia de San José de Chaltura	26
2	Datos poblacionales por genero	27
3	Población por edades	27
4	Indicadores económicos de la población	28
5	Población urbana de Imbabura comprendida entre 16 y 65 años	58
6	Distribución encuestas por cada cantón de la provincia de Imbabura	60
7	Primera pregunta, encuesta a la población urbana de Imbabura	61
8	Literal a segunda pregunta, encuesta a la población de Imbabura	62
9	Literal b segunda pregunta, encuesta a la población de Imbabura	63
10	Literal c segunda pregunta, encuesta a la población de Imbabura	63
11	Tercera pregunta, encuesta a la población de Imbabura	64
12	Literal a cuarta pregunta, encuesta a la población de Imbabura	65
13	Literal b cuarta pregunta, encuesta a la población de Imbabura	65
14	Literal c cuarta pregunta, encuesta a la población de Imbabura	66
15	Quinta pregunta, encuesta a la población urbana de Imbabura	67
16	Sexta pregunta, encuesta a la población urbana de Imbabura	67
17	Séptima pregunta, encuesta a la población urbana de Imbabura	68
18	Octava pregunta, encuesta a la población urbana de Imbabura	68
19	Novena pregunta, encuesta a la población urbana de Imbabura	69
20	Décima pregunta, encuesta a la población urbana de Imbabura	70
21	Onceava pregunta, encuesta a la población urbana de Imbabura	70
22	Proyección de la población	75
23	Fechas con mayor afluencia de turistas al año	75
24	Proyección de la demanda	76
25	Establecimientos por categoría y ubicación año 2011	77
26	Crecimiento anual histórico de los paraderos y complejos turísticos	77
27	Proyección del crecimiento para paraderos y complejos turísticos	79
28	Capacidad de los complejos y paraderos turísticos	80
29	Cálculo de la oferta potencial para los paraderos y complejos	80
30	Cálculo de la demanda insatisfecha	81

31	Cálculo del porcentaje que cubrirá el proyecto	82
32	Precios proyectados de hospedaje	83
33	Precios proyectados de platos y bebidas	83
34	Precios proyectados del servicio de piscina	84
35	Detalle de los gastos de venta	85
36	Capacidad utilizada	88
37	Primer año (capacidad utilizada)	88
38	Personas atendidas en el área de hospedaje	89
39	Personas atendidas en el área de restaurante	89
40	Personas atendidas en el área de piscina	90
41	Requerimiento de terreno	97
42	Infraestructura civil	97
43	Adquisición de vehículo	97
44	Inversión maquinaria y equipo de oficina	98
45	Muebles y Enseres	100
46	Menaje para restaurante y habitaciones	101
47	Resumen de inversiones fijas	102
48	Gastos de constitución	102
49	Capital de trabajo	103
50	Inversión total	103
51	Financiamiento del proyecto	103
52	Determinación del personal	104
53	Servicios según la capacidad estimada a ser utilizada (8 años)	105
54	Proyección de ingresos por ventas	106
55	Materia prima	107
56	Comportamiento Histórico Mano de obra	110
57	Sueldo básico unificado mensual (mano de obra)	111
58	Proyección sueldo de obra mano de obra	112
59	Gastos generales	112
60	Costos de producción	113
61	Sueldo básico unificado mensual (administrativo)	113
62	Proyección sueldos personal administrativos	114
63	Presupuesto de gastos administrativos	114
64	Gastos de venta	115
65	Sueldo unificado mensual (ventas)	115

66	Proyección sueldo personal de ventas	115
67	Presupuesto gastos de venta	116
68	Depreciación activos fijos	117
69	Tabla de amortización	118
70	Estado de situación financiera	122
71	Estado de resultados	123
72	Proyección de precios(vehículos, menaje, equipos computación)	124
73	Porcentaje para la recuperación de venta de activos	124
74	Flujo de caja con protección	125
75	Costo de capital	126
76	Flujos netos actualizados	127
77	Tir	128
78	Recuperación de la inversión	129
79	Cálculo del costo beneficio	130
80	Costos Variables	131
81	Costos fijos	132
82	Costos totales	132
83	Punto de Equilibrio para cada año	133
84	Resumen de la evaluación	133
85	Niveles de impactos	156
86	Matriz del impacto social	157
87	Matriz del impacto educativo	157
88	Matriz del impacto ambiental	158
89	Matriz del impacto económico	159
90	Matriz de impactos generales	159

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico	Título	Pág
N°		
1	Mapa limítrofe parroquial	25
2	Mapa de la república del Ecuador	91
3	Mapa de la parroquia de San José de Chaltura	91
4	Logotipo	134
5	Organigrama	138

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

La palabra Chaltura de origen Quechua y significa “Plano Bajo”, como se muestra efectivamente dentro de la gran llanura que constituye el Cantón Antonio Ante, con una altitud aproximada de 2.340 metros sobre el nivel del mar y con un clima templado de 16° promedio de temperatura, que favorece a la producción que actualmente se destacan son: agrícola, frutícola, pecuaria, ganadera y actualmente agroindustrial y turística.

Su tierra, es prodigiosa, fértil, productiva, de grandes praderas y huertos, que además le dan el encanto de un paisaje envidiable, con un clima excepcional, que contribuye con la vitalidad y alegría de su gente, el patriotismo y el temple para surgir; la valentía de sus hombres y la belleza de sus mujeres; y sobre todo ha depositado en sus hijos la calidez y la hospitalidad.

Sus actividades económicas se han proliferado por la propia influencia de las ciudades vecinas e incluso de la Capital de la República, ya no es únicamente la agricultura la que prima, es ahora el campo artesanal, agroindustrial, industrial, comercial, artístico y en los últimos tiempos se encuentra en auge la actividad turística, que ha traído a personas de diferentes latitudes y estatus, ha contribuido en la difusión de sus cualidades, pues ahora en cualquier parte se oye hablar de Chaltura, elogiando la gastronomía inigualable que existe actualmente “los cuyes”.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto productivo tiene como razón principal, aplicar los conocimientos adquiridos en la Universidad Técnica del Norte y de la misma manera contribuir con la sociedad solucionando problemas económicos y sociales.

Es importante el proyecto productivo en la zona de Chaltura para reactivar la economía en la parroquia como del país y dar lugar a un crecimiento turístico importante, el complejo turístico estará implementado con los siguientes servicios: restaurante, piscina, sala de reuniones, canchas deportivas, hospedaje, áreas de esparcimiento y recreación y áreas de entretenimiento y relajación, ya que en la parroquia de Chaltura es necesario explotar todo el campo turístico, a lo largo de estos años se ha desarrollado de una manera positiva el turismo, con el tradicional plato típico de la zona “el cuy”, por tanto es importante satisfacer las necesidades que el turista necesita al visitar Chaltura.

Es el compromiso del complejo turístico: fomentar el turismo, crear fuentes de empleo directa o indirectamente, motivar el emprendimiento, mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona, disminuir el desempleo y analfabetismo.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en la parroquia de Chaltura, Cantón Antonio Ante.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio socio-económico de la parroquia de Chaltura.
- Definir las bases teóricas y científicas que sustenten la investigación.
- Realizar el estudio de mercado y así determinar la oferta, la demanda, precios y competencia del proyecto.
- Realizar el estudio técnico que establezca el tamaño, localización, infraestructura física, y la inversión del complejo turístico.
- Realizar un estudio financiero que determine la viabilidad o no de la creación del complejo turístico.
- Realizar la estructura organizacional de la empresa.
- Determinar la incidencia de los impactos: social, económico, ambiental, y educativo en la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes Históricos de la Parroquia San José de Chaltura

Según el boletín del Ilustre Municipio del Cantón Antonio Ante, 2010 manifiesta: San José de Chaltura, noble pueblo que se levanta airoso, forjando diariamente su grandeza, asentada sobre amplias praderas de tierra fértil, bañada por las brisas del Río Ambi, custodiada por el Cotacachi y el Taita Imbabura, y cobijada por un cielo generoso que ha impregnado en sus pobladores la suerte de criar hijos buenos; la mística del trabajo y de la actividad intelectual; el patriotismo y el temple para surgir; la valentía de sus hombres y la belleza de sus mujeres; y sobre todo ha depositado en sus hijos la calidez y la hospitalidad.

La palabra Chaltura es de origen Quechua y significa “Plano Bajo”, como se muestra efectivamente dentro de la gran llanura que constituye el Cantón Antonio Ante, con una altitud de 2.340 metros sobre el nivel del mar y con un clima templado de 16° promedio de temperatura, que favorece a la producción que actualmente se destacan son: agrícola, frutícola, pecuaria, ganadera y actualmente agroindustrial y turística.

Chaltura no es solo este pedazo de tierra circunscrito dentro de su territorio, tampoco es la suma de individuos que viven en la localidad; Chaltura, más bien es el conjunto armónico de tierra, gente, costumbres, tradiciones, actuaciones patrióticas y acontecimientos sucedidos a través del tiempo; como lo es también ese sinnúmero de compatriotas que como antenas del convivir parroquial están regados en las diferentes latitudes del país y del mundo y que unidos por los hilos invisibles de la

coterraneidad luchan por la grandeza de su pueblo natal. Y Chaltura finalmente son los muertos, ilustres compatriotas que pasaron a mejor vida dejando su huella indeleble y entregándonos la posta de un futuro de progreso a las generaciones venideras.

Su tierra, es prodigiosa, fértil, productiva, de grandes praderas y huertos, que además le dan el encanto de un paisaje envidiable, con un clima excepcional, que contribuye con la vitalidad y alegría de su gente, por la cual a Chaltura se han dado en llamarle acertadamente “El Pueblo de la Gente Feliz”.

Sus actividades económicas se han proliferado por la propia influencia de las ciudades vecinas e incluso de la Capital de la República, ya no es únicamente la agricultura la que prima, es ahora el campo artesanal, agroindustrial, industrial, comercial, artístico y en los últimos tiempos se encuentra en auge la actividad turística, que ha traído a personas de diferentes latitudes y estatus, ha contribuido en la difusión de sus cualidades, pues ahora en cualquier parte se oye hablar de Chaltura, elogiando la gastronomía inigualable que existe actualmente “los cuyes”.

1.2. Ubicación, Superficie, Datos Poblacionales

1.2.1. Ubicación

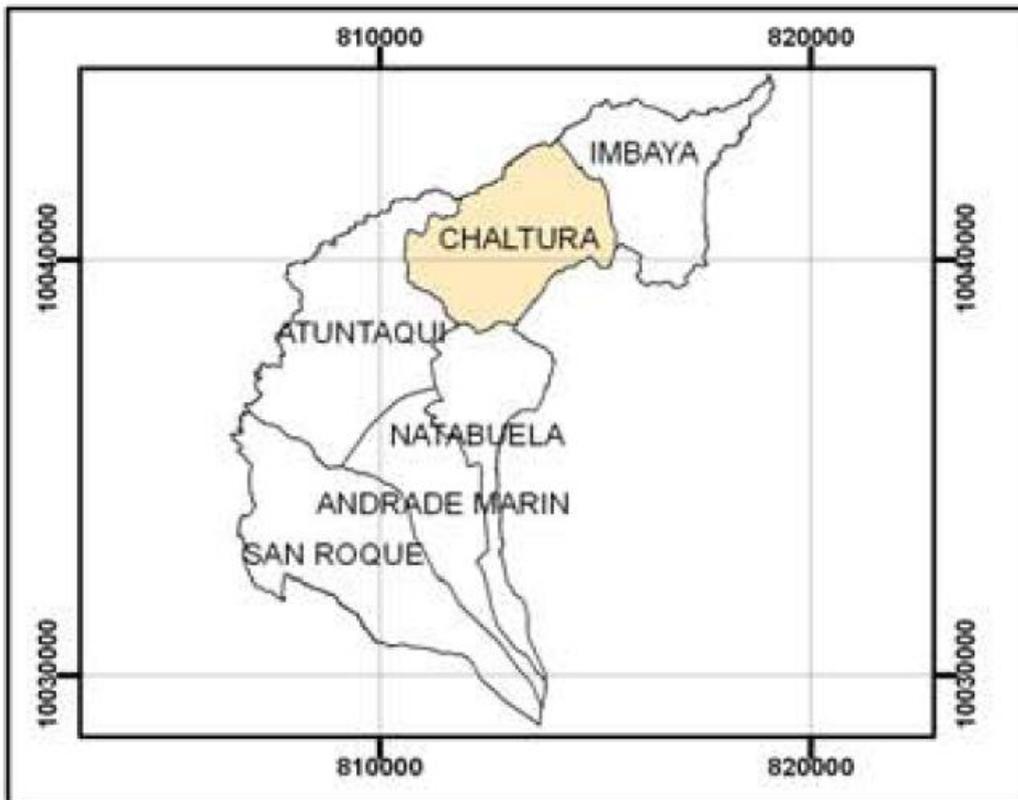
La Parroquia San José de Chaltura perteneciente al Cantón Antonio Ante, de la Provincia de Imbabura, está ubicada al Norte del Cantón, a 3 kilómetros y medio de la ciudad de Atuntaqui.

1.2.1.1 Límites

La Parroquia de San José de Chaltura se encuentra limitada de la siguiente manera:

Al **Norte** con la parroquia Imabaya; Por el **Sur** la cabecera cantonal Atuntaqui; por el **Este** una parte de la parroquia de Natabuela y por el **Nor Este** el caserío de bellavista; y por el **Oeste** el rio Ambi.

GRÁFICO N° 1
MAPA LIMÍTROFE PARROQUIAL



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial de las Parroquias Urbanas
Elaboración: Autores

1.2.2. Superficie

La superficie delimitada alcanza una área de 156,14 Ha.

1.2.3. Altura

De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 1920 m.s.n.m. y 2402 m.s.n.m.

1.2.4. Clima

La Parroquia de San José de Chaltura tiene un clima templado de 16° promedio de temperatura.

1.2.5. Coordenadas

Consta con las coordenadas geográficas: 0° 21' 19" de latitud norte y 78°11' 32" de longitud oeste.

1.2.6. Estructura Política Administrativa

CUADRO N° 1
BARRIOS DE LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA

PARROQUIA		BARRIOS
Rural	San José de Chaltura	El Carmen
		Central
		La Loma del Ramírez
		San Vicente
		Incario
		Comuna el Rosario
		La Merced de Cobuendo
		El Rosario

Fuente: Plan de desarrollo local, Parroquia San José de Chaltura

Elaboración: Autores

La parroquia San José de Chaltura consta de 8 barrios, está debidamente administrada por un Presidente de la Junta Parroquial, quien es el responsable de velar por el bienestar e intereses de los habitantes.

1.2.6.1. Estadística Poblacional

CUADRO N° 2
DATOS POBLACIONALES POR GÉNERO

INDICADOR	PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHALTURA
Población total	3740
Población masculina	1833
Población femenina	1907
Índice de masculinidad	49%
Índice de feminidad	51%
Tasa de crecimiento demográfico	1,63%

Fuente: VI Censo de Población 2011. INEC, Plan de Desarrollo Humano 2010-2015 Pág. 18

Elaboración: Autores.

CUADRO N° 3
POBLACIÓN POR EDADES

EDAD	POBLACIÓN DE LA PARROQUIA POR EDADES
Población - 0 a 5 años	935
Población - 6 a 11 años	1047
Población - 12 a 17 años	898
Población - 65 años y más	860
POBLACION TOTAL	3740

Fuente: VI Censo de Población 2011. INEC, Plan de Desarrollo Humano 2010-2015 Pág. 19

Elaboración: Equipo Consultor

La población de la parroquia está constituida por un número mayor de la mitad del género femenino, la población tiene un índice de crecimiento del 1,63% debido a que la población femenina incrementa los índices de natalidad.

CUADRO N° 4
INDICADORES ECONÓMICOS DE LA POBLACIÓN

INDICADOR	PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHALTURA
Población Económicamente activa	1383
Porcentaje en capacidad de trabajar	2730
Población PEA en porcentaje	37%

Fuente: VI Censo de Población 2011. INEC, Plan de Desarrollo Humano 2010-2015 Pág. 24

Elaboración: Autores

1.2.6.2. Actividades Económicas de la Parroquia

Los habitantes de la parroquia Chaltura se dedican en su mayoría a las siguientes actividades económicas: agricultura, turismo y artesanías.

a) Agricultura

En la parroquia de Chaltura por la variedad de micro climas se cultiva una diversidad de productos agrícolas de ciclo corto así tenemos cereales como: maíz, fréjol, arveja, hortalizas, y perennes los cuales tenemos, algodón, árboles frutales de preferencia el aguacate, limones, además tomate de árbol y riñón, chirimoyas, guayabas, manzanas, mandarinas, moras, pepinos, etc., en la parte de Santiago del Rey por ser más abrigado se cultiva la caña de azúcar.

La actividad agrícola por su variedad de cultivos, dinamiza la producción generando un flujo comercial agrícola importante para la población, los mismos que son comercializados en mercados internos de la provincia así como también a otros mercados del país.

b) Turístico

El Plan de Desarrollo Humano de la Parroquia de Chaltura (2005-2010), manifiesta que: “Pues se ha proliferado por la propia influencia de las ciudades vecinas e incluso por la capital de la república, ya no es únicamente la agricultura la que prima, es ahora el campo artesanal, agroindustrial, industrial, comercial, artístico y en los últimos tiempos se encuentra en auge la actividad turística y gastronómica, es así que semana a semana se dan cita cientos y cientos de visitantes a este majestuoso valle. Pues así ha atraído a personas de diferentes latitudes y estatus, ha contribuido en la difusión de sus cualidades, pues ahora en cualquier parte se oye hablar de Chaltura, pues gracias a ello se ha convertido en “La Capital Mundial del Cuy”

1.2.6.3. Análisis Social

a) Educación

En la Parroquia Chaltura se pudo establecer un establecimiento de nivel pre-escolar: Jardín de Infantes Juan José Flores.

El Jardín de Infantes Juan José Flores se halla ubicado en la calle Amazonas y Obispo Mosquera, lote intermedio, en la parte central del asentamiento.

Este equipamiento funciona en local prestado, el uso de las instalaciones es compartido y el tipo de administración es fiscal.

En el plantel se encuentran matriculados 77 alumnos de los cuales 27 son mujeres que representan el 35,06% de la población estudiantil, y 50 son hombres que corresponden al 64,94% de la población estudiantil.

El personal que labora en este establecimiento educativo está conformado por cinco profesores, los mismos que se encuentran en una relación de 15,2 alumnos por profesor.

En lo referente al equipamiento complementario posee un total de cinco excusados de los cuales tres son de mujeres y dos de hombres; además de tres lavatorios, uno de hombres y dos de mujeres y un urinario; carece de equipamiento exclusivo para el personal administrativo. En tanto que, en relación a las instalaciones deportivas, carece de las mismas; únicamente cuentan con un patio y áreas de juegos infantiles como espacios recreativos. Adicionalmente no cuenta con equipamiento didáctico de ningún tipo.

En la Parroquia Chaltura se ha podido establecer la existencia de un establecimiento de nivel primario la Escuela Fiscal Mixta Francisco J. Salazar.

La Escuela Fiscal Mixta Francisco J. Salazar, se halla ubicada en la calle Amazonas y Calle S/N, lote esquinero, en la parte central del asentamiento.

En el plantel de educación primaria de la Parroquia Chaltura, se encuentran matriculados 330 alumnos de los cuales 157 son mujeres que representan el 47,57% de la población estudiantil, y 173 son hombres que corresponden al 52,43% de la población estudiantil. Ver Cuadro N° 3.7.

El personal que labora en este local educativo está conformado por diecinueve profesores, los mismos que se encuentran en una relación de 17,3 alumnos por profesor.

El estado general de la construcción de la Escuela Fiscal Mixta Francisco J. Salazar es bueno, se encuentra servida con todas las redes de infraestructura.

En lo referente al equipamiento sanitario, este establecimiento poseen un total de diecisiete excusados de los cuales once son de hombres y seis de mujeres; además de dieciocho Plan de Ordenamiento Territorial de las Parroquias Urbanas Atuntaqui, Andrade Marín y Cabeceras Parroquiales Rurales Parroquia Chaltura Municipalidad de Antonio Ante 42 lavatorios nueva para hombres y nueve de mujeres, dos urinarios y carece de equipamiento exclusivo para el personal administrativo.

Refiriéndose a instalaciones deportivas, cuenta con una cancha de básquet, una multicancha y áreas verdes como espacios recreativos.

En cuanto al equipamiento didáctico de uso general cuenta con un equipo de amplificación, nueve computadoras, un televisor, un DVD, una grabadora y 45 libros en la biblioteca.

b) Salud

En la Parroquia Chaltura se pudo establecer un solo establecimiento que presta los servicios de salud, el cual es El Subcentro de Salud.

El Subcentro de Salud de Chaltura se halla ubicado en la calle Abdón Calderón y Obispo Mosquera, lote esquinero, en la parte central del asentamiento.

El Subcentro funciona bajo administración pública en local propio el mismo que comparte con el Centro Infantil de Chaltura.

Este equipamiento se emplaza sobre un terreno de 558,55 m², posee un área de construcción de 295,65 m², y está compuesta de tres bloques separados. En esta información no se incluye las aéreas ocupadas por el Centro Infantil.

El Subcentro de Salud presta los servicios de consulta externa para lo cual cuenta con tres consultorios en estado regular.

En lo referente al personal que labora, existe: un médico, que presta sus servicios en el área de medicina general a tiempo completo; un odontólogo, una enfermera y dos auxiliares a tiempo completo, y, un obstetra a tiempo parcial.

En general el estado del equipamiento se encuentra en estado regular, está compuesto de tres consultorios y una vivienda para el médico.

El Ministerio de Salud Pública, con la intención de responder adecuadamente a los requerimientos de salud de la población cuenta con unidades operativas clasificadas en tres niveles que responden al tipo de atención que brindan. Su ubicación esta en relación a la capacidad de cobertura de cada una de ellas. A continuación se muestra un extracto del cuadro de clasificación del ministerio correspondiente al nivel 1, al que pertenece el Subcentro de Salud de Chaltura.

Por la población que actualmente reside en la parroquia, misma que asciende a 2.143 habitantes y tomando en cuenta su jerarquía como cabecera parroquial; esta comunidad está siendo atendida por una unidad operativa adecuada, según los criterios del Ministerio de Salud Pública.

La comunidad cuenta con el servicio de consulta externa y atención ambulatoria, esto último implica brigadas que prestan servicios de salud

principalmente preventiva. Por lo que se concluye que no existe déficit de atención en el área de estudio.

c) Seguridad

En la parroquia Chaltura se ha identificado un establecimiento de protección civil: la Unidad de Policía Comunitaria de Chaltura. Esta situación evidencia un déficit importante, a tener en cuenta más adelante.

Este equipamiento se encuentra localizado en la calle Abdón Calderón y Obispo Mosquera, en la parte central del asentamiento.

Este equipamiento de Seguridad no cuenta con un local propio, ya que funciona en oficinas prestadas por la Junta Parroquial.

Se puede observar un déficit en cuanto a la superficie del terreno en el UPC de Chaltura, puesto que el mismo no cuenta con un terreno propio, considerándose necesario la reserva de suelo para este equipamiento.

El principal problema expuesto por los directivos hace referencia a la tenencia de este local ya que se encuentra funcionando en oficinas prestadas por la junta parroquial.

1.3. Conclusión del Diagnóstico Situacional

- De acuerdo a la investigación realizada en la parroquia de San José de Chaltura, se evidencia la falta de centros turísticos que presten el servicio de alojamiento y/o hospedaje, dando lugar a determinar un problema turístico, el cual es necesario e indispensables implementarlo para fortalecer el turismo en esta parroquia.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La Empresa

SARMIENTO Rubén, 2004. Pág. 1, dice: “Es la entidad u organización que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer las diversas necesidades de la sociedad.”

Para poder desarrollar su actividad la empresa necesita disponer de una tecnología que especifique que tipo de factores productivos precisa y como se combinan. Asimismo, debe adoptar una organización y forma jurídica que le permita realizar contratos, captar recursos financieros, si no dispone de ellos, y ejerce sus derechos sobre los bienes que produce.

Empresa es la unidad económica de producción, la cual tiene como objetivo primordial crear la utilidad de los bienes y servicios, es decir, hacer que los bienes produzcan y sirvan a los fines del hombre

2.2. La Empresa de Servicios Turísticos

www.monografias.com: “Las empresas turísticas son sociedades, u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar personales de servicios que satisfagan las necesidades del turista.”

El conjunto de empresas que conforman la Industria Turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en desplazamiento (turistas), es por esta razón que se hace necesario el estudio de cada una ellas. La importancia que tiene las empresas prestatarias de servicios turísticos se debe a la diversidad de funciones

que cumplen y a la interrelación entre ellas; ya que su operación debe ser en conjunto para responder a las necesidades del turista.

2.3. El Turismo

2.3.1. Definición de Turismo

GUIRRA, Manuel, 1991, Pág. 13 dice: “Introducción para el Turismo” dice: “Turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales”.

Se denomina turismo al conjunto de actividades que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en diferentes lugares a los de su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año. La actividad turística generalmente se realiza con fines de ocio, aunque también existe el turismo por negocios y otros motivos.

2.4. Estudio de Mercado

URBINA Gabriel, 2006. Pág. 14, manifiesta: “Se entiende por el área en que constituyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.”

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de los problemas de marketing, se utilizan una poderosa herramienta de auxilio como lo son los estudios de mercado, que contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema.

El estudio de mercado es pues, un apoyo para la dirección superior, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, mas bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible.

2.4.1. Oferta

www.promonegocios.net: “En un sentido general, la "oferta" es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.”

Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo." Complementando ésta definición, los autores consideran que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas.

2.4.2. Demanda

KOTLER Philip, 1998. Pág. 273, menciona: “La demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá un grupo de clientes definido, en una área geográfica definida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercadotecnia definido.”

En otros términos, la demanda es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

2.4.3. Producto

ARBOLEDA Germán, 1998. Pág. 49, dice: “En términos simples, el producto es el resultado natural del proceso productivo. Entre estos atributos están su tamaño, la forma de empaque, su marca, su logotipo, el eslogan, el tipo de envase, los requerimientos o normas sanitarias y calidad que deben cumplir, los colores del producto, la textura entre otros.”

Podemos definir que es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos.

2.4.4. Promoción

www.wikipedia.org/wiki/Promoción: “Las promociones son esfuerzos no personales que no están dirigidos a tener un impacto inmediato en las ventas. Están dirigidas a incrementar la demanda del consumidor, a estimular la demanda del mercado o a mejorar la disponibilidad del producto por un periodo limitado de tiempo.”

Uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información

2.4.5. Comercialización

URBINA Gabriel, 2006. Pág. 57, afirma: “La comercialización es la actividad que permite al producto hacer llegar un bien o servicios al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”

Se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final. El objetivo de la comercialización, en este sentido, es ofrecer el producto en el lugar y momento en que el consumidor desea adquirirlo.

2.4.6. Precio

DICCIONARIO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS, Pág. 202, dice: "Generalmente expresado en unidades monetarias, mediante la entrega del cual se adquiere un bien o servicio."

Según el autor el precio de un producto es el "importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto"

2.5. Estudio Técnico

MIRANDA José, 2005. Pág. 118, afirma: "El estudio técnico, se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles. De aquí se desprende la identificación de procesos y de equipo, de los insumos materiales, y la mano de obra necesarios durante la vida útil del proyecto."

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuánto costará todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

2.5.1. Tamaño del Proyecto

PADILLA Marcial, 2006. Pág. 211, manifiesta: "El tamaño del proyecto es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando."

Según el autor podemos decir que la capacidad se expresa en cantidad producida por una unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor, o número de unidades de producto elaboradas por ciclo de operación, puede plantearse por indicadores indirectos, como monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o de valor agregado.

2.5.1.1. Capacidad de Diseño

www.wiki.answers.com: “La capacidad de diseño es la tasa máxima de producción en condiciones ideales. la capacidad efectiva es generalmente inferior a la capacidad de diseño debido a las realidades del cambio de mix de productos, la necesidad de un mantenimiento periódico del equipo, almuerzo, coffee breaks, problemas en la programación y el equilibrio de las operaciones, y otras circunstancias similares.”

2.5.1.2. Capacidad Máxima

Es la capacidad de producir durante un período de tiempo determinado, con un límite máximo impuesto por la disponibilidad de espacio, maquinaria, mano de obra, materiales, o de capital. La capacidad puede ser expresada en unidades, pesos, medidas, pesos, horas-hombre, los costes laborales, etc.

La capacidad máxima es el volumen de producción que es posible alcanzar en condiciones singulares de operación, ya sea variando la calidad de los insumos o a expensas del desgaste de los equipos e instalaciones o de la calidad final del producto.

2.5.2. Localización del Proyecto

CHAÏN Nassir, 2007. Pág. 107, dice: “La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región o zona; y el de la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.”

Es importante analizar cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc.

La localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez plantada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio.

2.5.2.1. Macro Localización

Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto, tomando en cuenta disponibilidad de costos, mano de obra, etc.

2.5.2.2. Micro Localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto, siendo este el lugar exacto donde permita cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad a menor costo.

2.5.3. Ingeniería del Proyecto

JÂCOME Walter, 2005. Pág. 133 argumenta: “Esta fase del proyecto corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades.”

Uno de los resultados de este estudio será determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

Es necesario destacar que el estudio de Ingeniería del Proyecto, de la misma manera que las demás etapas que comprenden la elaboración de un proyecto, no se realiza de forma aislada al resto sino que necesitará constante intercambio de información e interacción con las otras etapas.

2.5.3.1. Proceso Productivo

Existen varios caminos que se pueden tomar para producir un producto, ya sea este un bien o un servicio. Pero la selección cuidadosa de cada uno de sus pasos y la secuencia de ellos nos ayudarán a lograr los

principales objetivos de producción, tomando en cuenta los costos calidad eficiencia y flexibilidad.

2.5.3.2. Diseño de Instalación y Distribución de Planta

El diseño de instalaciones, consiste en planificar la manera en que el recurso humano y tecnológico, así como la ubicación de los insumos y el producto terminado han de arreglarse. Este arreglo debe obedecer a las limitaciones de disponibilidad de terreno y del propio sistema productivo a fin de optimizar las operaciones de las empresas.

La mejor distribución es la que integra las actividades auxiliares, así como cualquier otro factor, de modo que resulte el compromiso mejor entre todas las partes.

2.5.3.3. Tecnología

Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio y satisfacen las necesidades de las personas.

2.5.3.4. Inversiones

La inversión consiste en colocar un capital para obtener una ganancia aplicando recursos financieros para la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa.

2.6. Estudio Financiero

www.econlink.com.ar: “La última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.”

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.”

2.6.1. Ingresos

SARMIENTO Rubén, 2004, Pág. 22, afirma: “Son todos los ingresos monetarios, los que van a estar en función de la actividad de la empresa y su estructura (en un ejercicio económico).”

El ingreso es la razón por lo que las empresas existen, y son a menudo un factor determinante de una acción de precio. Eso no significa necesariamente que baja o negativa las ganancias siempre indica una mala acción.

2.6.2. Egresos

ZAPATA Pedro, 2008. Pág. 312, argumenta: “Son desembolsos presentes, pasados o futuros realizados al adquirir bienes y servicios que, al ser usados, consumidos o utilizados, proporcionan beneficios o satisfacciones e impulsan directamente a la generación de una renta. Ciertos gastos son indispensables para el funcionamiento de la empresa, otros resultan necesarios e incluso algunos son prescindibles.”

Se conoce como egreso a todo aquello que egresa o sale de un lugar o espacio determinado. El término hace referencia específicamente al dinero que se utiliza en un negocio o acción monetaria para pagar determinados gastos y que por lo tanto no puede ser contado como ganancia.

2.6.2.1. Mano de Obra Directa

www.gestialba.com: “En contabilidad, mano de obra es la denominación de los salarios de los obreros, que elaboran los productos de una fábrica. También se aplica a los salarios de los obreros que ayudan a que el producto se pueda fabricar, por ejemplo, conductores de los medios de transportes internos, electricistas, encargados de la limpieza, etc”

Hay que reconocer que es el esfuerzo físico o mental empleados para la elaboración de un producto. Es decir que están directamente involucrados en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse a este con facilidad y que tiene gran costo en la elaboración.

2.6.2.2. Materia Prima Directa

HARGADON Bernard, 1985. Pág. 19, dice: “La materia prima directa constituye el primer elemento del costo de producción, estos son materiales que realmente entran en el producto que se está fabricando.”

Podríamos definir como materia prima a todos aquellos elementos físicos susceptibles de almacenamiento ó stock. Contablemente se ubicará dentro del rubro de bienes de cambio y su naturaleza podrá variar según el elemento a producir pero es el único elemento del costo de fabricación nítidamente variable.

2.6.2.3. Gastos generales de Fabricación

GÓMEZ Oscar, 1998. Pág. 119, manifiesta: “Están constituidos por todos los desembolsos necesarios para llevar a cabo la producción; por su naturaleza no son aplicables directamente al costo de un producto, como por ejemplo: material indirecto, mano de obra indirecta y gastos indirectos (energía, combustibles, seguro, renta, etc.)”

Todos los gastos generales, tales como la renta, depreciación, seguro, impuestos sobre la propiedad, servicios públicos etc, forman parte del costo de cada unidad producida.

2.6.2.4. Gastos Administrativos

CHILQUINGA Manuel, 2007. Pág., 10, argumenta: “Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.”

Los gastos de administración son los gastos necesarios que se asocian a la gestión, administrativo, y las funciones generales de una organización que no puede aplicarse directamente a alguna categoría de gasto relacionado con la operación.

2.6.2.5. Gastos de Ventas

www.eco-finanzas.com: “Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas. Como ejemplo se citan: fletes, sueldos y Comisiones de vendedores. Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la Venta, la promoción de ventas, los Gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los Gastos por este concepto.”

Es uno de los tipos de gastos de funcionamiento y es un costo del período que hay que tomar en cuenta necesariamente.

2.6.3. Estados Financieros

Es un registro formal de las actividades financieras de una empresa.

2.6.3.1. Estado de Situación Financiera

HARGADON Bernard, 1984. Pág. 16, manifiesta: “Representa la situación financiera, o dicho en otras palabras, la situación de los activos y pasivos de la empresa en una fecha determinada, además de esto muestra lo que llamamos patrimonio.”

El estado de situación financiera, también llamado balance general, es el medio que la contabilidad ha utilizado para mostrar el efecto acumulado

de las operaciones que se han efectuado en el pasado. Nos muestra, a una fecha determinada, cuáles son los activos con los que cuenta la empresa para las futuras operaciones, así como los derechos que existen sobre los mismos y que aparecen bajo el nombre de pasivos y capital contable.

2.6.3.2. Estado de Resultados

ROMERO Javier, 2006. Pag. 274, afirma: “La contabilidad financiera debe presentar información que permita a los propietarios conocer los montos de las utilidades o de las pérdidas obtenidas como resultado de sus operaciones realizadas durante un periodo contable. De ahí la necesidad de elaborar un nuevo estado financiero, el estado de resultados.”

El autor nos indica que el Estado de Resultados o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

Este estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

2.6.3.3. Estado de flujo de Efectivo

www.gestiopolis.com: “Este provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales.”

Todas las empresas, independientemente de la actividad a que se dediquen, necesitan de información financiera confiable, una de ellas es la

que proporciona el Estado de Flujos de Efectivo, el cual muestra las entradas y salidas de efectivo por actividades de operación, inversión y financiamiento, lo que servirá a la gerencia de las empresas para la toma de decisiones.

2.6.4. Evaluadores Financieros

2.6.4.1. Valor Actual Neto (VAN)

BACA Gabriel, 2001, Pág. 213, dice: “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”

Dicho en otras palabras es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual, es decir, actualizar mediante una tasa todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

$$VAN = \frac{FE 1}{(1+r)^1} + \frac{FE 2}{(1+r)^2} + \frac{FE 3}{(1+r)^3} + \frac{FE 4}{(1+r)^4} + \frac{FE 5}{(1+r)^5}$$

CRITERIOS DE DECISIÓN:

Si el VAN > 0, se acepta el proyecto.

Si el VAN < 0, se rechaza el proyecto.

Si el VAN es mayor que \$0, la empresa ganará un rendimiento mayor que su costo de capital, tal acción debe mejorar el valor del mercado de la empresa y por lo tanto los ingresos de los propietarios.

2.6.4.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

ARBOLEDA Germán. 1998, Pág. 349, afirma: “La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de interés que hace que el valor presente del proyecto sea igual a cero.”

La tasa interna de retorno es aquella que permite conocer la rentabilidad que genera la inversión al final de su periodo de recuperación.

Su cálculo se realiza sacando el VAN superior e inferior; es decir que debe dar una VAN positivo y un negativo, para luego comparar los datos obtenidos.

$$TIR = TRI + \left[(TRS - TRI) \left(\frac{VANI}{VANI - VANS} \right) \right]$$

2.6.4.3. Beneficio Costo (B/C)

HERNANDEZ Alejandro, 2008, Pág. 119, afirma: “consiste en dividir el valor actual entre el valor inicial. Si el resultado del cociente es mayor o igual a uno, el proyecto se considera viable y se acepta. Caso contrario se rechaza.”

Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el coste son exitosos, caso contrario fracasan.

Con el análisis de la relación costo – beneficio se otorgan valores menores, iguales o mayores; esto quiere decir lo siguiente:

$C/B > 1$ significa que los ingresos son mayores que los gastos; entonces el proyecto es aconsejable.

$C/B = 1$, significa que los ingresos son iguales a los gastos, entonces el proyectos es indiferente.

$C/B < 1$; esto quiere decir que los ingresos son menores que los gastos entonces el proyecto no es aconsejable.

$$\text{COSTO - BENEFICIO} = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Gastos actualizados}}$$

2.6.4.4. Recuperación de la Inversión

CORDOVA Marcia. 2006, Pág. 362, argumenta: “Se define como el número esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto.”

En el análisis de una inversión, es el período de recuperación, o años que se necesitan para que los flujos de caja de la inversión igualen el capital invertido.

2.6.4.5. Punto de Equilibrio

HERNANDEZ Abraham, 2008, Pag.127, manifiesta: “El punto de equilibrio consiste en predeterminedar un importe, en el cual, la empresa no sufra pérdidas ni obtenga utilidades, es decir, el punto en donde las ventas son iguales a los costos y a los gastos.”

Para este autor el punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero no gana dinero, pero tampoco pierde, logra cubrir sus costos, pero si aumenta las ventas logra ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá un beneficio caso contrario generará pérdidas.

El punto de equilibrio se calcula con base a la siguiente fórmula:

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

Dónde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

2.7. Estructura Organizacional

2.7.1. Tipos de Organización

2.7.1.1. Organización Formal

Es la organización basada en una división del trabajo racional, en la diferenciación e integración de los participantes de acuerdo con algún criterio establecido por aquellos que manejan el proceso decisorio. Es la organización planeada; la que está en el papel.

Es generalmente aprobada por la dirección y comunicada a todos a través de manuales de organización, de descripción de cargos, de organigramas, de reglas y procedimientos, etc.

2.7.1.2. Organización Informal

Es la organización que emerge espontánea y naturalmente entre las personas que ocupan posiciones en la organización formal y a partir de las relaciones que establecen entre sí como ocupantes de cargos.

Se forma a partir de las relaciones de amistad o de antagonismo o del surgimiento de grupos informales que no aparecen en el organigrama, o en cualquier otro documento formal.

2.7.1.3. Organización Lineal

Constituye la forma estructural más simple y antigua, pues tiene su origen en la organización de los antiguos ejércitos y en la organización eclesiástica de los tiempos medievales. El nombre organización lineal significa que existen líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad entre superior y subordinados. De ahí su formato piramidal. Cada gerente recibe y transmite todo lo que pasa en su área de competencia, pues las líneas de comunicación son estrictamente establecidas. Es una forma de organización típica de pequeñas empresas o de etapas iniciales de las organizaciones.

2.7.1.4. Organización Funcional

Es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones. Muchas organizaciones de la antigüedad utilizaban el principio funcional para la diferenciación de actividades o funciones. El principio funcional separa, distingue y especializa: Es el germen del Staff.

2.7.1.5. Organización Tipo Lineal-Staff

En la organización línea-staff, existen características del tipo lineal y del tipo funcional, reunidas para proporcionar un tipo organizacional más complejo y completo. En la organización línea-staff coexisten órganos de línea órganos de ejecución y de asesoría órganos de apoyo y de consultoría manteniendo relaciones entre sí. Los órganos de línea se caracterizan por la autoridad lineal y por el principio escalar, mientras los órganos de staff prestan asesoría y servicios especializados

Este tipo de organización línea-staff es el resultado de la combinación de los tipos de organización lineal y funcional, buscando incrementar las ventajas de esos dos tipos de organización y reducir sus desventajas.

2.7.2. Misión

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque en en donde consta la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas

Complementando ésta definición, citamos un concepto de los autores Thompson y Strickland que dice: "Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir"

2.7.3. Visión

Según ARTHUR Thompson y A. J. Strickland: "El simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo. Hay un imperativo administrativo todavía mayor, el de considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar".

En síntesis, la visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc.

2.7.4. Orgánico Estructural

REYES Agustín, 1993, Pág. 222, dice: “Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes o integrantes; es decir, sus unidades administrativas, departamentos, secciones y la relación de dependencia que existe entre ellas.”

Según el autor un diagrama estructural es aquel que está representado jerárquicamente ósea por el cargo que ocupan la compañía.

2.7.5. Orgánico Funcional

CHIAVENATO Idalberto, 2006, Pág. 156, argumenta: “La organización funcional es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones. El principio funcional separa, distingue y especializa: es la semilla del staff.”

Este orgánico funcional está determinado según las funciones que realizan cada uno por diagramas de bloques, etc.

2.7.6. Impactos del Proyecto

Es el resultado de los efectos de un proyecto. En ese sentido, expresa el grado de cumplimiento de los objetivos respecto a la población meta del proyecto.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es parte fundamental del proyecto de factibilidad elaborado en la provincia de Imbabura, el cual permite determinar las siguientes variables, como son: mercado, comercialización, servicio, estructura organizacional y proceso contable financiero.

3.1. Objetivos Diagnósticos.

3.1.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad de la creación de un complejo turístico en la parroquia de San José de Chaltura, Cantón Antonio Ante.

3.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar la oferta actual del turismo en la Parroquia de San José de Chaltura.
- Establecer la demanda insatisfecha que existe en la parroquia, para conocer la viabilidad del proyecto.
- Analizar las actividades productivas de los paraderos turísticos de la zona.
- Conocer el precio de los servicios que se va a brindar.
- Analizar los mecanismos y procesos de los servicios del complejo turístico en el mercado.
- Establecer el tipo de publicidad que el complejo turístico va a necesitar para obtener popularidad en la provincia.

3.2. Variables Diagnósticas

- Oferta y demanda
- Producción
- Precio
- Comercialización
- Publicidad

3.3. Indicadores de las Variables

3.3.1. Variables Oferta y Demanda

- Oferta real
- Demanda real
- Producto
- Precio
- Plaza

3.3.2. Variables Producción

- Materia prima e insumos
- Tipo de servicios

3.3.3. Variable Precio

- Precio de venta
- Mecanismos para determinar precios
- Contacto con el consumidor final

3.3.4. Variable Comercialización

- Presentación del producto

- Calidad y servicio al cliente
- Imagen

3.3.5. Variable Publicidad

- Certificación sanitaria y ambiental
- Promoción
- Medios de publicidad

3.4. Matriz Relación de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	PÚBLICO INTERVINIENTE
1. Determinar la oferta actual del turismo en la Parroquia de San José de Chaltura.	OFERTA	Precio Plaza Producto Competencia Calidad y variedad del servicio	Entrevista Observación directa Encuesta Observación, Encuesta Encuesta	Productores Investigador Productores Productores Productores
2. Establecer la demanda insatisfecha que existe en la parroquia, para conocer la viabilidad del proyecto.	DEMANDA	Precio Plaza Producto Competencia Calidad y variedad del servicio	Entrevista Observación directa Encuesta Observación, Encuesta Encuesta	Consumidores Investigador Consumidores Consumidores Consumidores
3. Analizar las actividades productivas de los paraderos turísticos de la zona.	PRODUCCIÓN	Materia prima Insumos Volumen de producción Tipo de servicios Infraestructura	Entrevista Entrevista Entrevista Encuesta Observación Directa	Paraderos turísticos Paraderos turísticos Paraderos turísticos Paraderos turísticos Paraderos turísticos

<p>4. Conocer el precio de los Servicios que se va a brindar.</p>	<p>PRECIO</p>	<p>Precio de venta Determinación de precios Relación con el consumidor final</p>	<p>Encuesta Entrevista Observación</p>	<p>Paraderos turísticos Paraderos turísticos Investigador</p>
<p>5. Analizar los Mecanismos y procesos de los servicios del complejo turístico en el mercado.</p>	<p>COMERCIALIZACIÓN</p>	<p>Canales de distribución Presentación del producto Servicio al cliente Dirección del producto</p>	<p>Encuesta Encuesta Encuesta Entrevista</p>	<p>Paraderos turísticos Paraderos turísticos Consumidores Paraderos turísticos</p>
<p>6. Establecer el tipo de publicidad que el complejo turístico va a necesitar para obtener popularidad en la provincia.</p>	<p>PUBLICIDAD</p>	<p>Satisfacción de la demanda Certificación sanitaria y ambiental Promoción Medios de publicidad</p>	<p>Encuesta Encuesta Encuesta observación</p>	<p>Paraderos turísticos Ministerio de salud Consumidores Medio</p>

Fuente: Oferentes, entrevistas y biblioteca

Elaboración: Autores

3.5. Tamaño del Universo a Investigar

Para el tamaño de la muestra se ha tomado en cuenta a la población de entre 16 y 65 años, según el registro electoral actualizado al 7 de mayo del 2011 de la provincia de Imbabura, sectores Urbanos de los Cantones.

CUADRO Nº 5
POBLACIÓN URBANA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA
COMPRENDIDA ENTRE 16 Y 65 AÑOS

DATOS	VALOR
Cantón Ibarra	110222
Cantón Otavalo	43423
Cantón Cotacachi	13323
Cantón Antonio Ante	18070
Cantón Pimampiro	9361
Cantón Urcuqui	4823
Población Urbana de la Provincia de Imbabura	199222

Fuente: Consejo Nacional Electoral

Elaboración: Autores

3.5.1. Cálculo de la Muestra para el Estudio de Mercado

Considerando que la investigación de mercado busca determinar la aceptación o no del producto o servicio a ofertar, es necesario segmentar al número de personas del sector urbano de la provincia de Imbabura, para tomar una muestra de carácter aleatorio y aplicar la siguiente fórmula:

Fórmula:

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

Las variables que intervienen en esta fórmula son:

N = Tamaño de la Población	199222,00
Z = Nivel de Confianza	1,96
δ = Probabilidad de que Ocurra o no el Evento	0,25
E = Error Muestral (Limite de Error Aceptable)	0,08
n = Tamaño Muestral	?

Designando valores a la fórmula se obtiene como resultado el tamaño de la muestra, es decir el número de encuestas que se aplicarán en cada cantón de la provincia de Imbabura.

Aplicación de la Fórmula:

$$n = \frac{199222 \cdot (.96)^2 \cdot 0.25}{(.08)^2 \cdot (199222 - 1) + (.96)^2 \cdot (.25)^2}$$

$$n = 598.$$

Según el cálculo realizado se aplicarán 598 encuestas al sector urbano de la provincia de Imbabura, la muestra con un error del 8% da un resultado

apto para el trabajo muestral, con un 96% de confiabilidad, las encuestas se aplicarán de acuerdo con el porcentaje de cada cantón como se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 6
DISTRIBUCIÓN DE LA CANTIDAD DE ENCUESTAS POR CADA
CANTÓN DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

CANTÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE	N^a ENCUESTAS
Cantón Ibarra	110222	55,3	332
Cantón Otavalo	43423	21,8	130
Cantón Cotacachi	13323	6,7	40
Cantón Antonio Ante	18070	9,1	54
Cantón Pimampiro	9361	4,7	28
Cantón Urcuqui	4823	2,4	14
TOTAL	199222	100%	598

Fuente: Consejo Nacional Electoral

Elaboración: Autores

3.5.2. Información Primaria

3.5.2.1. Encuestas

a) Las encuestas se realizaron a la población urbana de Imbabura comprendida entre 16 y 65 años.

3.5.2.2. Entrevistas

b) Se aplicaron a propietarios y administradores de los paraderos turísticos existentes en la Parroquia San José de Chaltura.

3.5.2.3. Observación

c) Se aplicó la observación directa a los actuales paraderos turísticos de la Parroquia San José de Chaltura.

3.5.3. Información Secundaria

La información secundaria que se ha utilizado es la siguiente:

- Revistas
- Bibliografía Especializada
- Recortes de Prensa
- Internet

3.5.4. Tabulación y Análisis de la Información

3.5.4.1. Encuestas Aplicadas a la Población de Imbabura (Anexo “A”)

1. ¿Cada qué tiempo ud. visita un complejo turístico?

CUADRO N° 7

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
FRECUENCIA														
SEMANALMENTE	23		9		2		4		2		1		41	7
CADA 15 DÍAS	38		15		3		6		3		1		66	11
CADA MES	70		28		18		12		6		5		139	23
CADA 3 MESES	106		41		9		17		9		4		186	31
CADA 6 MESES	95		37		8		15		8		3		166	28
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ **Análisis:**

Se puede determinar que de las 598 personas encuestadas en los distintos cantones de la provincia de Imbabura, mayoritariamente el (59%), afirman que las visitas a un complejo turístico lo hacen en períodos comprendidos entre 3 y 6 meses, y cantidad menor afirma que las visitas las realizan en períodos comprendidos entre: 15 días, un mes y semanalmente.

2. ¿Qué precio Ud. paga por estos servicios:

- a. **Comida**
- b. **Piscina**
- c. **Hospedaje**

a) Comida

CUADRO N° 8

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
FRECUENCIA														
2 a 5 Dòlares	79		33		18		14		6		5		155	26
6 a 8 Dòlares	48		18		4		8		4		2		84	14
9 a 12 Dòlares	205		79		18		32		18		7		359	60
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ **Análisis**

De acuerdo a la información se determina que un mayor porcentaje de personas gastan en comida entre 9 y 12 dólares, una tercera parte promedio gastan entre 2 y 8 dólares, se puede inferir que, un turista tiene un gasto considerable en alimentación en un complejo turístico.

b) Piscina

CUADRO N° 9

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
2 a 4 Dòlares	115		45		10		18		10		4		202	34
5 a 7 Dòlares	152		60		24		26		12		8		282	47
8 a 10 Dòlares	65		25		6		10		6		2		114	19
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ Análisis

De la población encuestada una gran mayoría (81%), paga un valor entre 2 y 7 dólares, en un menor porcentaje pagan de 8 a 10 dólares, esto se debe al precio promedio del servicio de piscina en la provincia, que está entre los 4 y 7 dólares, con todos los servicios que un visitante desea.

c) Hospedaje

CUADRO N° 10

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
15 a 20	127		52		22		21		10		7		239	40
21 a 25	85		33		8		14		8		3		151	25
26 a 30	48		18		4		8		4		2		84	14
31 a 35	58		22		5		9		5		2		101	17
Más de 36	14		5		1		2		1		0		23	4
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ Análisis

De acuerdo a la información un porcentaje mayor pagan de 15 usd. a 20 usd. por ser el valor más popular en los complejos turísticos existentes en la provincia, en un menor porcentaje, están las personas que pagan entre 21 usd. a 25 usd. por persona, y un porcentaje más reducido están

aquellas que destinan de 26 usd. a 35 usd. por noche en un complejo turístico con todos los servicios.

3. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar en el nuevo complejo turístico por estos servicios:?

Comida:

¿Usted que plato prefiere?

- a) Cuy
- b) Bandeja Fritada
- c) Parrillada

CUADRO Nº 11

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Cuy	186		73		27		31		15		9		340	57
Bandeja de fritada	95		37		8		15		8		3		168	28
Parrillada	51		20		5		8		5		2		90	15
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ **Análisis**

La mayor parte de la población encuestada desea visitar Chaltura por su gastronomía, el resultado determina que más del 50% prefiere el tradicional plato típico de la zona, el cuy, por ser una parroquia cerca de la ciudad de Atuntaqui hay un menor porcentaje de visitantes que tienen como preferencia la Fritada, mientras en un menor porcentaje están los visitantes que prefieren la parrillada, por lo tanto la especialidad del complejo turístico será el cuy.

4. ¿Usted cuánto estaría dispuesto a pagar por?:

- a) Cuy
- b) Bandeja Fritada
- c) Parrillada

a) Cuy

CUADRO N° 12

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
8 Dòlares	138		54		23		23		11		7		256	43
10 Dòlares	167		65		15		26		15		6		294	49
12 Dòlares	27		11		2		4		2		1		48	8
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ Análisis

La mayoría de encuestados en un porcentaje del 92% afirman que pagaría un valor comprendido entre 8 y 10 dólares, ya que en algún momento han visitado Chaltura y por lo tanto tienen una idea del valor del plato típico, y en una minoría pagarían un valor de 12 dólares.

b) Bandeja de Fritada

CUADRO N° 13

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
6 Dòlares	115		46		20		19		8		6		214	36
8 Dòlares	143		55		13		23		13		5		252	42
10 Dòlares	75		29		7		12		7		3		132	22
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ **Análisis**

Los consumidores prefieren pagar en su mayoría 8 usd. Por la tradicional bandeja individual de fritada, un precio promedio que actualmente se está manejando en el cantón Antonio Ante, en un porcentaje menor pagarían 6 usd, mientras que en un 22% estarían dispuestos a pagar 10 usd, estos precios son competitivos y racionales con su comercialización actual.

c) Parrillada

CUADRO N° 14

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
7 Dòlares	206		82		29		34		17		9		376	63
9 Dòlares	78		30		7		12		7		3		138	23
11 Dòlares	48		18		4		8		4		2		84	14
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ **Análisis**

De las encuestas realizadas, mayoritariamente están de acuerdo en pagar 7 usd. La parrillada es fácil encontrar en distintos lugares, lo cual permite a los consumidores tener variados precios, sin embargo una menor cantidad pagarían un valor entre 9 usd a 12 usd.

Piscina:

5. ¿Usted como prefiere el agua de una piscina en un complejo turístico: ?

- a) Caliente
- b) Temperada
- c) Fría

CUADRO N° 15

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Caliente	87		35		18		15		6		6		167	28
Temperada	235		91		21		37		21		8		413	69
Fria	10		4		1		2		1		0		18	3
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ **Análisis**

En una gran mayoría (69%) prefieren el agua temperada, en una menor cantidad prefieren disfrutar de una piscina con agua caliente, y en un mínimo porcentaje de agua fría, por lo cual se tomará énfasis en el agua temperada, para satisfacer a los clientes.

6. ¿Usted qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de piscina en el nuevo complejo turístico?

CUADRO N° 16

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
3 a 4 Dòlares	202		80		28		33		16		9		370	62
5 a 6 Dòlares	89		34		8		14		8		3		156	26
7 a 8 Dòlares	41		16		4		6		4		1		72	12
TOTAL	332		130		40		54		28		12		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ **Análisis**

De acuerdo a las encuestas aplicadas, una mayoría prefieren pagar entre 3 usd. y 4 usd, un precio que se maneja actualmente en los complejos turísticos de la provincia de Imbabura, mientras un 38% están dispuestos a pagar entre 5 usd. y 8 usd.

7. ¿En qué medio informativo prefiere usted publicidad?

CUADRO N° 17

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Prensa	30		12		3		5		3		1		53	9
Radio	68		26		6		11		6		2		120	20
Televisión	234		92		31		38		19		11		425	71
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ **Análisis**

Definitivamente un porcentaje mayor prefiere el medio visual, por su mayor atracción al poder visualizar: las instalaciones, áreas verdes, restaurante, piscina etc. Y en una menor cantidad de encuestados prefieren la publicidad por prensa y radio

8.- ¿Le gustaría visitar o alojarse: días ordinarios, fines de semana o feriados en un complejo turístico en la Parroquia de San José de Chaltura, el cual le brinde los servicios que usted necesita para disfrutar a plenitud su estancia?

CUADRO N° 18

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Totalmente de acuerdo	200		79		28		33		16		9		364	62
De acuerdo	78		30		7		12		7		3		138	22
Parcialmente de acuerdo	51		20		5		8		5		2		90	15
Nada de acuerdo	3		1		0		1		0		0		6	1
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ **Análisis**

Con los resultados obtenidos en la presente encuesta, hay una gran mayoría que estarían totalmente dispuestos a hospedarse en el complejo turístico, lo cual a simple interpretación es necesario tener este servicio para el turista, y en menor proporción no están totalmente de acuerdo.

9.- ¿Cada que tiempo estaría dispuesto alojarse en este complejo turístico Ud. y su familia?

CUADRO N° 19

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Semanalmente	16		7		2		3		2		1		29	5
Mensualmente	113		44		10		18		10		4		198	33
Trimestralmente	85		33		8		14		8		3		150	25
Feridos	118		46		28		20		8		6		222	37
TOTAL	332		132		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ **Análisis**

En un porcentaje similar al 30%, se determina que los turistas prefieren visitar estos lugares turísticos, en períodos comprendidos entre: feriados, trimestralmente y mensualmente. En un menor porcentaje están quienes desearían visitar semanalmente, la mayoría de estos son personas cercanas a la parroquia.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona el servicio de hospedaje en este complejo turístico, ubicado en la Parroquia de Chaltura Cantón Antonio Ante?

CUADRO N° 20

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
15 a 20 Dòlares	209		82		28		35		16		10		382	64
21 a 25 Dòlares	75		29		7		12		7		3		132	22
26 a 30 Dòlares	31		12		3		5		3		1		54	9
31 a 35 Dòlares	10		4		1		2		1		0		18	3
Màs de 36	7		3		1		1		1		0		12	2
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ **Análisis**

La mayoría pagaría por hospedarse un valor entre 15 usd. y 20 usd, un valor estándar que se maneja en la provincia de Imbabura, este valor se ofrece en: hoteles, hosterías y complejos turísticos. En un menor porcentaje estarían dispuestos a pagar entre 21usd. y 25 usd. Y un mínimo porcentaje pagarían entre 26 usd. y 30 usd.

11.- ¿De los servicios que ofrecería el complejo turístico a cual se inclinaría usted

CUADRO N° 21

CANTONES	IBARRA		OTAVALO		COTACACHI		ANTONIO ANTE		PIMAMPIRO		URCUQUI		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Hospedaje	117		49		27		24		16		11		244	41
Restaurant	143		53		7		19		6		0		228	38
Piscina	72		28		6		11		6		3		126	21
TOTAL	332		130		40		54		28		14		598	100

Fuente: Población urbana de Imbabura.

Elaboración: Autores.

➤ Análisis

La mayor población encuestada, afirman que su tendencia al visitar este complejo turístico sería por hospedarse, y degustar de su gastronomía. En menor proporción visitarían el complejo turístico por la piscina y en mínimos porcentajes lo harían por las áreas de entretenimiento, relajación, áreas verdes y recreación.

3.5.4.2. Entrevista Sra. Ximena Cevallos Administradora del Complejo Turístico “Valle Hermoso”

La entrevista aplicada confirma los resultados de las encuestas, se realizan las siguientes preguntas:

1. ¿Qué opinión tiene al respecto de crear un complejo turístico en la Parroquia de Chaltura el cual brinde los siguientes servicios: Hospedaje, Restaurante, Sala de reuniones, Piscina, Aéreas infantiles, aéreas de esparcimiento, entretenimiento y relajación?

Señala: “Es una muy buena idea, siempre los turistas preguntan si hay habitaciones, y por no tener es una limitación para ganar más dinero. Debería implementarse ya que la demanda en los últimos 5 años crece constantemente y a gran escala, cuando son feriados la gente se regresa porque todo está lleno. Entre más variedad haya en la parroquia de Chaltura es mejor para el consumidor, estoy de acuerdo ya que como mencione anteriormente, la demanda nos indica que hace falta un centro que preste el servicio de alojamiento.”

2. ¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas?

Manifiesta: “Los días de mayor concurrencias son los fines de semana y feriados, los fines de semana (sábado y domingo) las instalaciones se

llenan completamente, es decir, son 8 días al mes que las instalaciones permanecen a su máxima capacidad. Cabe destacar que cuando son feriados particularmente se alquila más mesas y sillas para cubrir la demanda.”

3. ¿Cómo determinó el costo del palto típico del cuy?

Afirma: “Lo hago solo una vez al año de la siguiente manera: cuento las papas del quintal, procedo a dividir del total de papas para el valor del quintal. Así utilizo el procedimiento para la ensalada, el condimento y el aceite. Dando como resultado un valor apegado a la realidad. Y cada año se suben los precios de acuerdo a la inflación del país.”

4. ¿Cuáles son los horarios de atención que maneja?

Dice: “Los horarios de atención son de 11h00am a 05h00pm, no se cierra ningún día de la semana, se opta por rotar al personal, y así cumplir con el objetivo que es brindar todos los días la atención. Cuando se hace contratos de eventos la atención es hasta las 2 de la madrugada.”

5. ¿Cuál sería su recomendación para manejar un complejo turístico referente a: Cajas, Cocina, Mano de Obra e Insumos?

La Sra. Ximena supo manifestar que: “El manejo de un complejo turístico se lo tiene que hacer técnicamente, ordenadamente y diariamente. Con lo que respecta al manejo del personal están designadas las funciones a cada persona, la cual es responsable de su área. En lo referente a cajas, se deposita diariamente las ventas recaudadas, se lleva un inventario diario con respecto a insumos y materia prima ya que se va agotando diariamente. La mano de obra es lo más importante para el funcionamiento del paradero turístico, ya que preparan los platos a la carta y especialidades de la casa, previamente al reclutamiento de

personal se realizan capacitaciones, ya que la preparación del cuy no es tan sencillo.”

3.6. Observación Directa

Mediante la observación directa se pudo analizar, que la publicidad de la parroquia de Chaltura se maneja sola, es decir, cada visitante da su opinión positiva y su experiencia al degustar el famoso plato típico “el cuy”, sin embargo, hay turistas que manifiestan se debería implementar más sitios turísticos, ya que los fines de semana los paraderos turísticos que existen están completamente llenos, es cuando se dificulta el servicio. Se pudo observar que hay turistas los cuales preguntan lugares para hospedarse, esta es una falencia que existe, no hay un lugar donde alojarse en la parroquia de San José de Chaltura.

3.7. Identificación y Características del Servicio

Chaltura en los últimos 5 años ha tenido un crecimiento considerable en el aspecto turístico; con la construcción de pequeños paraderos turísticos, se fomentó la visita de turistas nacionales y extranjeros. Con esto surge el turismo dando lugar a los habitantes de la parroquia a innovar productos y servicios, de una manera positiva para la producción y la economía de la zona.

Los servicios que el complejo turístico va a brindar son los siguientes: Hospedaje, Restaurant, Piscina, Áreas de entretenimiento, relajación, y Áreas de esparcimiento y recreación.

- Hospedaje: en el complejo turístico existirán cómodas y acogedoras habitaciones las cuales cuentan con: baño privado, camas, televisión, closet, lo cual hará que el turista se sienta a gusto. Existirán en total 22 habitaciones: 5 destinadas a grupos hasta de 4 persona, 5 individuales y 12 habitaciones dobles.

- Restaurante: el servicio que va a prestar el complejo turístico con respecto a gastronomía principalmente son los cuyes, el cuy será frito acompañado con papas cocinadas, ensalada y una salsa especial. También se va a preparar: Caldo de gallina, Yahuarlocro, Pollo al horno, Parrilladas, Fritada y como es común en un restaurant estarán las bebidas para acompañar los platos típicos a ofrecer, contará con 37 mesas, capacidad para 160 personas.
- Piscina: en el complejo turístico existirán 2 piscinas una para adultos y otra para niños, con los servicios de hidromasaje, sauna, turco, y vestidores individuales.
- Áreas de entretenimiento y relajación: en estas áreas el complejo turístico tendrá una área de aeróbicos.
- Área de esparcimiento y recreación: un gran espacio verde se tendrá en el complejo turístico, en el cual el turista podrá utilizar las canchas de: futbol, básquetbol, y vóleibol. Adicionalmente habrá un espacio extenso para caminar o si el visitante prefiere para acampar.

3.8. Análisis y Proyección de la Demanda

El objetivo del complejo turístico es ofrecer sus servicios a todos los visitantes nacionales y extranjeros, que toman como alternativa la provincia de Imbabura. Un lugar diferente para hospedarse va hacer uno de los principales atractivos, y que está cerca de las ciudades de; Ibarra, Atuntaqui y Otavalo, ideal para turistas que visitan estas ciudades.

3.8.1. Proyección de la Demanda

Como un efecto del turismo es el crecimiento poblacional. Tomado como referencia el índice de crecimiento en Imbabura del 1,63%, emitido el año 2011 por el INEC.

**CUADRO N° 22
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN**

AÑO	HABITANTES DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	POBLACIÓN URBANA
2011	398244	199222
2012	404735	202469
2013	411333	205770
2014	418037	209124
2015	424851	212532
2016	431776	215997
2017	438814	219517
2018	445967	223095

Fuente: INEC, Consejo Nacional Electoral
Elaboración: Autores

Hay fechas la cuales atraen al turista, por lo general son feriados que el gobierno decreta, principalmente para incentivar el turismo en el país.

**CUADRO N° 23
FECHAS CON MAYOR AFLUENCIA DE TURISTAS AL AÑO**

FECHAS DE MAYOR CONCURRENCIA AL AÑO	
Nro.	FESTIVIDAD
1	Año Nuevo
2	san Valentín
3	Carnaval
4	Día de la Madre
5	Semana Santa
6	Día del Padre
7	Vacaciones Escolares
8	Día de los Difuntos
9	Navidad

Elaboración: Autores

**CUADRO N° 24
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

AÑO	POBLACIÓN META	DISPUESTOS A ASISTIR 62%	DEMANDA POTENCIAL (123518/12*9)
2011	199222	123518	92638
2012	202469	125531	94148
2013	205770	127577	95683
2014	209124	129657	97242
2015	212532	131770	98828
2016	215997	133918	100438
2017	219517	136101	102076
2018	223095	138319	103739

Elaboración: Autores

De la población urbana de Imbabura, segmentamos el 62% de personas encuestadas, que están totalmente de acuerdo en asistir al complejo turístico, dato que se obtiene de la pregunta Nro.8 de las encuestas aplicadas. De este dato se divide para 12 (meses), así obteniendo la demanda mensual y posteriormente multiplicamos para 9(meses más concurridos del año por turistas), dando como resultado 92638 que será la demanda potencial para el año 2011 en la parroquia de San José de Chaltura.

3.9. Análisis y Proyección de la Oferta

3.9.1. Análisis de la Oferta

La oferta turística es el conjunto de servicios que presta una empresa, la cual tiene como objetivo principal satisfacer a plenitud al consumidor, en Chaltura se explotarán las riquezas naturales, gastronómicas y ambientales. El análisis de la oferta constituye una radiografía de sitios que prestan servicios similares, a los que el proyecto pretende entregar a los turistas.

CUADRO N ° 25
ESTABLECIMIENTOS POR CATEGORÍA Y UBICACIÓN
Año 2011

UBICACIÓN	ESTABLECIMIENTOS	CATEGORÍAS			TOTAL
		PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	
Bellavista	Cuyes la Josefina			X	1
Bellavista	Cuyes el serranito			X	1
Chaltura	Paradero turístico la Colina		X		1
Chaltura	Restaurant la parrilla del Cuy			X	1
Chaltura	El chozón			X	1
Chaltura	La Hornilla		X		1
Chaltura	Complejo turístico Valle Hermoso	X			1
Chaltura	Paradero Jatun Cuy		X		1
	TOTAL	1	3	4	8

Fuente: Catastro de la Dirección de Turismo de Antonio Ante 2010

Elaboración: Autores

En el cuadro anterior se puede observar: los paraderos y complejos turísticos, ubicación y su respectiva categoría, la cual está regulada por una serie de controles, que constan en los diferentes reglamentos del turismo.

CUADRO N ° 26
CRECIMIENTO ANUAL HISTÓRICO DE LOS PARADEROS Y
COMPLEJOS TURÍSTICOS

AÑO	COMPLEJOS Y PARADEROS TURÍSTICOS
2005	5
2006	6
2007	6
2008	6
2009	6
2010	8

Fuente: Catastro de la Dirección de Turismo de Antonio Ante 2010

Elaboración: Autores.

De acuerdo a los datos se puede evidenciar, que en los últimos años existe un crecimiento lento, de la siguiente manera: en el año 2006 hay 1 paradero nuevo, el cual permanece constante por 3 años, en el año 2010

un incremento de 2 paraderos turísticos. Uno de los motivos es la alta inversión en este tipo de negocios.

Para obtener el crecimiento futuro de los paraderos y complejos turísticos se utiliza la siguiente fórmula:

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

Dónde:

M= Crecimiento de los paraderos y complejos turísticos en los últimos 6 años (8)

C= Paraderos y complejos turísticos existentes en el primer año.

N= Número de años

➤ Cálculo de la tasa de crecimiento para los paraderos y complejos turísticos de la parroquia de chaltura.

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

$$8 = 5(1 + i)^{6-1}$$

$$\frac{8}{5} = (1 + i)^5$$

$$\sqrt[5]{\frac{8}{5}} = 1 + i$$

$$\sqrt[5]{1,6} = 1 + i$$

$$1,09856 = 1 + i$$

$$1,09856 - 1 = i$$

$$i = 0,9856$$

$$i = 9,86\%$$

Existe una tasa de crecimiento anual del 9,86%, misma que se utiliza para proyectar los paraderos y complejos turísticos a futuro. En el siguiente cuadro se demuestra la cantidad en cada año.

CUADRO N° 27
PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO PARA PARADEROS Y
COMPLEJOS TURÍSTICOS

AÑO	PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS
2010	8
2011	9
2012	9
2013	10
2014	10
2015	11
2016	11
2017	12
2018	12

Elaboración: Autores

Como se muestra en el cuadro histórico del crecimiento de los paraderos y complejos turísticos, hay un crecimiento lento, un promedio de cada 2 años un nuevo paradero turístico. Para la proyección se establece el mismo criterio, con el fin de exponer datos más reales.

3.9.2. Cobertura del Mercado

Con información recopilada por medio de la observación directa, se puede determinar la capacidad de los paraderos y complejos turísticos en relación a restaurante, estos datos permiten determinar la oferta existente en la Parroquia de San José de Chaltura.

CUADRO N° 28
CAPACIDAD DE LOS PARADEROS Y COMPLEJOS TURÍSTICOS

ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES	CAPACIDAD DEL SERVICIO DE RESTAURANTE
Cuyes la Josefina	0	40
Cuyes el serranito	0	50
Paradero turístico la Colina	0	80
Restaurant la parrilla del Cuy	0	50
El chozón	0	90
La Hornilla	0	50
Complejo turístico Valle Hermoso	0	120
Paradero Jatun Cuy	0	50
TOTAL	0	530

Fuente: Entrevista a los propietarios de paraderos y complejos turísticos.
Elaboración: Autores.

3.9.3. Proyección de la Oferta

Para proyectar la oferta se tomó la capacidad con respecto a restaurante de los paraderos y complejos turísticos actuales.

CUADRO N°29
CÁLCULO DE LA OFERTA POTENCIAL PARA LOS PARADEROS Y COMPLEJOS TURÍSTICOS

AÑO	N° De Establecimientos, crecimiento anual del 9.86%	Capacidad proyectada (530/9=59personas)	Capacidad mensual (530*8)	Oferta potencial (4240*12)
2011	9	530	4240	50880
2012	9	530	4240	50880
2013	10	589	4712	56544
2014	10	589	4712	56544
2015	11	648	5184	62208
2016	11	648	5184	62208
2017	12	707	5656	67872
2018	12	707	5656	67872

Fuente: Entrevista administradores de restaurante Cuadros estadísticos 27 y 28
Elaboración: Autores.

Se determina que por cada paradero o complejo turístico nuevo aumenta la oferta, es decir, un promedio de 59 clientes, que se podrá captar diariamente. Para el cálculo mensual de la oferta se multiplica por 8 (mes), ya que los paraderos y complejos turísticos solo permanecen llenos los sábados y domingos, y se multiplica por 12 para determinar la oferta anual.

3.9.4. Balance de la Demanda Vs Oferta

Se determina la demanda insatisfecha por la diferencia entre demanda potencial y oferta potencial.

**CUADRO N° 30
CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2011	92638	50880	41758
2012	94148	50880	43268
2013	95683	56544	39139
2014	97242	56544	40698
2015	98828	62208	36620
2016	100438	62208	38230
2017	102076	67872	34204
2018	103739	67872	35867

Fuente: Cuadros estadísticos 24 y 29

Elaboración: Autores

Con la diferencia de 41758 en el año 2011, una gran cantidad de demanda insatisfecha, por lo que el presente proyecto está encaminado a cubrir parte de esta demanda. Con un excelente servicio y una buena infraestructura.

3.9.5. Demanda que va a Cubrir el Presente Proyecto.

Para determinar la capacidad del proyecto se exponen los siguientes detalles, la dimensión del terreno es 5000 m², construcción ocupará 874,33 m², la misma que contará con:

El área de hospedaje albergará a 49 personas distribuidas de la siguiente manera: 5 habitaciones para 4 personas, 5 habitaciones individuales y 12 habitaciones dobles, el área de restaurante tendrá capacidad para 160 personas; 30 mesas de 4 puestos y 7 mesas de 6 puestos. El área de piscinas tendrá capacidad para 70 personas, es decir, el complejo turístico tendrá una capacidad de 280 personas.

**CUADRO N° 31
CÁLCULO DEL PORCENTAJE QUE CUBRIRÁ EL PROYECTO**

CAPACIDAD COMPLEJO TURÍSTICO	CAPACIDAD SÁBADO Y DOMINGO (280*8)	CAPACIDAD ANUAL (2240*12)	% A CUBRIR DE LA DEMANDA INSATISFECHA(26880/41758)
280	2240	26880	64,37

Elaboración: Autores.

El complejo turístico tendrá una capacidad de 280 personas, la cual se multiplica por 8 días (sábado y domingo), al mes que estarán llenas sus instalaciones, y por 12 (meses) para obtener como resultado 26880 visitantes al año.

3.10. Comercialización

El canal de distribución que tendrán los servicios ofertados, serán directos, es decir, se lo comercializara dentro del complejo turístico, el cual cumplirá con el objetivo principal que es hacer llegar el producto o servicio al consumidor final.

3.10.1. El precio

Los precios en el complejo turístico se han fijado de acuerdo a un promedio obtenido de los administradores de los restaurantes. Para la

proyección se utilizó la tasa de inflación del 2011, misma que fue del 5,50% según dato obtenido en el INEC.

**CUADRO N° 32
PRECIOS PROYECTADOS DE HOSPEDAJE**

HOSPEDAJE:

AÑO	PRECIO POR PERSONA
2010	15
2011	15,83
2012	16,70
2013	17,61
2014	18,58
2015	19,60
2016	20,68
2017	21,82
2018	23,02

Fuente: Entrevista realizada a oferentes, índice de inflación INEC 2011.

Elaboración: Autores.

**CUADRO N° 33
PRECIOS PROYECTADOS DE PLATOS Y BEBIDAS**

GASTRONOMÍA:

MENÚ	CUY	PARRILLADA INDIVIDUAL	FRITADA INDIVIDUAL	1/4POLLO AL HORNO	CALDO DE GALLINA	YAHUARLOCRO
AÑO						
2010	11	7	8	4	2,5	2,5
2011	11,61	7,39	8,44	4,22	2,64	2,64
2012	12,24	7,79	8,90	4,45	2,78	2,78
2013	12,92	8,22	9,39	4,70	2,94	2,94
2014	13,63	8,67	9,91	4,96	3,10	3,10
2015	14,38	9,15	10,46	5,23	3,27	3,27
2016	15,17	9,65	11,03	5,52	3,45	3,45
2017	16,00	10,18	11,64	5,82	3,64	3,64
2018	16,88	10,74	12,28	6,14	3,84	3,84

Fuente: Entrevista realizada a oferentes, índice de inflación INEC 2011.

Elaboración: Autores.

Bebidas:

BEBIDAS	GASEOSA 3 LITROS	GASEOSA 1 LITRO	GASEOSA PEQUEÑA	NESTEA	AGUA CON GAS PERSONAL	AGUA SIN GAS PERSONAL	CERVEZA GRANDE
AÑO							
2010	3	1,5	0,5	0,75	0,75	0,75	1,5
2011	3,17	1,58	0,53	0,79	0,79	0,79	1,58
2012	3,34	1,67	0,56	0,83	0,83	0,83	1,67
2013	3,52	1,76	0,59	0,88	0,88	0,88	1,76
2014	3,72	1,86	0,62	0,93	0,93	0,93	1,86
2015	3,92	1,96	0,65	0,98	0,98	0,98	1,96
2016	4,14	2,07	0,69	1,03	1,03	1,03	2,07
2017	4,36	2,18	0,73	1,09	1,09	1,09	2,18
2018	3,17	1,58	0,53	0,79	0,79	0,79	1,58

Fuente: Entrevista realizada a oferentes, índice de inflación INEC 2011.

Elaboración: Autores

CUADRO N° 34 PRECIOS PROYECTADOS DEL SERVICIO DE PISCINA

PISCINA:

PISCINA	NIÑOS	ADULTOS
AÑO		
2010	2	4
2011	2,11	4,22
2012	2,23	4,45
2013	2,35	4,70
2014	2,48	4,96
2015	2,61	5,23
2016	2,76	5,52
2017	2,91	5,82
2018	3,07	6,14

Fuente: Entrevista realizada a oferentes, índice de inflación INEC 2011

Elaboración: Autores.

3.10.2. Publicidad

El complejo turístico realizará publicidad masiva mediante los siguientes medios de comunicación: televisión, prensa, publicidad ambulante y radio, así llegar a distintos lugares de la provincia y en transcurso de los años

tener una excelente aceptación de los clientes. Se detalla a continuación los precios de cada medio de comunicación.

CUADRO Nº 35
DETALLE DE LOS GASTOS DE VENTA

DESCRIPCIÓN	P.V	MENSUAL
PUBLICIDAD TELEVISIÓN		400
Spots publicitario económico mensual 15", (3 veces al día, 4 días a la semana)	400	
PUBLICIDAD RÁDIO		150
Cuña mensual, 3 veces al día, 4 días a la semana	150	
PUBLICIDAD PRENSA		50
Anuncios económico, pequeño (Sábado y Domingo)	50	
HOJAS VOLANTES		20,83
(3500 hojas precio 250 usd)	20,83	
TOTAL		620,83

Fuente: TVN canal, Radio Sónica 93.9, Diario del Norte, Imprentas.

Elaboración: Autores.

3.10.3. Promoción

Los servicios que oferta el complejo turístico se promocionaran por los principales medios de comunicación local, como son: tv norte, radio sónica, diarios del norte, volantes. En los cuales se lanzarán promociones por inauguración, fechas especiales, etc, las mismas tendrán promociones como: descuentos, precios especiales para grupos, rifas etc.

3.10.3. Estrategias de Venta

Por ser el primer sitio que promueve el hospedaje en la parroquia, se convertirá en un novedoso lugar, el cual se espera tenga una aceptación positiva por parte de los turistas.

3.10.4. Estrategias de Servicios

En el complejo turístico se pretende dar un servicio de calidad, adicionalmente se hará sentir a los visitantes un ambiente exclusivo, rodeado de naturaleza, tranquilidad y aire puro, donde el turista puede

hacer uso de varios servicios como son: hospedaje, gastronomía, piscina, áreas verdes, áreas de recreación, y áreas de relajamiento.

3.11. Conclusión del Estudio de Mercado

- Consistió en hacer un análisis inicial sobre las variables e indicadores de la oferta y demanda, con su aportación e incidencia en el mercado local.

- Permitió afirmar: la preferencia de los turistas al visitar Chaltura, y la necesidad de optar por un centro de alojamiento, con un ambiente diferente para los visitantes.

- El turismo es una importante actividad en la parroquia de Chaltura, que cada vez sigue creciendo y con ello el desarrollo económico, cultural, gastronómico y social.

- El presente proyecto está dirigido a cubrir la demanda insatisfecha existente, con un proceso tecnificado que esté orientado a la excelencia del servicio a prestar.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del Proyecto

El proyecto se va a desarrollar en un mercado competitivo, en la parroquia existen 8 paraderos y complejos turísticos, los cuales carecen de publicidad y administración técnica, el complejo turístico cubrirá la demanda insatisfecha que existe en Chaltura, (capítulo 3 cuadro n° 30). Se aprovecharán correctamente las instalaciones, atención al cliente y calidad del servicio.

4.1.1. Tamaño o Capacidad del Complejo Turístico

La capacidad productiva del complejo turístico se realiza tomando en cuenta: la capacidad instalada y el volumen de producción, determinando la capacidad técnica viable, con datos específicos del análisis de la oferta y la demanda.

4.1.1.1. Capacidad Instalada

Es la capacidad máxima de clientes que el complejo turístico puede atender en sus instalaciones, la cual es de 26880 clientes anuales.

4.1.1.2. Capacidad Utilizada

Se refiere a la ocupación de las instalaciones por los clientes, estimándose que la misma estará de acuerdo a lo que se determina en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 36
CAPACIDAD UTILIZADA

Año	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	TOTAL CLIENTES
2011	26880	80%	21504
2012	26880	90%	24566
2013	26880	95%	26341
2014	26880	100%	26880
2015	26880	100%	26880
2016	26880	100%	26880
2017	26880	100%	26880
2018	26880	100%	26880

Elaboración: Autores.

4.1.2. Distribución de la Capacidad Utilizada por Áreas de Servicio

CUADRO N° 37
PRIMER AÑO

DESCRIPCIÓN	CAPACIDAD UTILIZADA AÑO 1	% DE CAPACIDAD POR ÁREA	CAPACIDAD TOTAL
HOSPEDAJE	21504	41%	8817
RESTAURANTE	21504	38%	8172
PISCINA	21504	21%	4515
TOTAL			21504

Elaboración: Autores.

4.1.3. Cuadro de Distribución por Áreas de la Capacidad Utilizada en los próximos 8 Años.

a) Hospedaje

CUADRO N° 38
PERSONAS ATENDIDAS EN EL ÁREA DE HOSPEDAJE (41%)

Año	CAPACIDAD UTILIZADA ANUAL	HOSPEDAJE
2011	21504	8817
2012	24566	10072
2013	26341	10800
2014	26880	11021
2015	26880	11021
2016	26880	11021
2017	26880	11021
2018	26880	11021

Elaboración: Autores.

b) Restaurante

CUADRO N° 39
PERSONAS ATENDIDAS EN EL ÁREA DE RESTAURANTE (38%)

Año	CAPACIDAD UTILIZADA ANUAL	RESTAURANTE
2011	21504	8172
2012	24566	9335
2013	26341	10010
2014	26880	10214
2015	26880	10214
2016	26880	10214
2017	26880	10214
2018	26880	10214

Elaboración: Autores.

c) Piscina

CUADRO N° 40
PERSONAS ATENDIDAS EN EL ÁREA DE PISCINA (21%)

Año	CAPACIDAD UTILIZADA ANUAL	PISCINA
2011	21504	4516
2012	24566	5159
2013	26341	5532
2014	26880	5645
2015	26880	5645
2016	26880	5645
2017	26880	5645
2018	26880	5645

Elaboración: Autores.

4.2. Localización del Proyecto

4.2.1. Macro Localización

Dentro de la macro localización el proyecto se encuentra ubicado en el Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante.

A continuación tenemos el mapa de la república del Ecuador, indicando la provincia de Imbabura, seguido el Cantón Antonio Ante y el croquis del barrio donde se ubicará el complejo turístico.

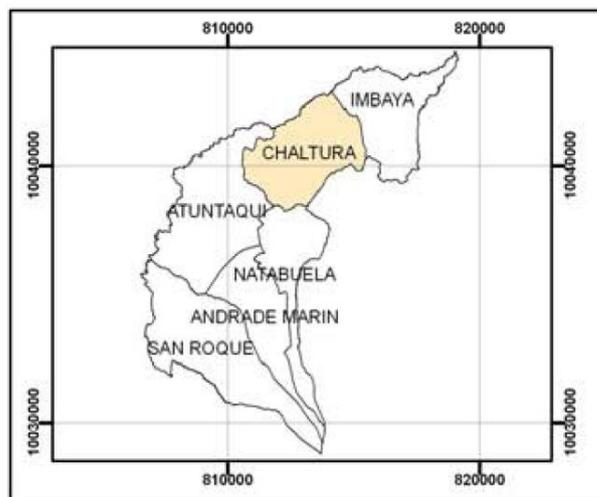
GRAFICO N° 2
MAPA DE LA REPÚBLICA DE



Fuente: Investigación directa
Elaboración: Autores.

4.2.2. Micro Localización

GRAFICO N° 3
MAPA DE LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA.



Fuente: Plan de desarrollo social de la parroquia de chaltura.
Elaboración: Autores.

FOTOGRAFÍA UBICACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO.



Foto por: Autores.

El terreno donde se establecerá el proyecto está ubicado a la entrada de la Parroquia San José de Chaltura, barrio central, cuenta con todos los servicios básicos y vías de primer orden.

El terreno cuenta con las características necesarias que necesita un proyecto de esta magnitud, su suelo es seco, hay un clima templado bordeando los 16 grados.

4.2.2.1. Vías de Comunicación

La vía que conecta a Chaltura es asfaltada, comunicando Atuntaqui y a la Panamericana Norte, es una vía de primer orden la cual se conecta con las instalaciones del complejo turístico.

4.2.2.2. Disponibilidad de Mano de Obra

La presencia de mano de obra calificada es importante para el desarrollo de esta actividad, positivamente los habitantes de Chaltura saben de este tipo de negocios directa o indirectamente, por lo tanto la mano de obra local facilita el manejo adecuado y oportuno del servicio a prestar.

4.2.2.3. Disponibilidad de Servicios Básicos

Existen todos los servicios básicos en la zona, aportan correctamente para el buen funcionamiento de las instalaciones, y optimizan los recursos: económicos, humanos y tiempo.

4.2.2.4. Factores Ambientales

Posee un clima ideal que oscila entre los 18 y 25 grados, siendo la más alta de 32^a y la más baja de 12 a 15 grados, afirmándose que es una región de clima templado cálido, así facilitará los diferentes servicios que se va a ofertar.

4.3. Ingeniería del proyecto

De acuerdo a las necesidades del complejo turístico se establecerán la ingeniería, tomando en cuenta las siguientes características:

4.3.1. Diseño de las Instalaciones Físicas

- **Diseño Arquitectónico (Anexo “C”)**

4.3.2. Distribución de las Áreas

La planta está administrada en áreas como: actividades económicas administrativas, productivas, espacios verdes y recreación, con el fin de brindar un buen servicio, tratando de esta manera cubrir de manera responsable las necesidades tanto del turista como de los empleados. El complejo turístico tendrá un área de construcción de 874,33 m², representados en el plano arquitectónico, el área está distribuida de la siguiente manera:

4.3.2.1. Área Administrativa

El área administrativa tiene una dimensión de 124.33m, en la cual se encuentra: dirección, sala de espera, sala de reuniones, contabilidad, tópico, hall, secretaria, sshh.

4.3.2.2. Área de Restaurante

En el área de cocina se encuentra: comedor, cocina, barra y sshh, está área cuenta con una dimensión de 102.21m², muy completa y con las necesidades óptimas para un buen funcionamiento.

4.3.2.3. Área de Mantenimiento y Limpieza

El espacio de mantenimiento y limpieza cuenta con: deposito, 2 bodegas, cuarto de máquinas, lavanderías, tendal para lo lavado, espacio de planchado y guardianía, se encuentra ubicado en dos secciones una en el sótano y la otra en el exterior, está área cuenta con una superficie de 47.23m².

4.3.2.4. Área de Piscina

La piscina se encuentra ubicada en la parte frontal del complejo turístico con una dimensión de 179.56m², cuenta con: calderos, hall, vestidores, sauna, turco, hidromasaje, sshh. Está orientada tanto a niños como adultos.

4.3.2.5. Salón Múltiple

Una área de 74.01m², su uso será para: reuniones privadas de empresas, familias, seminarios, eventos o conferencias.

4.3.2.6. Área de Hospedaje

El complejo turístico cuenta con el servicio de hospedaje donde: 5 habitaciones para grupos, 5 habitaciones simples, 12 habitaciones dobles, las habitaciones cuentan con: sshh individuales, camas, closet y televisión, la construcción tiene una dimensión de 301.25m².

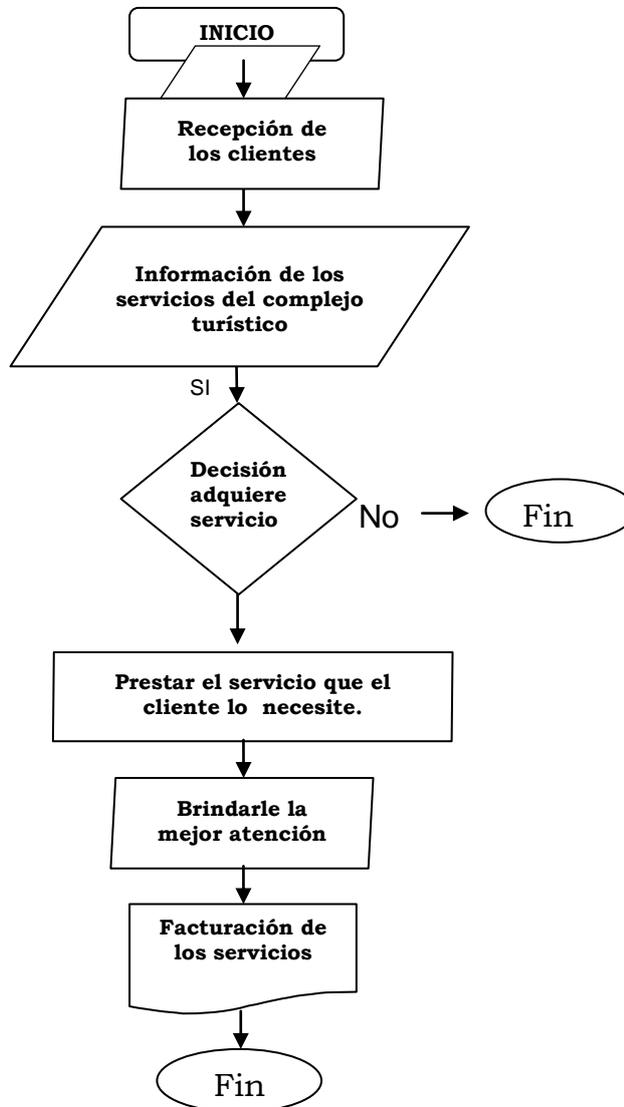
4.3.2.7. Área de Entretenimiento y Relajación

La edificación tiene servicio de aeróbicos, una área de 45.74m², ideal para niños, jóvenes y adultos mayores.

4.3.2.8. Área de Esparcimiento y Recreación

El complejo turístico cuenta con una área de 4125.67m², específicamente espacios verdes, juegos infantiles, área de carpas, canchas deportivas, ideal para caminar y respirar aire puro.

4.4. Flujograma del Proceso del Complejo Turístico



4.5. Inversiones en Activos Fijos

Se adquirirá un terreno de 5000m² para el complejo turístico, la cual estará construida bajo criterios técnicos, adecuados para este tipo de empresas.

4.5.1. Requerimiento de Terreno

CUADRO Nº 41

DETALLE	CANTIDAD	P. U	TOTAL
Terreno	5.000m ²	8 c/m ²	40.000,00

Fuente: Municipio Antonio Ante

Elaboración: Autores.

4.5.2. Infraestructura Civil

CUADRO Nº 42

DETALLE	CANTIDAD	P. U.	TOTAL
Área Administrativa	124,33 m ²	300,00	37.299,00
Área de Restaurant	102,21 m ²	300,00	30.663,00
Área de Mantenimiento y Limpieza	47,23 m ²	300,00	14.169,00
Área de Piscina	179,56 m ²	300,00	53.868,00
Área Salones Múltiples	74,01 m ²	300,00	22.203,00
Área Hospedaje	301,25 m ²	300,00	90.375,00
Área de Entretenimiento y Relajación	45,74 m ²	300,00	13.722,00
SUBTOTAL CONSTRUCCIÓN CIVIL	874,33 m²	300,00	262.299,00
Área de Esparcimiento y Recreación (Espacios Verdes)	4125,67m ²	5,00	206.28,35
TOTAL	5000m²		282.927,53

Fuente: Investigación Directa a un Arquitecto.

Elaboración: Autores.

4.5.3. VEHÍCULO

CUADRO Nº 43

VEHÍCULO	DETALLE	AÑO	V. TOTAL
Camioneta motor 2200 cc medio uso 4x2	Chevrolet Cabina Simple	Año 2011	21.000,00
TOTAL			21.000,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Autores.

4.5.4. Inversión en Maquinaria y Equipos de Oficina

**CUADRO N° 44
EQUIPOS DE PISCINA**

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Calderos	2	600,00	1.200,00
Tuberías 1	3	350,00	1.050,00
Tuberías 2	2	550,00	1.100,00
Bombas	2	1000,00	2.000,00
TOTAL			5.350,00

EQUIPOS PARA COCINA Y RESTAURANTE

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Licuadaora	2	95,00	190,00
Cilindro de gas (industriales)	3	85,00	255,00
Congelador	2	780,00	1.560,00
Mesa acero inoxidable (5 x 2)	3	230,00	690,00
Refrigerador	2	450,00	900,00
Cocina industrial 4 quemadores	2	250,00	500,00
Cocina de leña	3	200,00	600,00
Estantería de vajilla	3	85,00	255,00
Parrilla de asados	1	300,00	300,00
Microondas	1	120,00	120,00
Extractor de olores	1	350,00	350,00
Campana de humo	1	350,00	350,00
Juego de utensilios para cocina	6	15,00	90,00
Pailas	5	100,00	500,00
Televisión LCD	2	700,00	1.400,00
Consola de sonido	1	300,00	300,00
Potencia de sonido	1	500,00	500,00
Parlantes	5	120,00	600,00
TOTAL			9.460,00

EQUIPOS PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA Y RECEPCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Computador (Intel Core 2 Duo, 4 GB, 500 GB disco duro)	4	780,00	3120,00
Sistema contable	1	780,00	780,00
Escáner multifuncional	4	152,00	608,00
Teléfono fax	4	50,00	200,00
Máquina registradora	1	760,00	760,00
Intercomunicadores Motorola	10	35,00	350,00
TOTAL			5818,00

EQUIPOS PARA ASEO

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Aspiradora	2	280,00	560,00
Secadora	1	400,00	400,00
Lavadora	1	600,00	600,00
Planchas	2	40,00	80,00
Abrillantadora	1	300,00	300,00
TOTAL			1.940,00

EQUIPO DE SS.HH Y DUCHAS

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Secadores de manos	28	45,00	1260,00
Juegos de accesorios para baño	28	7,50	210,00
Dispensador de jabón	28	10,00	280,00
Calefón	11	280,00	3080,00
Espejos	28	11,00	308,00
TOTAL			5138,00

EQUIPOS DE INCENDIOS Y SEGURIDAD

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Botiquín de Primeros auxilios	4	30,00	120,00
Extintores de incendio 15 Lbs.	5	90,00	450,00
TOTAL			570,00
TOTAL INVERSIÓN EN EQUIPOS			28.276,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Autores.

CUADRO N° 45
MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Escritorio	5	200,00	1000,00
Archivador	5	200,00	1000,00
Sillas giratorias	6	35,00	210,00
TOTAL			2210,00

MUEBLES Y ENSERES PARA EL ÁREA OPERATIVA

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Sillas de madera	170	20,00	3.400,00
Mesas comedor 6 personas	7	80,00	560,00
Mesas comedor 4 personas	30	60,00	1.800,00
Perchas para bodega	3	85,00	255,00
Cama (LITERA) 1,5 plaza	10	200,00	2.000,00
Veladores para literas	10	40,00	400,00
Juegos de dormitorios, 2 plazas madera	29	350,00	10.150,00
Closet (habitaciones)	22	600,00	13.200,00
Colchones 1,5 plazas	10	180,00	1.800,00
Colchones 2 plazas	29	250,00	7.250,00
Mostrador de Bar y Restaurant	2	400,00	800,00
TOTAL			41.615,00
TOTAL INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES			43.825,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Autores.

**CUADRO N° 46
MENAJE RESTAURANTE**

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Manteles para mesas	111	4,50	499,50
Tasas para café corona	80	1,00	80,00
Platos para base de taza corona	80	1,25	100,00
Platos base americana	180	1,00	180,00
Platos torteros	180	3,00	540,00
Plato Tendidos	180	2,50	450,00
Bandejas	180	5,00	900,00
Parrillas individuales	180	5,00	900,00
Juegos Utencillos	18	1,60	28,80
Pocillos	360	0,40	144,00
Charoles	25	5,00	125,00
Ollas	5	100,00	500,00
Pirex	20	6,00	120,00
Jarras	30	4,00	120,00
Copas	180	0,80	144,00
Platos soperos	180	1,00	180,00
Postreros de cristal	50	0,35	17,50
Vasos	200	0,75	150,00
Saleros	30	1,00	30,00
Cucharas de madera para cocina	10	1,00	10,00
Porta cubiertos	37	2,00	74,00
TOTAL			5.292,80

MENAJE PARA HABITACIONES

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Juegos de sábanas 1,5 plaza	20	18,00	360,00
Juego de sábanas 2 plazas	30	20,00	600,00
Cobijas de algodón	50	20,00	1.000,00
Cobertor de cama 1,5 plaza	20	30,00	600,00
Cobertor de cama 2 plazas	30	40,00	1.200,00
Almohadas	50	8,00	400,00
Toallas	50	15,00	750,00
Televisor LCD	22	700,00	15.400,00
Basureros	24	6,00	144,00
TOTAL			20.454,00
TOTAL INVERSIÓN EN MENAJE			25.746,80

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Autores.

A continuación se presenta un esquema de las inversiones fijas o permanentes que necesita el complejo turístico, tales como: terreno, vehículo, edificación, muebles y enseres, equipos y menaje.

**CUADRO N° 47
RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS**

CONCEPTO	VALOR
Terreno	40.000,00
Vehículo	21.000,00
Edificación	282.927,35
Muebles y Enseres	43.825,00
Maquinaria y Equipos	28.276,00
Menaje	25.746,80
TOTAL:	441.775,15

4.6. Inversión Diferida

4.6.1. Gastos de Constitución

Son aquellos que se requieren para cumplir con los requisitos de ley, los cuales son exigidos por las diferentes entidades de control para el correcto funcionamiento.

**CUADRO N° 48
GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

CONCEPTO	VALOR
Aspectos legales ,RUC, Permiso del Cuerpo de Bomberos, Patente.	5200,00
Honorarios notario	600,00
Registro de la propiedad	400,00
Pago para constitución de la compañía	380,00
Estudios de Factibilidad	1.200,00
TOTAL	7780,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Autores.

4.6.2. Capital de Trabajo

Se tomará en cuenta el capital de trabajo para la operación de un mes del proyecto, se detalla a continuación:

**CUADRO N° 49
CAPITAL DE TRABAJO**

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Costos de Producción	129.027,77	10.752,31
Gastos Administrativos	20.081,11	1.673,43
Gastos de Venta	15.611,82	1.300,99
TOTAL	164.720,70	13.726,73

Elaboración: Autores.

4.6.3. Inversión Total

La inversión inicial total es de \$ **463.281,88** repartidos de la siguiente manera:

CUADRO N° 50

CONCEPTO	VALOR
Activo Fijo	441.775,15
Activo Diferido	7.780,00
Capital de Trabajo	13.726,73
TOTAL	463.281,88

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Autores.

4.7. Financiamiento para el Proyecto

CUADRO N° 51

FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO		
INVERSIÓN TOTAL	MONTO	PORCENTAJE
Inversión financiada	280.000,00	60
Inversión Propia	183.281,88	40
TOTAL	\$463.281,88	100

Elaboración: Autores.

El proyecto necesitará de inversión propia y financiada, misma se la realizará con la Corporación Financiera Nacional; por las facilidades existentes para acceder a un crédito. Dichas inversiones servirán para la compra de activos fijos, capital de trabajo, y gastos de constitución.

4.7.1. Determinación del Personal

CUADRO N° 52

ÁREA	PERSONAL	Nº	REMUNERACIÓN	TOTAL
Administrativa	Gerente General	1	500	500
	Contador	1	400	400
	Secretaria	1	264	264
Ventas	Recepcionista	1	264	264
	Cajero Vendedor	1	264	264
Producción	Cocinera	3	300	900
	Ayudante de cocina	1	264	264
	Camarera	1	264	264
	Meseros	2	264	528
	Limpieza y mantenimiento	1	264	264
TOTAL		13		3912

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Autores.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Inversión y su Financiamiento

La inversión requerida para la ejecución del proyecto es de 463.281,88 usd, el 60% serán financiados por la Corporación Financiera Nacional, a 8 años plazo, y a una tasa efectiva del 11.5759%. (cuadros n° 49 y 50)

5.2. Determinación de Ingresos

5.2.1. Proyección de Servicios (clientes)

CUADRO N° 53
SERVICIOS SEGÚN LA CAPACIDAD ESTIMADA A SER
UTILIZADA EN LOS PRÓXIMOS 8 AÑOS

SERVICIOS	VISITANT ES AÑO 1	VISITANT ES AÑO 2	VISITANT ES AÑO 3	VISITANT ES AÑO 4	VISITANT ES AÑO 5	VISITANT ES AÑO 6	VISITANT ES AÑO 7	VISITANT ES AÑO 8
	80%	90%	95%	100%	100%	100%	100%	100%
HOSPEDAJE 41%	8817	10072	10800	11021	11021	11021	11021	11021
RESTAURANTE 38%	8172	9335	10010	10214	10214	10214	10214	10214
PISCINA 21%	4515	5159	5531	5645	5645	5645	5645	5645
TOTAL	21504	24566	26341	26880	26880	26880	26880	26880

Fuente: Cuadros estadísticos capítulo cuarto: 38,39 y 40.

Elaboración: Autores.

5.2.2. Proyección de Ingresos por Ventas

Considerando que se han fijado los precios por cada uno de los servicios (capítulo 3 cuadro n° 38,39 y 40), y tomando en cuenta la capacidad del complejo turístico que va a ser utilizada (cuadro n°. 56), se han proyectado los ingresos para 8 años, para la proyección se utilizó la tasa de inflación del 2011, la cual fue del 5,50%, según dato obtenido en el INEC.

CUADRO N° 54

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
RUBROS								
HOSPEDAJE	8817	10072	10800	11021	11021	11021	11021	11021
Cantidad	8817	10072	10800	11021	11021	11021	11021	11021
Precio	15	15,83	16,70	17,61	18,58	19,60	20,68	21,82
TOTAL	132255,00	159389,40	180310,05	194119,71	204796,30	216060,09	227943,40	240480,29
RESTAURANTE	8172	9335	10010	10214	10214	10214	10214	10214
PLATOS A OFRECER								
CUY 57%								
-Cantidad	4658	5321	5706	5822	5822	5822	5822	5822
-Precio	11	11,61	12,24	12,92	13,63	14,38	15,17	16,00
-Valor	51238,44	61749,62	69856,45	75200,51	79336,54	83700,05	88303,55	93160,24
PARRILLADA INDIVIDUAL 28%								
-Cantidad	2288	2614	2803	2860	2860	2860	2860	2860
-Precio	7	7,39	7,79	8,22	8,67	9,15	9,65	10,18
-Valor	16017,12	19302,91	21837,11	23507,65	24800,58	26164,61	27603,66	29121,86
BANDEJA DE FRITADA 15%								
-Cantidad	1226	1400	1502	1532	1532	1532	1532	1532
-Precio	8	8,44	8,90	9,39	9,91	10,46	11,03	11,64
-Valor	9806,40	11818,11	13369,66	14392,44	15184,03	16019,15	16900,20	17829,71
1/4 DE POLLO AL HORNO 40%								
-Cantidad	3269	3734	4004	4086	4086	4086	4086	4086
-Precio	4	4,22	4,45	4,70	4,96	5,23	5,52	5,82
-Valor	13075,20	15757,48	17826,21	19189,92	20245,37	21358,86	22533,60	23772,95
CALDO DE GALLINA 40%								
-Cantidad	3269	3734	4004	4086	4086	4086	4086	4086
-Precio	2,5	2,64	2,78	2,94	3,10	3,27	3,45	3,64
-Valor	8172,00	9848,43	11141,38	11993,70	12653,35	13349,29	14083,50	14858,09
YAHUARLOCRO 40%								
-Cantidad	3269	3734	4004	4086	4086	4086	4086	4086
-Precio	2,5	2,64	2,78	2,94	3,10	3,27	3,45	3,64
-Valor	8172,00	9848,43	11141,38	11993,70	12653,35	13349,29	14083,50	14858,09
BEBIDAS								
GASEOSA 3 LITROS								
-Cantidad	389	445	477	486	486	486	486	486
-Precio	3	3,17	3,34	3,52	3,72	3,92	4,14	4,36
-Valor	1167,43	1406,92	1591,63	1713,39	1807,62	1907,04	2011,93	2122,58
GASEOSA 1 LITRO								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459
-Precio	1,50	1,58	1,67	1,76	1,86	1,96	2,07	2,18
-Valor	1751,14	2110,38	2387,44	2570,08	2711,43	2860,56	3017,89	3183,88
GASEOSA PEQUEÑA								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459
-Precio	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62	0,65	0,69	0,73
-Valor	583,71	703,46	795,81	856,69	903,81	953,52	1005,96	1061,29
NESTEA								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459
-Precio	0,75	0,79	0,83	0,88	0,93	0,98	1,03	1,09
-Valor	875,57	1055,19	1193,72	1285,04	1355,72	1430,28	1508,95	1591,94
AGUA PERSONAL CON GAS								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459
-Precio	0,75	0,79	0,83	0,88	0,93	0,98	1,03	1,09
-Valor	875,57	1055,19	1193,72	1285,04	1355,72	1430,28	1508,95	1591,94
AGUA PERSONAL SIN GAS								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459
-Precio	0,75	0,79	0,83	0,88	0,93	0,98	1,03	1,09
-Valor	875,57	1055,19	1193,72	1285,04	1355,72	1430,28	1508,95	1591,94
CERVEZA GRANDE								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459
-Precio	1,50	1,58	1,67	1,76	1,86	1,96	2,07	2,18
-Valor	1751,14	2110,38	2387,44	2570,08	2711,43	2860,56	3017,89	3183,88
TOTAL	114361,30	137821,67	155915,66	167843,28	177074,66	186813,77	197088,53	207928,40
PISCINA	4515	5159	5531	5645	5645	5645	5645	5645
ADULTOS 75%								
-Cantidad	3386	3869	4148	4234	4234	4234	4234	4234
-Precio	4	4,22	4,45	4,70	4,96	5,23	5,52	5,82

-Valor	13545,00	16328,24	18468,42	19885,78	20979,50	22133,37	23350,70	24634,99
NIÑOS 25%								
-Cantidad	1129	1290	1383	1411	1411	1411	1411	1411
-Precio	2	2,11	2,23	2,35	2,48	2,61	2,76	2,91
-Valor	2257,50	2721,37	3078,07	3314,30	3496,58	3688,89	3891,78	4105,83
TOTAL	15802,50	19049,61	21546,49	23200,07	24476,08	25822,26	27242,49	28740,82
TOTAL INGRESOS	262418,80	316260,68	357772,20	385163,07	406347,04	428696,13	452274,41	477149,51

ELABORACIÓN: El Autores.

5.3. Determinación de Egresos

5.3.1. Costos de Producción

Se consideran costos de producción todos los insumos requeridos durante el proceso productivo, siendo estos: Materia Prima, Mano de Obra y Costos Generales de Fabricación.

5.3.1.1. Materia prima

La materia prima en el siguiente cuadro, representa los insumos que se incurre para el proceso de elaboración de los platos típicos, como también insumos y materiales de hospedaje y piscina. Dichos método se obtuvieron mediante la entrevista realizada a la administradora del complejo turístico “Valle Hermoso”, para la proyección de: materia prima, productos e insumos se utilizó la tasa de inflación del 2011, la cual fue del 5,50%, según dato obtenido en el INEC.

CUADRO N° 55

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
RUBROS								
HOSPEDAJE	8817	10072	10800	11021	11021	11021	11021	11021
-Útiles de aseo (jabón, papel higiénico, Shampoo)	3,00							
-Cortesía de regalo (Agua o Cerveza)	1,00							
CANTIDAD	8817	10072	10800	11021	11021	11021	11021	11021
COSTO POR PERSONA	4,00	4,22	4,45	4,70	4,96	5,23	5,52	5,82
TOTAL	35268,00	42503,84	48082,68	51765,26	54612,35	57616,02	60784,91	64128,08

RESTAURANTE	8172	9335	10010	10214	10214	10214	10214	10214
PLATOS A OFRECER								
CUY 57%								
-Papas	0,20							
-Ensalada	0,10							
-Cuy	4,00							
-Consumo gas/leña	0,30							
-Condimentos	0,10							
-Aceite	0,50							
CANTIDAD	4658	5321	5706	5822	5822	5822	5822	5822
COSTO POR CUY	5,20	5,49	5,79	6,11	6,44	6,80	7,17	7,56
VALOR	24221,81	29190,73	33023,05	35549,33	37504,54	39567,29	41743,5	44039,39
PARRILLADA INDIVIDUAL 28%								
-Embutidos	0,20							
-Papas	0,20							
-Ensalada	0,10							
-Carnes	2,50							
-Consumo gas/leña	0,30							
-Condimentos	0,10							
-Carbón	0,30							
CANTIDAD	2288	2614	2803	2860	2860	2860	2860	2860
COSTO POR PARRILLADA	3,70	3,90	4,12	4,34	4,58	4,84	5,10	5,38
VALOR	8466,192	10202,97	11542,47	12425,47	13108,88	13829,86	14590,51	15392,98
BANDEJA DE FRITADA INDIVIDUAL 15%								
-Papas	0,20							
-Ensalada	0,10							
-Tostado	0,20							
-Fritada	3,50							
-Mote	0,10							
-Maduro	0,10							
-Consumo gas/leña	0,30							
CANTIDAD	1226	1400	1502	1532	1532	1532	1532	1532
COSTO POR BANDEJA	4,50	4,75	5,01	5,28	5,57	5,88	6,20	6,55
VALOR	5516,10	6647,69	7520,43	8095,75	8541,01	9010,77	9506,36	10029,21
1/4 DE POLLO AL HORNO 40%								
-Arroz	0,10							
-Consumo gas/leña	0,20							
-Papas	0,10							
-Ensalada	0,10							
-Pollo	1,00							
CANTIDAD	3269	3734	4004	4086	4086	4086	4086	4086
COSTO POR PLATO	1,50	1,58	1,67	1,76	1,86	1,96	2,07	2,18
VALOR	4903,20	5909,06	6684,83	7196,22	7592,01	8009,57	8450,10	8914,86

CALDO DE GALLINA 40%								
-Condimentos	0,10							
-Consumo gas/leña	0,10							
-Papas	0,20							
-Pollo	0,50							
CANTIDAD	3269	3734	4004	4086	4086	4086	4086	4086
COSTO POR PLATO	0,90	0,95	1,00	1,06	1,11	1,18	1,24	1,31
VALOR	2941,92	3545,43	4010,90	4317,73	4555,21	4805,74	5070,06	5348,91
YAHUARLOCRO 40%								
-Condimentos	0,10							
-Consumo gas/leña	0,10							
-Papas	0,20							
-Librillo	0,50							
CANTIDAD	3269	3734	4004	4086	4086	4086	4086	4086
COSTO POR PLATO	0,90	0,95	1,00	1,06	1,11	1,18	1,24	1,31
VALOR	2941,92	3545,43	4010,90	4317,73	4555,21	4805,74	5070,06	5348,91
BEBIDAS								
GASEOSA 3 LITROS								
-Cantidad	389	445	477	486	486	486	486	486
-Costo	1,70	1,79	1,89	2,00	2,11	2,22	2,34	2,47
-Valor	661,54	797,25	901,92	970,92	1024,32	1080,66	1140,09	1202,80
GASEOSA 1 LITRO								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459
- Costo	0,70	0,74	0,78	0,82	0,87	0,91	0,97	1,02
-Valor	817,20	984,84	1114,14	1199,37	1265,34	1334,93	1408,35	1485,81
GASEOSA PEQUEÑA								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459
- Costo	0,20	0,21	0,22	0,23	0,25	0,26	0,28	0,29
-Valor	233,49	281,38	318,33	342,68	361,52	381,41	402,39	424,52
NESTEA								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459
- Costo	0,40	0,42	0,45	0,47	0,50	0,52	0,55	0,58
-Valor	466,97	562,77	636,65	685,35	723,05	762,82	804,77	849,03
AGUA PERSONAL CON GAS								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459
- Costo	0,25	0,26	0,28	0,29	0,31	0,33	0,34	0,36
-Valor	291,86	351,73	397,91	428,35	451,91	476,76	502,98	530,65
AGUA PERSONAL SIN GAS								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459
- Costo	0,20	0,21	0,22	0,23	0,25	0,26	0,28	0,29
-Valor	233,49	281,38	318,33	342,68	361,52	381,41	402,39	424,52
CERVEZA GRANDE								
-Cantidad	1167	1334	1430	1459	1459	1459	1459	1459

- Costo	0,65	0,69	0,72	0,76	0,81	0,85	0,90	0,95
-Valor	758,83	914,50	1034,56	1113,70	1174,95	1239,58	1307,75	1379,68
TOTAL	52454,51	63215,16	71514,40	76985,28	81219,48	85686,55	90399,31	95371,27
PISCINA	4515	5159	5531	5645	5645	5645	5645	5645
-Útiles de aseo	0,20							
-Mantenimiento filtros	0,10							
CANTIDAD	4515	5159	5531	5645	5645	5645	5645	5645
Costo POR PERSONA	0,30	0,32	0,33	0,35	0,37	0,39	0,41	0,44
VALOR	1354,50	1632,82	1846,84	1988,58	2097,95	2213,34	2335,07	2463,50
TOTAL	1354,50	1632,82	1846,84	1988,58	2097,95	2213,34	2335,07	2463,50
TOTAL EGRESOS	89077,01	107351,83	121443,92	130739,12	137929,77	145515,91	153519,28	161962,84

Elaboración: Autores.

5.3.1.2. Mano de Obra Directa

Para la proyección de los sueldos básicos unificados se utilizó la tasa de crecimiento de los mismos, calculada en la serie histórica del sueldo básico general del periodo 2006-2011, el cual se detalla a continuación:

**CUADRO N° 56
COMPORTAMIENTO HISTORICO SUELDO BÁSICO UNIFICADO
GENERAL**

AÑOS	SUELDO BÁSICO UNIFICADO GENERAL
2006	160
2007	170
2008	200
2009	218
2010	240
2011	264

Fuente: Datos Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Autores.

➤ Cálculo tasa de crecimiento del Sueldo Básico Unificado

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

$$264 = 160(1 + i)^{6-1}$$

$$\frac{264}{160} = (1 + i)^5$$

$$\sqrt[5]{\frac{264}{160}} = 1 + i$$

$$\sqrt[5]{1,65} = 1 + i$$

$$1,1053422 = 1 + i$$

$$1,1053422 - 1 = i$$

$$0,1053422 = i$$

$$i = 10,53\%$$

CUADRO N° 57
SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
PERSONAL								
Cocinera (3)	300	331,59	366,51	405,10	447,76	494,91	547,02	604,62
Ayudante de cocina	264	291,80	322,53	356,49	394,03	435,52	481,38	532,07
Meseros (2)	264	291,80	322,53	356,49	394,03	435,52	481,38	532,07
Camarera	264	291,80	322,53	356,49	394,03	435,52	481,38	532,07
Limpieza y mantenimiento	264	291,80	322,53	356,49	394,03	435,52	481,38	532,07
SUBTOTAL	2220	2453,77	2712,15	2997,74	3313,40	3662,30	4047,94	4474,19
TOTAL	26640,00	29445,19	32545,77	35972,84	39760,78	43947,59	48575,27	53690,25

Elaboración: Autores.

CUADRO N° 58
PROYECCIÓN SUELDO PERSONAL MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
RUBROS								
Salario Básico Unificado	26640,00	29445,19	32545,77	35972,84	39760,78	43947,59	48575,27	53690,25
Fondos de reserva	0,00	2453,77	2712,15	2997,74	3313,40	3662,30	4047,94	4474,19
Aporte Patronal	3236,76	3577,59	3954,31	4370,70	4830,93	5339,63	5901,90	6523,37
Décimo Tercer Sueldo	2220,00	2453,77	2712,15	2997,74	3313,40	3662,30	4047,94	4474,19
Décimo Cuarto Sueldo	2112,00	2334,39	2580,21	2851,90	3152,21	3484,13	3851,01	4256,52
Vacaciones	0,00	1110,00	1226,88	1356,07	1498,87	1656,70	1831,15	2023,97
TOTAL	34208,76	41374,71	45731,47	50546,99	55869,59	61752,65	68255,21	75442,48

Elaboración: Autores.

5.3.1.3. Gastos Generales de Fabricación

Compuesto por los servicios básicos, los cuales cumplen un rol importante en el proceso de producción del complejo turístico. Con un incremento anual estimado del 5,50%(inflación), misma que se aplica en los precios, para el consumo de energía eléctrica y agua potable en el cuarto año del proyecto se estima un aumento del 20% de estos rubros.

CUADRO N°59
GASTOS GENERALES

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
GASTOS								
AGUA POTABLE								
CANTIDAD (m3)	4200	4200	4200	4200	5040	5040	5040	5040
PRECIO	0,51	0,54	0,57	0,60	0,63	0,67	0,70	0,74
VALOR	2142,00	2259,81	2384,10	2515,23	3184,27	3359,41	3544,18	3739,11
ENERGIA ELECTRICA								
CANTIDAD (Kwh)	45000	45000	45000	45000	54000	54000	54000	54000
PRECIO	0,08	0,08	0,09	0,09	0,10	0,10	0,11	0,12
VALOR	3600,00	3798,00	4006,89	4227,27	5351,72	5646,07	5956,60	6284,21
TOTAL	5742,00	6057,81	6390,99	6742,49	8536,00	9005,48	9500,78	10023,32

Fuente: Carta de Energía Eléctrica y Agua Potable Complejo Turístico “Valle Hermoso-Chaltura”.

Elaboración: Autores.

5.3.1.4. Presupuesto Costos de Producción del Complejo Turístico

Permite visualizar de una manera dinámica como están conformados los costos de producción.

**CUADRO N°60
COSTOS DE PRODUCCIÓN**

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
RUBROS								
Materia Prima Directa	89077,01	107351,83	121443,92	130739,12	137929,77	145515,91	153519,28	161962,84
Mano de Obra Directa	34208,76	41374,71	45731,47	50546,99	55869,59	61752,65	68255,21	75442,48
Costos Directos	123285,77	148726,54	167175,39	181286,11	193799,36	207268,56	221774,49	237405,32
Gatos Indirectos de Fabricación	5742,00	6057,81	6390,99	6742,49	8536,00	9005,48	9500,78	10023,32
Costos Indirectos	5742,00	6057,81	6390,99	6742,49	8536,00	9005,48	9500,78	10023,32
Costos de Producción	129027,77	154784,35	173566,37	188028,60	202335,35	216274,04	231275,27	247428,64

Fuente: Cuadros N°:54,56 y 57

Elaboración: Autores.

5.3.2. Gatos Administrativos

Son gastos incurridos en el área administrativa, para el normal funcionamiento de las operaciones y control de la producción del complejo turístico.

**CUADRO N°61
SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL**

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
PERSONAL								
Gerente General	500	552,65	610,84	675,17	746,26	824,84	911,70	1007,70
Contador	400	442,12	488,68	540,13	597,01	659,87	729,36	806,16
Secretaria	264	291,80	322,53	356,49	394,03	435,52	481,38	532,07
SUBTOTAL	1164	1286,57	1422,04	1571,79	1737,30	1920,23	2122,43	2345,93
TOTAL	13968	15438,83	17064,54	18861,44	20847,54	23042,79	25469,20	28151,10

Elaboración: Autores.

A continuación se presenta la proyección de sueldos para los 8 años de horizonte del proyecto, vacaciones y fondos de reserva se pagarán a partir del segundo año como lo establece la ley.

CUADRO N°62
PROYECCIÓN SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
RUBROS								
Salario Básico Unificado	13968,00	15438,83	17064,54	18861,44	20847,54	23042,79	25469,20	28151,10
Fondos de reserva	0,00	1286,57	1422,04	1571,79	1737,30	1920,23	2122,43	2345,93
Aporte Patronal	1697,11	1840,18	1995,31	2163,51	2345,89	2543,65	2758,08	2990,59
Décimo Tercer Sueldo	1164,00	1286,57	1422,04	1571,79	1737,30	1920,23	2122,43	2345,93
Décimo Cuarto Sueldo	792,00	875,40	967,58	1069,46	1182,08	1306,55	1444,13	1596,20
Vacaciones	0,00	582,00	631,06	684,26	741,94	804,49	872,31	945,84
TOTAL	17621,11	21309,54	23502,57	25922,24	28592,05	31537,95	34788,58	38375,58

Elaboración: Autores.

CUADRO N°63
PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
RUBROS								
Sueldo Personal Administrativo	17621,11	21309,54	23502,57	25922,24	28592,05	31537,95	34788,58	38375,58
Suministros de oficina	300,00	316,50	333,91	352,27	371,65	392,09	413,65	436,40
Teléfono Convencional	1200,00	1266,00	1335,63	1409,09	1486,59	1568,35	1654,61	1745,61
Internet Corporativo	960,00	1012,80	1068,50	1127,27	1189,27	1254,68	1323,69	1396,49
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	20081,11	23904,84	26240,62	28810,88	31639,56	34753,07	38180,54	41954,09

Elaboración: Autores.

5.3.3. Gastos de Venta

Para dar a conocer los servicios que ofertará el complejo turístico, se optará por hacer publicidad en los medios de comunicación que tienen mayor acogida en la ciudad y provincia; de acuerdo al estudio de mercado se pudo conocer que los clientes prefieren mayoritariamente la publicidad por televisión, seguido de radio y publicidad escrita, se toma como referencia un crecimiento del 5,50% (inflación) anual.

CUADRO N°64

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8
Publicidad por Televisión	4800,00	5064,00	5342,52	5636,36	5946,36	6273,41	6618,45	6982,46
Publicidad por Radio	1800,00	1899,00	2003,45	2113,63	2229,88	2352,53	2481,92	2618,42
Publicidad Prensa	600,00	633,00	667,82	704,54	743,29	784,18	827,31	872,81
Hojas Volantes	250,00	263,75	278,26	293,56	309,71	326,74	344,71	363,67
TOTAL	7450,00	7859,75	8292,04	8748,10	9229,24	9736,85	10272,38	10837,36

Elaboración: Autores.

El recepcionista como la persona encargada de caja, serán las encargadas de dar a conocer con detalles los servicios que va a prestar el complejo turístico.

CUADRO N°65**SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL**

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
PERSONAL								
Recepcionista	264	291,80	322,53	356,49	394,03	435,52	481,38	532,07
Cajero Vendedor	264	291,80	322,53	356,49	394,03	435,52	481,38	532,07
SUBTOTAL	528	583,60	645,05	712,98	788,05	871,03	962,75	1064,13
TOTAL	6336,00	7003,18	7740,62	8555,70	9456,62	10452,40	11553,04	12769,57

Elaboración: Autores.

CUADRO N°66**PROYECCIÓN SUELDO PERSONAL PARA VENTAS**

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
RUBROS								
Salario Básico Unificado	6336,00	7003,18	7740,62	8555,70	9456,62	10452,40	11553,04	12769,57
Fondos de reserva	0,00	583,60	645,05	712,98	788,05	871,03	962,75	1064,13
Aporte Patronal	769,82	850,89	940,48	1039,52	1148,98	1269,97	1403,69	1551,50
Décimo Tercer Sueldo	528,00	583,60	645,05	712,98	788,05	871,03	962,75	1064,13
Décimo Cuarto Sueldo	528,00	583,60	645,05	712,98	788,05	871,03	962,75	1064,13
Vacaciones	0,00	264,00	291,80	322,53	356,49	394,03	435,52	481,38
TOTAL	8161,824	9868,86	10908,05	12056,67	13326,24	14729,49	16280,51	17994,85

Elaboración: Autores.

Se presenta a continuación la proyección de gastos de venta, con un crecimiento anual del 5,50% (inflación), dato obtenido del INEC.

CUADRO N°67
PRESUPUESTO GASTOS DE VENTA

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
RUBROS								
Publicidad	7450,00	7859,75	8292,04	8748,10	9229,24	9736,85	10272,38	10837,36
Sueldo Personal de Ventas	8161,82	9868,86	10908,05	12056,67	13326,24	14729,49	16280,51	17994,85
TOTAL GASTOS DE VENTA	15611,82	17728,61	19200,09	20804,77	22555,48	24466,34	26552,89	28832,21

Elaboración: Autores.

5.4. Depreciación de Activos Fijos

Para el cálculo de la depreciación se utilizó el método de línea recta. Los porcentajes de depreciación aplicados son:

- | | | |
|-------------------------|-----|---------|
| • Edificaciones | 5% | 20 años |
| • Equipo de oficina | 10% | 10 años |
| • Muebles y enseres | 10% | 10 años |
| • Maquinaria y equipo | 10% | 10 años |
| • Vehículo | 20% | 5 años |
| • Equipo de Computación | 33% | 3 años |
| • Menaje | 25% | 4 años |

CUADRO N°68
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS		DEPRECIACIÓN								
VALOR		%	1	2	3	4	5	6	7	8
Vehículo	21000,00	20	4200,00	4200,00	4200,00	4200,00	4200,00			
Edificación	282927,35	5	14146,3	14146,37	14146,37	14146,37	14146,37	14146,37	14146,37	14146,37
Muebles y enseres	43825,00	10	4382,50	4382,50	4382,50	4382,50	4382,50	4382,50	4382,50	4382,50
Equipo de Computación	5818,00	33	1939,33	1939,33	1939,33					
Equipos	22458,00	10	2245,80	2245,80	2245,80	2245,80	2245,80	2245,80	2245,80	2245,80
Menaje	25746,80	25	6436,70	6436,70	6436,70	6436,70				
TOTAL	401775,15		33350,7	33350,70	33350,70	31411,37	24974,67	20774,67	20774,67	20774,67

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Autores.

5.5. Gastos Financieros

Para el funcionamiento del proyecto se tiene la necesidad de contar con una inversión total de \$ 463.281,88, el 60% de la inversión se obtendrá mediante un crédito en la Corporación Financiera Nacional, a una tasa efectiva del 11,5957% anual a 8 años; los pagos del crédito se realizarán de forma mensual.

5.5.1. Cálculo del Valor Presente de la Deuda

El valor presente de la inversión financiada constituye el costo del dinero en el valor actual y la determinación de las cuotas fijas del préstamo para dicha inversión.

$$VP = \frac{VF * i (1+i)^n}{((1+i)^n - 1)}$$

Donde:

VP= Valor Presente

VF= Valor Futuro (280.000,00)

I = Tasa de interés (11,5759%)

N = Tiempo del Préstamo (8 años)

$$VP = \frac{VF * i (1+i)^n}{((1+i)^n - 1)}$$

$$VP = \frac{280.000 * \frac{0,115759}{12} (1 + \frac{0,115759}{12})^{96}}{((1 + \frac{0,115759}{12})^{96} - 1)}$$

VP = 4.485,80

5.5.2. Tabla de Amortización de la Deuda

**CUADRO Nº 69
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

No.	VENCIMIENTO	SALDO INSOLUTO	INTERES	SALDO SOLUTO	VALOR PRESENTE
0		280.000,00			
1	12-ene-2012	278.215,24	2.701,04	1.784,76	4.485,80
2	11-feb-2012	276.413,26	2.683,83	1.801,98	4.485,80
3	12-mar-2012	274.593,90	2.666,44	1.819,36	4.485,80
4	11-abr-2012	272.756,99	2.648,89	1.836,91	4.485,80
5	11-may-2012	270.902,37	2.631,17	1.854,63	4.485,80
6	10-jun-2012	269.029,84	2.613,28	1.872,52	4.485,80
7	10-jul-2012	267.139,26	2.595,22	1.890,58	4.485,80
8	09-ago-2012	265.230,44	2.576,98	1.908,82	4.485,80
9	08-sep-2012	263.303,20	2.558,57	1.927,24	4.485,80
10	08-oct-2012	261.357,38	2.539,98	1.945,83	4.485,80
11	07-nov-2012	259.392,78	2.521,21	1.964,60	4.485,80
12	07-dic-2012	257.409,23	2.502,25	1.983,55	4.485,80
13	06-ene-2013	255.406,55	2.483,12	2.002,68	4.485,80
14	05-feb-2013	253.384,55	2.463,80	2.022,00	4.485,80
15	07-mar-2013	251.343,04	2.444,30	2.041,51	4.485,80
16	06-abr-2013	249.281,84	2.424,60	2.061,20	4.485,80
17	06-may-2013	247.200,75	2.404,72	2.081,08	4.485,80
18	05-jun-2013	245.099,59	2.384,64	2.101,16	4.485,80
19	05-jul-2013	242.978,16	2.364,37	2.121,43	4.485,80
20	04-ago-2013	240.836,27	2.343,91	2.141,89	4.485,80
21	03-sep-2013	238.673,71	2.323,25	2.162,56	4.485,80
22	03-oct-2013	236.490,30	2.302,39	2.183,42	4.485,80

23	02-nov-2013	234.285,82	2.281,32	2.204,48	4.485,80
24	02-dic-2013	232.060,07	2.260,06	2.225,75	4.485,80
25	01-ene-2014	229.812,85	2.238,59	2.247,22	4.485,80
26	31-ene-2014	227.543,96	2.216,91	2.268,89	4.485,80
27	02-mar-2014	225.253,18	2.195,02	2.290,78	4.485,80
28	01-abr-2014	222.940,30	2.172,92	2.312,88	4.485,80
29	01-may-2014	220.605,11	2.150,61	2.335,19	4.485,80
30	31-may-2014	218.247,39	2.128,09	2.357,72	4.485,80
31	30-jun-2014	215.866,93	2.105,34	2.380,46	4.485,80
32	30-jul-2014	213.463,51	2.082,38	2.403,42	4.485,80
33	29-ago-2014	211.036,90	2.059,19	2.426,61	4.485,80
34	28-sep-2014	208.586,88	2.035,79	2.450,02	4.485,80
35	28-oct-2014	206.113,23	2.012,15	2.473,65	4.485,80
36	27-nov-2014	203.615,71	1.988,29	2.497,51	4.485,80
37	27-dic-2014	201.094,11	1.964,20	2.521,61	4.485,80
38	26-ene-2015	198.548,17	1.939,87	2.545,93	4.485,80
39	25-feb-2015	195.977,68	1.915,31	2.570,49	4.485,80
40	27-mar-2015	193.382,40	1.890,52	2.595,29	4.485,80
41	26-abr-2015	190.762,07	1.865,48	2.620,32	4.485,80
42	26-may-2015	188.116,47	1.840,20	2.645,60	4.485,80
43	25-jun-2015	185.445,35	1.814,68	2.671,12	4.485,80
44	25-jul-2015	182.748,46	1.788,91	2.696,89	4.485,80
45	24-ago-2015	180.025,56	1.762,90	2.722,90	4.485,80
46	23-sep-2015	177.276,38	1.736,63	2.749,17	4.485,80
47	23-oct-2015	174.500,69	1.710,11	2.775,69	4.485,80
48	22-nov-2015	171.698,23	1.683,34	2.802,47	4.485,80
49	22-dic-2015	168.868,72	1.656,30	2.829,50	4.485,80
50	21-ene-2016	166.011,93	1.629,01	2.856,80	4.485,80
51	20-feb-2016	163.127,57	1.601,45	2.884,35	4.485,80
52	21-mar-2016	160.215,39	1.573,62	2.912,18	4.485,80
53	20-abr-2016	157.275,12	1.545,53	2.940,27	4.485,80
54	20-may-2016	154.306,49	1.517,17	2.968,64	4.485,80
55	19-jun-2016	151.309,21	1.488,53	2.997,27	4.485,80
56	19-jul-2016	148.283,03	1.459,62	3.026,19	4.485,80
57	18-ago-2016	145.227,65	1.430,42	3.055,38	4.485,80
58	17-sep-2016	142.172,27	1.400,95	3.084,85	4.485,80
59	17-oct-2016	139.087,42	1.371,48	3.114,33	4.485,80
60	16-nov-2016	135.973,09	1.341,72	3.144,08	4.485,80
61	16-dic-2016	132.829,01	1.311,68	3.174,13	4.485,80
62	15-ene-2017	129.654,88	1.281,35	3.204,46	4.485,80

63	14-feb-2017	126.450,43	1.250,73	3.235,08	4.485,80
64	16-mar-2017	123.215,35	1.219,81	3.265,99	4.485,80
65	15-abr-2017	119.949,36	1.188,61	3.297,20	4.485,80
66	15-may-2017	116.652,16	1.157,10	3.328,70	4.485,80
67	14-jun-2017	113.323,46	1.125,29	3.360,51	4.485,80
68	14-jul-2017	109.962,96	1.093,18	3.392,62	4.485,80
69	13-ago-2017	106.570,34	1.060,77	3.425,04	4.485,80
70	12-sep-2017	103.145,30	1.028,04	3.457,76	4.485,80
71	12-oct-2017	99.687,54	995,00	3.490,80	4.485,80
72	11-nov-2017	96.196,73	961,64	3.524,16	4.485,80
73	11-dic-2017	92.672,58	927,97	3.557,83	4.485,80
74	10-ene-2018	89.114,74	893,97	3.591,83	4.485,80
75	09-feb-2018	85.522,91	859,65	3.626,15	4.485,80
76	11-mar-2018	81.896,76	825,00	3.660,80	4.485,80
77	10-abr-2018	78.235,96	790,02	3.695,78	4.485,80
78	10-may-2018	74.540,19	754,71	3.731,09	4.485,80
79	09-jun-2018	70.809,09	719,06	3.766,74	4.485,80
80	09-jul-2018	67.042,35	683,07	3.802,74	4.485,80
81	08-ago-2018	63.239,61	646,73	3.839,07	4.485,80
82	07-sep-2018	59.400,54	610,05	3.875,76	4.485,80
83	07-oct-2018	55.524,78	573,01	3.912,79	4.485,80
84	06-nov-2018	51.611,99	535,62	3.950,18	4.485,80
85	06-dic-2018	47.661,81	497,88	3.987,92	4.485,80
86	05-ene-2019	43.673,89	459,77	4.026,03	4.485,80
87	04-feb-2019	39.647,86	421,30	4.064,50	4.485,80
88	06-mar-2019	35.583,36	382,47	4.103,34	4.485,80
89	05-abr-2019	31.480,02	343,26	4.142,55	4.485,80
90	05-may-2019	27.337,48	303,67	4.182,13	4.485,80
91	04-jun-2019	23.155,35	263,71	4.222,09	4.485,80
92	04-jul-2019	18.933,26	223,37	4.262,43	4.485,80
93	03-ago-2019	14.670,83	182,64	4.303,16	4.485,80
94	02-sep-2019	10.367,67	141,52	4.344,28	4.485,80
95	02-oct-2019	6.023,39	100,01	4.385,79	4.485,80
96	01-nov-2019	1.637,60	58,11	4.427,70	4.485,80

Fuente: Corporación Financiera Nacional.

Elaboración: Autores.

5.6. Estados Financieros Proforma

Estos estados permiten evaluar de cierta forma la situación económica y financiera del negocio, y así poder tomar decisiones acertadas para la implementación y desarrollo de las actividades del complejo turístico.

5.6.1. Estado de Situación Financiera

También denominado como Balance de Arranque, Presenta la situación financiera y económica del proyecto, de manera estimada, registrando fuentes de capital, activos fijos y el patrimonio con que se cuenta para iniciar la actividad, se detalla a continuación:

CUADRO N°70
COMPLEJO TURÍSTICO “VERANO PLACER”
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 01 DE ENERO DEL AÑO XXXX

ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		13.726,73
CAPITAL DE TRABAJO	13.726,73	
 ACTIVOS FIJOS		 441.775,15
TERRENO	40.000,00	
EDIFICACIÓN	282.927,35	
MAQUINARIA Y EQUIPO	28.276,00	
MUEBLES Y ENSERES	43.825,00	
MENAJE	25.746,80	
VEHÍCULO	21.000,00	
 ACTIVOS DIFERIDOS		 7.780,00
GASTOS CONSTITUCIÓN	7.780,00	
 TOTAL ACTIVOS		 <u>463.281,88</u>
 PASIVOS		 280.000,00
PASIVOS CORRIENTES		
PRÉSTAMO	280.000,00	
 PATRIMONIO		 183.281,88
CAPITAL PROPIO	183.281,88	
 TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	 <u>463.281,88</u>	 <u>463.281,88</u>

CONTADOR

GERENTE

Elaboración: Autores.

5.6.2. Estado de Resultados Proyectado

El estado de pérdidas y ganancias proyectado muestra la gestión que se realizará en el complejo turístico, para determinar utilidades o pérdidas al término de un año económico.

CUADRO N ° 71
COMPLEJO TURÍSTICO “VERANO PLACER”
ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA
AL 01 DE ENERO DEL AÑO XXXX

AÑOS RUBROS	PERÍODOS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Ingresos	262.418,80	316.260,68	357.772,20	385.163,07	406.347,04	428.696,13	452.274,41	477.149,51
-Costos de Producción	129.027,77	154.784,35	173.566,37	188.028,60	202.335,35	216.274,04	231.275,27	247.428,64
=UTILIDAD BRUTA	133.391,03	161.476,33	184.205,83	197.134,47	204.011,69	212.422,09	220.999,14	229.720,87
-Gastos Administrativos	20.081,11	23.904,84	26.240,62	28.810,88	31.639,56	34.753,07	38.180,54	41.954,09
-Gastos de Venta	15.611,82	17.728,61	19.200,09	20.804,77	22.555,48	24.466,34	26.552,89	28.832,21
-Depreciaciones	33.350,70	33.350,70	33.350,70	31.411,37	24.974,67	20.774,67	20.774,67	20.774,67
-Gastos financieros	31.238,87	28.480,47	25.385,28	21.912,15	18.015,80	13.673,20	8.818,87	3.377,72
=UTILIDAD OPERACIONAL	33.108,53	58.011,70	80.029,14	94.195,31	106.826,18	118.754,81	126.672,18	134.782,18
-15% PARTICIPACIÓN UTIL. TRABAJADORES	4.966,28	8.701,75	12.004,37	14.129,30	16.023,93	17.813,22	19.000,83	20.217,33
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	28.142,25	49.309,94	68.024,77	80.066,01	90.802,25	100.941,58	107.671,35	114.564,85
IMPUESTO A LA RENTA	7.035,56	12.327,49	17.006,19	20.016,50	22.700,56	25.235,40	26.917,84	28.641,21
=UTILIDAD NETA PROYECTADA	21.106,69	36.982,46	51.018,58	60.049,51	68.101,69	75.706,19	80.753,52	85.923,64

Elaboración: Autores.

5.6.3. Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivadas de ingresos (Ingresos Proyectados) y egresos de efectivo (Proyección de gastos), constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando.

5.6.3.1. Flujo de Caja con Protección (para evaluación financiera del proyecto)

- Para la proyección de precios se utilizó la tasa de inflación del año 2011, misma que fue del 5,50%, según dato obtenido en el INEC.

CUADRO N °72

AÑOS	PERÍODOS							
RUBROS	1	2	3	4	5	6	7	8
Equipo de Computación	5.818,00	6.137,99	6.475,58	6.831,74	7.207,48	7.603,89	8.022,11	8.463,32
Menaje	25.746,80	27.162,87	28.656,83	30.232,96	31.895,77	33.650,04	35.500,79	37.453,33
Vehículo	21.000,00	22.155,00	23.373,53	24.659,07	26.015,32	27.446,16	28.955,70	30.548,26

Elaboración: Autores.

- Los porcentajes estimados para la recuperación de venta de activos se demuestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N ° 73

RUBROS	%
Terreno	150
Edificación	90
Maquinaria y Equipo	20
Muebles y Enseres	20
Vehículo	70
Menaje	60
Equipo de Computación	60

Elaboración: Autores.

CUADRO N °74
COMPLEJO TURÍSTICO “VERANO PLACER”
FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN
AL 01 DE ENERO DEL AÑO XXXX

AÑOS	PERÍODOS								
RUBROS	0	1	2	3	4	5	6	7	8
⟨INVERSIÓN INICIAL⟩	-463.281,88								
UTILIDAD OPERACIONAL		33.108,53	58.011,70	80.029,14	94.195,31	106.826,18	118.754,81	126.672,18	134.782,18
+ DEPRECIACIÓN		33.350,70	33.350,70	33.350,70	31.411,37	24.974,67	20.774,67	20.774,67	20.774,67
- REINVERSIÓN									
Equipo de Computación				6475,58				8.022,11	
Menaje					30.232,96				37.453,33
Vehículo						26.015,32			
-15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		4.966,28	8.701,75	12.004,37	14.129,30	16.023,93	17.813,22	19.000,83	20.217,33
-IMPUESTOS		7.035,56	12.327,49	17.006,19	20.016,50	22.700,56	25.235,40	26.917,84	28.641,21
+RECUPERACIÓN VENTA DE ACTIVOS									
Terreno									60.000,00
Edificación									254.634,62
Maquinaria y Equipo									4.491,60
Muebles y Enseres									8.765,00
Vehículo						14.700,00			18.210,72
Menaje					15.448,08				22.472,00
Equipo de Computación				2.327,20				3.885,35	4.813,26
FLUJO NETO PROYECTADO		54.457,39	70.333,16	80.220,90	76.676,00	81.761,04	96.480,86	97.391,42	442.632,18

Elaboración: Autores.

5.7. Evaluación Financiera

5.7.1. Costo de Capital

Para un proyecto la tasa de redescuento es lo mínimo que debe generar un proyecto, los porcentajes de las tasas de ponderación se obtuvieron de la Corporación Financiera Nacional.

CUADRO N ° 75
COSTO DE CAPITAL

COSTO DE CAPITAL				
RUBROS	VALOR	% ESTRUCTURA	TASA PONDERADA	VALOR PONDERADO
Inversión financiada	280.000,00	60	11,5759	694,55
Inversión Propia	183.281,88	40	4,10	164,00
INVERSIÓN TOTAL	\$ 463.281,88	100	TASA PONDERADA	858,55
			COSTO CAPITAL CK	8,59%
			INFLACIÓN ANUAL	5,50%

Fuente: Corporación financiera nacional.

Elaboración: Autores.

5.7.2. Tasa de Redescuento o Rendimiento Medio

Está calculada por la inflación anual del país al 2011, siendo 5,50%.

$$\begin{aligned} \text{TRM} &= (1+\text{CK})(1+\text{INF})-1 \\ \text{TRM} &= (1+0,0859)(1+0,0550)-1 \\ \text{TRM} &= 0,1456 \\ \text{TRM} &= 0,1456 \\ \text{TRM} &= 14,56\% \end{aligned}$$

5.7.3. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Es la suma de todos los flujos de efectivo mencionados en los años proyectados y restar la inversión inicial, si el resultado de esta operación es igual o superior a cero debe aceptarse el proyecto.

➤ Cálculo Flujos Netos Actualizados, se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{FE 1}{(1+r)^1} + \frac{FE 2}{(1+r)^2} + \frac{FE 3}{(1+r)^3} + \frac{FE 4}{(1+r)^4} + \frac{FE 5}{(1+r)^5} + \frac{FE 5}{(1+r)^5} + \frac{FE 6}{(1+r)^6} + \frac{FE 7}{(1+r)^7} + \frac{FE 8}{(1+r)^8}$$

$$VAN = \frac{54.457,39}{(1+0,1456)^1} + \frac{70.333,16}{(1+0,1456)^2} + \frac{80.220,90}{(1+0,1456)^3} + \frac{76.676,00}{(1+0,1456)^4} + \frac{81.761,04}{(1+0,1456)^5} + \frac{96.480,86}{(1+0,1456)^6} + \frac{97.391,42}{(1+0,1456)^7} + \frac{442.632,18}{(1+0,1456)^8}$$

CUADRO N ° 76

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS

AÑOS DE FLUJOS	FLUJOS NETOS	TASA DE RESDESCUENTO 14,56%	FLUJOS ACTUALIZADOS
1	54.457,39	1,1456	47.536,13
2	70.333,16	1,3124	53.591,28
3	80.220,90	1,5035	53.356,64
4	76.676,00	1,7224	44.517,16
5	81.761,04	1,9732	41.436,34
6	96.480,86	2,2605	42.681,84
7	97.391,42	2,5896	37.608,82
8	442.632,18	2,9666	149.203,48
TOTAL	999.952,94		469.931,68

Elaboración: Autores.

VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS – INVERSIÓN

VAN= 469.931,68 – 463.281,88

VAN= 6.649,80.

VAN= \$6.649,80 > 0, en consecuencia se acepta el proyecto.

Con este cálculo se ha obtenido que el VAN es diferente o mayor que cero por lo tanto el proyecto es factible, de realizar.

5.7.4. Cálculo del TIR

Para este cálculo debemos obtener el VAN positivo y el VAN Negativo procedimiento que nos permitirá identificar la tasa interna de retorno.

CUADRO N°77

TIR

TASA DE RESDESCUENTO 14,56%	FLUJOS ACTUALIZADOS POSITIVOS	TASA DEL 15,20%	FLUJOS ACTUALIZADOS NEGATIVOS
1,1456	49.100,24	1,1500	48.912,38
1,3124	55.063,88	1,3225	54.643,33
1,5035	54.742,29	1,5209	54.116,34
1,7224	42.830,68	1,7490	42.178,94
1,9732	42.911,23	2,0114	42.096,58
2,2605	44.063,09	2,3131	43.061,18
2,5896	38.401,99	2,6600	37.385,21
2,9666	146.675,38	3,0590	142.245,50
	473.788,78		464.639,46

Elaboración: Autores.

VAN (-)= 456.724,82 - 463.281,88

VAN (-)= -6.557,06

$$TIR = TRI + \left[(TRS - TRI) \left(\frac{VANI}{VANI - VANS} \right) \right]$$

$$TIR = 0,1456 + \left[(0,152 - 0,1456) \left(\frac{6.649,80}{6.649,80 - (-6.557,06)} \right) \right]$$

$$TIR = 14,88\%$$

La tasa interna de retorno que se calculó muestra que: la rentabilidad en el proyecto con una tasa del 14,88% positiva, en los años de validez del proyecto, dicho indicador supera a la tasa pasiva vigente en el sistema financiero, la inversión muestra que tiene un mínimo riesgo, el proyecto es viable.

5.7.5. Período de Recuperación de la inversión

CUADRO N ° 78
RECUPERACIÓN DE LA INVERSION

AÑOS	CAPITAL	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
1	463.281,88	47.536,13	47.536,13
2		53.591,28	101.127,41
3		53.356,64	154.484,05
4		44.517,16	199.001,21
5		41.436,34	240.437,55
6		42.681,84	283.119,39
7		37.608,82	320.728,20
8		149.203,48	469.931,68
TOTAL		469.931,68	

Elaboración: Autores.

$$RI = 463.281,88 - 320.728,20 = 142.553,68$$

$$RI = 149.203,48 / 12 = 12.433,62$$

$$RI = 149.203,48 / 12.433,62 = 12,00 \text{ (meses)}$$

El período de recuperación de la inversión es de 7 años 12 meses; es decir que la inversión se puede recuperar dentro de los ocho años.

5.7.6. Costo- Beneficio

El costo – beneficio refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y gastos.

CUADRO ° 79
CÁLCULO DEL COSTO- BENEFICIO

AÑOS	INGRESOS	TASA DE RESDESCUENTO 14,56%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	262.418,80	1,1456	229.066,69	229.310,27	200.166,09
2	316.260,68	1,3124	240.979,00	258.248,98	196.776,22
3	357.772,20	1,5035	237.961,98	277.743,06	184.732,88
4	385.163,07	1,7224	223.621,02	290.967,76	168.932,36
5	406.347,04	1,9732	205.935,91	299.520,86	151.796,60
6	428.696,13	2,2605	189.649,43	309.941,32	137.113,89
7	452.274,41	2,5896	174.650,96	325.602,23	125.735,04
8	477.149,51	2,9666	160.838,66	342.367,33	115.405,97
TOTAL	3.086.081,84		1.662.703,64	2.333.701,82	1.280.659,05

Elaboración: Autores.

$$1- \text{ COSTO – BENEFICIO} = \frac{\Sigma \text{Flujos Netos Acumulados}}{\text{Inversión}}$$

$$C/B = \frac{469.931,68}{463.281,88}$$

$$\text{COSTO - BENEFICIO} = 1.01$$

El valor calculado del costo – beneficio, significa que por cada dólar de inversión se recupera 1,01 dólares.

$$2- \text{ COSTO - BENEFICIO} = \frac{\Sigma \text{Ingresos actualizados}}{\Sigma \text{Gastos actualizados}}$$

$$C/B = \frac{1.662.703,64}{1.280.659,05}$$

COSTO - BENEFICIO = 1.30

El valor calculado del costo – beneficio, significa que por cada dólar de egreso, se obtiene de ingreso 1,30 dólares.

5.7.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se calcula con base a la siguiente fórmula:

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

De donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

Los siguientes son considerados como costos variables, ya que estos varían de acuerdo a las ventas y las tasas de interés que podrían variar de un trimestre a otro:

**CUADRO Nº 80
COSTOS VARIABLES**

DETALLE	AÑO 1
COSTO PRODUCCIÓN	129.027,77
TOTAL	129.027,77

Elaboración: Autores.

Los costos fijos son valores que permanecen constantes sin importar el volumen de ventas que se tenga en un período determinado, esto son los siguientes:

**CUADRO N° 81
COSTOS FIJOS**

DETALLE	AÑO 1
Gastos Administrativos	20.081,11
Gastos de Venta	15.611,82
Depreciación	33.350,70
Gastos Financieros	31.238,87
TOTAL	100.282,50

Elaboración: Autores.

**CUADRO N° 82
COSTOS TOTALES**

DETALLE	AÑO 1
COSTOS FIJOS	100.282,50
COSTOS VARIABLES	129.027,77
TOTAL	229.310,27

ELABORACIÓN: Autores.

Una vez detallado los costos fijo, variables y los costos totales, seguidamente calculamos el punto de equilibrio con la fórmula antes descrita.

$$PE = \frac{100.282,50}{1 - \frac{129.027,77}{262.418,80}}$$

$$PE = 197284,73$$

**CUADRO N° 83
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA CADA AÑO**

RUBROS	PERÍODOS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
COSTOS FIJOS	100.282,50	103.464,63	104.176,68	102.939,16	97.185,50	93.667,28	94.326,96	94.938,69
COSTOS VARIABLES	129.027,77	154.784,35	173.566,37	188.028,60	202.335,35	216.274,04	231.275,27	247.428,64
VENTAS	262.418,80	316.260,68	357.772,20	385.163,07	406.347,04	428.696,13	452.274,41	477.149,51
PUNTO DE EQUILIBRIO	197284,73	202641,43	202336,28	201123,44	193572,45	189033,08	193039,98	197195,62

ELABORACIÓN: Autores.

Para poder cubrir todos los costos y gastos que generará el complejo turístico en el primer año, es necesario vender **197.284.73** dólares, con este valor no se tendrá ni ganancia ni pérdida.

5.8. Resumen de evaluadores financieros

**CUADRO N° 84
RESUMEN DE LA EVALUACIÓN**

EVALUACIÓN FINANCIERA	VALOR	RESULTADO
VAN > 0	6.649,80	O.K
TIR	14,88%	O.K
C/B	1.30	O.K
Punto de equilibrio	197.284.73	O.K
Periodo de recuperación de la inversión	7 años, 12 meses	O.K

Elaboración: Autores.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1. Logotipo

GRAFICO N° 4

LOGOTIPO

Complejo Turístico "Verano Placer"



6.2. Misión

Contribuir con el bienestar de las personas que decidan visitar el complejo turístico, brindando un excelente servicio en todas las instalaciones, aplicando procesos eficientes y técnicos para el buen funcionamiento del mismo, con un personal capacitado en cada área a su cargo, que permitir al cliente se sienta muy satisfecho.

6.3. Visión

Ser el mejor complejo turístico que cuente con la infraestructura, belleza escénica, espacios verdes, gastronomía, descanso y confort. El Complejo turístico "Verano Placer", será una empresa turística reconocida a nivel nacional e internacional como un atractivo digno de ser visitado, enfocado al turismo extranjero y nacional que aprecie la naturaleza y comparta nuestra filosofía de conservación.

6.4. Objetivos de la Empresa

- Lograr la inserción del complejo dentro del mercado turístico de la zona.
- Satisfacer las necesidades de todos los clientes que visitarán el complejo turístico.
- Innovar ofreciendo nuevos y múltiples servicios, así como promociones y ofertas.
- Desarrollar y crecer dentro del mercado un 5% anual en todas las actividades.
- Aumentar las ganancias y recuperar la inversión realizada.

6.5. Principios

6.5.1. Calidad

La calidad siempre será factor determinante en la decisión de compra de materia prima e insumos.

6.5.2. Servicio

Destacarse en la calidad del servicio al cliente, elemento importante para satisfacer las necesidades del cliente.

6.5.3. Competitividad

La calidad de los servicios y atención siempre debe prevalecer, serán garantía de competitividad en el mercado.

6.5.4. Trabajo en Equipo

Construir un grupo de trabajo firme y persistente, para afrontar aciertos y dificultades. Con el aporte individual dar soluciones y llenar las expectativas de la empresa.

6.6. Valores

6.6.1. Espíritu Constructivo

Se refiere a la actitud positiva, al optimismo, al incremento de la cadena de valor, a la creatividad y buena fe que deben prevalecer en la intención y en la acción de todos los que laboren en el Complejo turístico.

6.6.2. Respeto

El respeto a los demás es un valor básico que nos induce a cordialidad, armonía, aceptación e inclusión que deben ser signos distintivos de las relaciones interpersonales y entre las áreas dentro del ámbito laboral.

6.6.3. Lealtad

La lealtad es la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad y defensa de intereses que en todo momento debemos demostrar, para y por nuestra empresa.

6.6.4. Excelencia en el Logro de Objetivos

La “excelencia en el logro de objetivos” es un valor determinante que nos demanda calidad, esfuerzo, empeño y coraje para lograr resultados exitosos en nuestro trabajo y por consiguiente, en la consecución de los objetivos que el complejo ha trazado.

6.6.5. Profesionalismo

Es la responsabilidad, seriedad, constancia, involucramiento, entrega, dedicación y esmero que cada integrante del equipo de trabajo debe imprimir a sus funciones y tareas, buscando sumarse a la misión del Complejo.

6.6.6. Honestidad

El valor de la “honestidad” es la rectitud, honorabilidad, decoro, respeto y modestia que debemos manifestar los integrantes del complejo en las actividades.

6.7 Organización Estructural de la Empresa

El presente proyecto consiste en la creación de una empresa turística en la parroquia de San José de Chaltura, la cual será beneficiada con la creación de puestos de trabajo.

6.7.1. Funciones Básicas de la Organización

Las funciones básicas han sido agrupadas en tres departamentos: Administrativo, Ventas y Producción.

6.7.1.1. Departamento Administrativo

Este departamento es el encargado de: planificar, coordinar, supervisar y dirigir todas las actividades administrativas y económicas de la empresa turística, así como también; organizar, capacitar e incentivar el departamento de ventas. Para el cumplimiento de sus funciones, el departamento administrativo contará con: un Gerente, un Contador y una Secretaria.

6.7.1.2. Departamento de Ventas

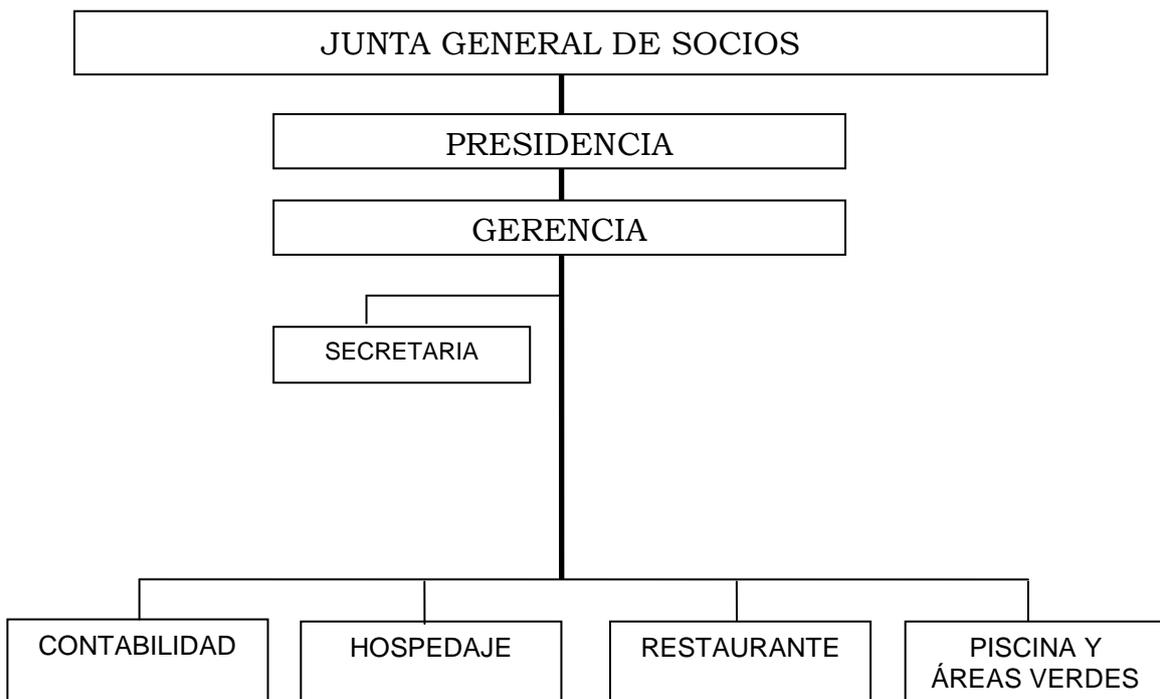
Son las encargadas vender los productos y servicios que existirán en el complejo turístico, para lo cual se contará con 2 personas, una encargada del área de restaurante y la otra del hospedaje.

6.7.1.3. Departamento de Producción

En este departamento se ejecutará el proceso de los productos que van a ser ofertados como: cuidado y mantenimiento de las habitaciones, toda la gastronomía que va a ser ofertada, mantenimiento y limpieza de la piscina, cuidado del área verde. Para lo cual se necesitarán 7 personas.

6.7.2. Organigrama Estructural

GRAFICO N° 5
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL COMPLEJO TURISTICO
“VERANO PALCER”



6.8. Organización Interna de la Empresa

La empresa turística localiza cuatro niveles jerárquicos, en los cuales se desarrollarán las actividades de la misma, fundamental para la puesta en marcha. Los principales niveles son los siguientes.

6.8.1. Nivel Legislativo o Superior

Está constituida por los socios de la compañía y serán los responsables de la conducción de la misma, hacia la obtención de los objetivos que ella persigue, que es la de brindar los servicios de: hospedaje, restaurante, relajación y diversión en un entorno ecológico. Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, normar los procedimientos, dictar reglamentos internos, nombrar al Gerente y tomar decisiones sobre la marcha de la organización.

6.8.2. Nivel Ejecutivo

El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la compañía, será designado por la junta general de socios y ejercerá sus funciones por el periodo de tres años, pudiendo ser reelegido. Será responsable de la administración de la compañía, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, información, decisiones, y control. Jerárquicamente dependerá de la junta general de socios.

6.8.3. Nivel Administrativo

Está integrado por el contador y secretaria.

6.8.3.1. Contador

Es la persona encargada de tomar las operaciones administrativas y financieras de la empresa, para el buen desarrollo y funcionamiento de las

actividades de la organización, mediante la emisión, análisis e interpretación oportuna de la información financiera generada en la empresa.

6.8.3.2. Secretaria

Se encuentra ubicada como nivel de apoyo de Gerencia, es la encargada de elaborar las formas y documentos correspondientes al giro de la empresa, emitir y organizar actividades del Gerente General y proporcionar al público buena imagen corporativa.

6.8.3.3. Ventas

Son las personas encargadas de informar los productos y servicios del complejo turístico, para su posterior venta.

6.8.4. Nivel Operativo

Son las personas de cumplir a cabalidad con el proceso de elaboración y prestación de los servicios de la empresa.

6.8.4.1. Cocinera

Constituyen las personas encargadas de la producción y elaboración de todos los platos típicos que el complejo turístico ofertará.

6.8.4.2. Ayudante de Cocina

Es la persona encargada de prestar apoyo a los cocineros, directamente relacionado con la producción.

6.8.4.3. Camarera

Es la persona encargada de organizar y cuidar la estética de las habitaciones.

6.8.4.4. Meseros

Constituye la persona encargada del servicio en el área del restaurante.

6.8.4.5. Limpieza y Mantenimiento

Es el encargado de la limpieza y mantenimiento de las áreas verdes del complejo turístico.

6.9. Manual de Funciones

Le permitirá a la empresa identificar claramente las funciones generales y específicas, así como también las responsabilidades de cada empleado en sus diferentes áreas de trabajo.

A continuación se presenta una Descripción de las funciones:

6.9.1. Área Administrativa

JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Descripción General

Velar por el buen funcionamiento de la empresa, así como tomar las mejores decisiones, procedimientos para el correcto desarrollo y crecimiento de la institución.

Funciones:

- Designar y remover al Gerente, así como fijar su remuneración.
- Aprobar las cuentas y los balances que presente el Gerente General.
- Resolver la forma de reparto de utilidades.
- Consentir o no la admisión de nuevos socios.
- Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social.
- Resolver la disolución anticipada de la compañía.

- Acordar la exclusión del socio por las causales siguientes:

El socio que se sirve de la firma o de los capitales en provecho propio; o que comete fraude en la administración o en contabilidad; o se ausenta y, requerido, no vuelve ni justifica la causa de su ausencia.

El socio que interviniera en la administración sin estar autorizado por el contrato de la compañía.

El socio que constituido en mora no hace el pago de su cuota.

En general, los socios que falten gravemente al cumplimiento de sus obligaciones.

- El socio excluido no queda libre del resarcimiento de los daños y perjuicios que hubiere causado.
- Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra del Gerente.
- Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas, responsabilizando al Gerente por su ejecución.
- Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la compañía.
- Interpretar o reformar el estatuto y resolver aumentos o disminuciones de capital, de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes.
- Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc.

PRESIDENTE

Descripción General

Dirigir y controlar el funcionamiento de la compañía. Representar a la compañía en todos los negocios y contratos con terceros en relación con el objeto de la sociedad, también convoca y preside las reuniones de la Junta Directiva.

Perfil del puesto

- Edad de 30 a 35 años.
- Estado civil casado o casada.
- Estudios profesionales en administración o carreras afines.
- Experiencia en trabajos similares.

Funciones

- El Presidente es el representante Legal de la Coalición Empresarial, para todos los actos judiciales y extrajudiciales.
- Dirigir y representar legalmente a la empresa. Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa, la ejecución de las funciones administrativas y técnicas, la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la empresa.
- Asignar y supervisar al personal de la empresa, los trabajos.
- Presidir las sesiones de la Asamblea y de la Junta Directiva, suscribiendo las respectivas actas.
- Cumplir y hacer cumplir las decisiones adoptadas por la Junta.
- Ejercer las demás atribuciones que le correspondan según el Estatuto y Reglamento correspondientes.
- Crear los empleos que juzgue necesarios para el buen servicio de la compañía, señalarles funciones, fijar las remuneraciones de los mismos y removerlos libremente.

GERENTE GENERAL

Descripción General

Establecer un liderazgo de manera que controle, dirija y evalúe las actividades a realizarse dentro de la empresa.

Perfil del Puesto

- Título profesional (Administración, Contabilidad o Economía).
- Liderazgo para la conducción, formación y motivación de equipos de trabajo.
- Flexibilidad para adaptarse a las necesidades de la compañía.
- Experiencia en labores afines a su trabajo.

Funciones

- Formular los planes y programas que debe cumplir la compañía y someterlos a la aprobación de la Junta General de Socios.
- Dirigir y coordinar las actividades de la compañía, como velar por la correcta y eficiente marcha de la misma.
- Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios.
- Gestionar préstamos y efectivizarlos, previo la autorización de La Junta General de Socios.
- Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía previo conocimiento de La Junta General de Socios.
- Coordinar los programas de capacitación del personal.
- Someter a la aprobación de La Junta General de Socios el orgánico estructural y funcional de la compañía, reglamentos internos.
- Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía.
- Cumplir y hacer cumplir las leyes dentro del ámbito de la compañía.
- Ejecutar las decisiones que se tome en la Junta General de Socios.

6.9.2. Área de Apoyo

CONTADOR (A)

Descripción General

Responsable de la información financiera de la empresa, con claridad, oportunidad y ética profesional.

Perfil del Puesto

- Contador (a) Público
- Excelente capacidad e iniciativa de liderazgo
- Experiencia en labores afines de su trabajo
- Estar dispuesto(a) a trabajar bajo presión

Funciones

- Elaborar los registros contables, mantener el control interno y emitir estados financieros oportunamente cuando el Gerente los requiera.
- Supervisar el cumplimiento de las obligaciones legales.
- Formular declaraciones de impuestos tributarios.
- Planificar y organizar el proceso contable que va hacer establecido en la organización.
- Organizar y mantener los archivos de la empresa.
- Establecer calendarios de pagos tanto a los proveedores como a los empleados.
- Recibir y revisar facturas, órdenes de pago, ingresos y egresos de la empresa.
- Presentar los Estados financieros.
- Asesorar al Gerente y a la Junta General de socios en aspectos financieros.
- Manejar lo relacionado con el IESS.

Descripción General

Tomar la respectiva información de los asuntos que se traten en la empresa, la misma que se llevará en forma ordenada y clara todos los registros.

Perfil del Puesto

- Título profesional
- Experiencia en labores afines de su trabajo
- Pro actividad
- Buena presencia
- Habilidad, honestidad, creatividad

Funciones:

- Conocimientos y experiencia en atención al cliente.
- Ser oportuna al momento de tomar los apuntes en las reuniones.
- Elaborar un cronograma de Gerencia.
- Fluidez Verbal.
- Atención telefónica adecuada.
- Compromiso con sus respectivas obligaciones designadas.
- Impulsar y promocionar las ventas externas.
- Conocimiento amplio de los servicios del complejo turístico.
- Conocimientos informáticos
- Tener conocimientos básicos de inglés.

6.9.3. Área Comercial

CAJERO(A) - RECEPCIONISTA

Descripción General

Encargados de la parte comercial de la empresa, impulsar las ventas de todos los servicios, conocer específicamente precios y promociones del complejo turístico.

Perfil del Puesto

- Conocimientos de computación
- Buena presencia
- Fluidez Verbal
- Experiencia en atención al cliente.
- Experiencia en el cobro de diferentes formas de pago (Efectivo, Cheque, cobros electrónicos)
- Capacidad para trabajar en equipo
- Pro actividad
- Habilidad para vender

Funciones

- Atender a los clientes y turistas con amabilidad y cordialidad.
- Elaborar listas de grupo y distribuir las.
- Registrar huéspedes y grupos.
- Asignar habitaciones
- Capacidad para vender y cerrar las ventas
- Controlar llaves de habitaciones y atender problemas de los huéspedes
- Solicitar trabajos relacionados con mantenimiento.
- Promover los servicios de la empresa y dar su opinión para mejoras.
- Comentar a su jefe las opiniones de los clientes.
- Mantener limpio su lugar de trabajo.
- Realizar pedidos de papelería.

6.9.4. Área Operativa

COCINERO(A)

Descripción General

La persona responsable de preparar toda la gastronomía que ofertará el complejo turístico, con el debido cuidado y utilizando insumos e ingredientes de primera clase.

Perfil del Puesto

- Tener conocimientos de cocina
- Experiencia mínimo de un año en cocina.
- Ser responsable en el trabajo
- Trabajar en equipo y bajo presión.

Funciones:

- Preparar todos los pedidos que se van a realizar.
- Entregar los pedidos a tiempo.
- Mantener limpia el área de cocina diariamente.
- Cuidar todos los utensilios de su área.
- Reportar diariamente a contabilidad los platos de alimentos preparados.
- Dar de baja los alimentos caducados o dañados.
- Realizar un listado de los materiales e insumos que se estén agotando.
- Preparar toda la gastronomía con el mayor cuidado e higiene posible.
- Reportar productos dañados que los proveedores entreguen.
- Utilizar diariamente el uniforme.
- Ubicar los desechos y basura en diferentes tachos o basureros.
- Tener ordenado los materiales e insumos.

AUXILIAR DE COCINA

Descripción General

Brinda el apoyo total al cocinero(a), es el encargado de ayudar que el proceso productivo se desempeñe con una mayor eficiencia.

Perfil del Puesto

- Título de bachiller
- Tener conocimientos de cocina
- Ser responsable en el trabajo
- Trabajar en equipo y bajo presión
- Creatividad
- Honestidad
- Habilidad

Funciones:

- Ser dinámico, ágil, y muy activo.
- Estar a disposición de los cocineros.
- Ejecutar las acciones que son dispuestas por su inmediato superior.
- Operar los equipos correctamente.
- Ubicar los materiales e insumos en su respectivo lugar.
- Utilizar diariamente el uniforme.
- Mantener limpia el área que utiliza.
- Ser responsable y puntual en sus labores.

CAMARERO(A) Y MESERO(A)

Descripción General

Realizan las operaciones de atención y mantenimiento de su área de trabajo.

Perfil del Puesto

- Título de bachiller
- Tener experiencia mínima de 1 año en atención al cliente
- Buena presencia
- Responsable en su trabajo
- Pro activo
- Honestidad
- Creatividad
- Habilidad

Funciones:

- Atender al cliente con educación y cultura.
- Entregar la habitación o el pedido de restaurante con amabilidad.
- Mantener su uniforme totalmente limpio.
- Cuidar su aspecto personal.
- Servir el pedido a la mesa del cliente o habitación.
- Estar pendiente del requerimiento que pueda hacer el cliente.
- Asear las habitaciones todas las mañanas.
- Verificar que las habitaciones cuenten con todo lo necesario.
- Informar cualquier anomalía detectada
- Tener buena relación con los clientes.
- Mantener limpia su área de trabajo.

MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

Descripción General

Persona encargada de mantener limpia el área verde y las instalaciones externas del complejo turístico.

Perfil del Puesto

- Persona mayor de 25 años
- Disposición para trabajo a presión
- Tener experiencia del cargo
- Ser una persona multifacética
- Honestidad
- Carisma
- Conocimientos de jardinería

Funciones:

- Realizar la limpieza de piscinas y áreas verdes.
- Verificar que se haga buen uso de las instalaciones.
- Cuidar y mantener en buen estado los espacios verdes.
- Reemplazar los insumos que se terminen en los baños, duchas etc.
- Informar en caso de encontrar algún daño o anomalías.
- Atender y dirigir a los clientes con: educación, amabilidad, y respeto.
- Mantener aseado y utilizar diariamente el uniforme asignado.
- Estar pendiente de los requerimientos que puedan hacer los clientes.

6.10. Aspectos Legales

La empresa debe cumplir requerimientos mínimos y obligatorios para su funcionamiento, en el Ecuador las empresas de carácter productivas se rigen principalmente por las disposiciones de: ley de compañías, el Código de Comercio y el Código Civil, adicionalmente también: patente municipal, ministerio de salud, cámara de producción, servicio de rentas internas, entre otras.

6.10.1. Registros Legales

Debe obtener los siguientes registros obligatorios:

6.10.1.1. Registro Único de Contribuyentes

El RUC, es un documento que garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el mismo que es público, intransferible, personal y único, en el que el contribuyente puede tener una o varias actividades, por lo que tiene la obligación de actualizarlo. A continuación se detallan los pasos para su obtención:

- Llenar el formulario respectivo 101A, 101B.
- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando la Ley lo exija así.
- Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

6.10.1.2. Permiso Municipal

La patente municipal se obtiene en la Municipalidad de Atuntaqui, misma que es obligatoria para ejercer la actividad económica, los requisitos son los siguientes:

- Copia del RUC
- Copia del nombramiento del representante legal
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación, en la que se incluirá los datos personales del representante legal: Dirección domiciliaria, número telefónico convencional y celular.
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.
- Certificación del contador del capital de operación con el que inicia la actividad económica.

6.10.1.3. Permiso de los Bomberos

Este permiso se lo obtiene en las dependencias de los Bomberos, los cuales van a inspeccionar extintores y las instalaciones que estén correctamente realizadas, y así no haya ningún riesgo al momento del funcionamiento.

- Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Copia del RUC
- Copia de la Patente Municipal

6.10.1.4. Permiso Sanitario y Ambiental

Sanitario:

Para este tipo de actividad este permiso es el más importante, ya que en él se justifica higiene y salud tanto de la planta como del personal que va a laborar en la empresa, a través de los exámenes médicos y pulcritud en las instalaciones, los requisitos son los siguientes:

- Ficha de inspección.
- Permiso del Cuerpo de bomberos y Patente Municipal-
- Copia del RUC.
- Certificados de salud de todos los empleados (original y copia).
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.

Ambiental:

La Licencia Ambiental como la autorización que otorga la autoridad ambiental competente, mediante acto administrativo, a una persona, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que conforme a la ley y a los reglamentos, puede producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje, y en la que se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el beneficiario de la Licencia Ambiental debe cumplir para prevenir, mitigar, corregir, compensar y manejar los efectos ambientales del proyecto, obra o actividad autorizada, para obtener la licencia ambiental son los siguientes:

- El Proponente debe solicitar al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado (PFE). Esta solicitud debe contener:
- Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
- Razón Social del Proponente

- Apellidos y Nombres del Representante Legal
- Dirección
- Ciudad
- Teléfono No.
- E-mail
- Nombre del Proyecto
- Actividad y una breve descripción del proyecto
- Ubicación del Proyecto en coordenadas UTM (Datum PSAD56).

Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente de US/50.00, de conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo Ministerial No. 068.

6.10.1.5. Licencia de Turismo

Con todos estos requisitos el Ministerio de Turismo realiza una Inspección para poder categorizar el servicio y emite un informe. El mismo que servirá para dar trámite a la licencia de funcionamiento, cumpliendo otros requisitos que solicita la dirección de Turismo los mismos que son:

- Certificación del IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual) de no encontrarse registrada la razón social que va utilizar en la empresa.
- Copia de la escritura de Constitución.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante.
- Lista de precios original y copia.
- Escritura del el lugar donde funcionara la empresa.
- Copia del RUC.
- Copia de la Cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Pago del 1 x 1000 del Ministerio de Turismo.
- Permiso de uso de suelo y patente municipal.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 Operatividad del Análisis de Impactos

En el presente capítulo se analizarán los principales impactos que genera la implantación del complejo turístico, logrando así establecer aspectos positivos y negativos de los mismos.

La valoración de los distintos niveles de impactos se detalla a continuación:

CUADRO N° 85
NIVELES DE IMPACTOS

CUANTIFICACIÓN	CALIFICACIÓN
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Después de examinar la matriz, partimos al análisis de cada uno de los impactos.

7.1.1. Impacto Social

La implementación del complejo turístico mejorará la calidad de vida de sus propietarios y de las personas que intervienen en este proyecto, evitando así la migración que es uno de los principales problemas sociales.

CUADRO N° 86
MATRIZ DEL IMPACTO SOCIAL

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de empleo							X
Estabilidad laboral						X	
Mejoramiento del nivel de vida						X	
Desarrollo del lugar					X		
TOTAL					1	4	3

Elaboración: Autores

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{1 + 4 + 3}{4} = \mathbf{2.00}$$

De acuerdo al análisis; el nivel del impacto social es (2) positivo, la implantación de este proyecto generará, fuentes de empleo y por ende garantiza estabilidad laboral para todos los empleados, en el lugar donde va a estar situado generar nuevas actividades económicas y esto dará paso al desarrollo económico de la zona.

7.1.2. Impacto Educativo

El beneficio que tendrá la comunidad con la ejecución del complejo turístico es brindar una alternativa para investigaciones, visitas con fines educativos, charlas, conferencias, cursos y seminarios que indudablemente elevará su nivel educativo y cultural.

CUADRO N° 87
MATRIZ DEL IMPACTO EDUCATIVO

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Guía de Consultas					X		
Generación de temas de investigación						X	
Incentivo para emprendimientos					X		
Motivar a la innovación de los estudiantes							X
TOTAL					2	2	3

Elaboración: Autores

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{2 + 2 + 3}{4} = 1.75$$

El nivel de impacto educativo es positivo, el proyecto servirá como motivación para los estudiantes emprendedores, los cuales podrán analizar en otras alternativas afines al turismo, generando en el futuro mayores propuestas e innovación en nuevos productos y/o servicios.

7.1.3. Impacto Ambiental

CUADRO N° 88

MATRIZ DEL IMPACTO AMBIENTAL

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contaminación del medio ambiente						x	
Conservación de recursos naturales							X
Empleo racional de los recursos						x	
Desarrollo del ecoturismo							X
TOTAL					0	4	6

Elaboración: Autores

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{4 + 6}{4} = 2.5$$

El impacto ambiental se considera un nivel medio en lo referente a contaminación, ya que por ser de tipo ecológico se tratará en lo mínimo de afecta a la naturaleza, por tal razón los desechos se los clasificara para evitar un mayor impacto ambiental, por lo tanto se conservara el medio ambiente y el entorno natural del lugar, empleando los recursos naturales eficientemente para poder fomentar el turismo y desarrollar una cultura de protección a la naturaleza en los ciudadanos.

7.1.4. Impacto Económico

CUADRO N° 89

MATRIZ DEL IMPACTO ECONÓMICO

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Oferta de empleo							x
Estabilidad económica Familiar							X
Acceso a satisfacer necesidades básicas						x	
Mejoramiento calidad de vida							x
TOTAL					0	2	9

Elaboración: Autores

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{2 + 9}{4} = 2.75$$

El complejo turístico generará empleo tanto en forma directa como indirecta, directa al utilizar la mano de obra local y personal que laborará en la misma y la indirecta con la utilización de servicios de terceros, la misma que generaría ingresos a todas las personas involucradas, mejorando de alguna manera la calidad de vida de dichas familias. Dándoles la posibilidad de satisfacer las necesidades básicas y además se está proporcionando rentabilidad a propietarios de la compañía.

7.2. Matriz General

CUADRO N° 90

MATRIZ DE IMPACTOS GENERALES

INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social						x	
Impacto Educativo						x	
Impacto Ambiental							x
Impacto Económico							x
TOTAL						4	6

Elaboración: Autores

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{N} = \frac{4 + 6}{4} = 2.5$$

En términos generales diríamos que el proyecto genera un nivel alto positivo, de acuerdo a la matriz de valorización, lo cual es muy bueno ya que se puede determinar que la creación del Complejo Turístico es viable en todos los aspectos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES

Una vez que se ha diseñado el Proyecto de Factibilidad del complejo turístico, se puede afirmar que se han alcanzado todos los objetivos propuestos. A continuación se exponen los principales logros y hallazgos en las siguientes conclusiones:

a. El diagnóstico situacional elaborado en la parroquia de San José de Chaltura, del Cantón Antonio Ante, permitió caracterizar a la zona donde estará situado el Complejo turístico. Se analizaron aspectos tales como: la historia de formación de este pueblo, su geografía, demografía, y sobre todo conocer las actividades y desarrollo económico, todos estos datos fueron cimientos estables para ejecutar los siguientes pasos del proyecto. Se logró determinar que en la parroquia de San José de Chaltura se dan las potencialidades económicas y turísticas suficientes como para implantar un Complejo Turístico.

b. Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado. Consultas bibliográficas y aportes personales que enfocan conceptos y definiciones importantes de los variados aspectos descritos para la formulación del presente proyecto.

c. El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la demanda potencial insatisfecha, que fácilmente puede ser captada por la nueva empresa a constituirse. El estudio realizado nos proporcionó valiosa información relacionada con la demanda, oferta, precios y formas de comercialización. Este tipo de servicio logrará la satisfacción de los posibles clientes. Se identificó la demanda y oferta del servicio de hospedaje, distracción y recreación en el cantón Antonio Ante, dando una

pauta positiva para la creación de un Complejo Turístico, ya que en la parroquia actualmente no existe este servicio.

d. En el estudio técnico, se estableció como lugar de constitución y funcionamiento de la empresa en la Parroquia de San José de Chaltura, Cantón Antonio Ante, debido a que el servicio que se ofrecerá es de tipo ecológico-turístico y esta parroquia es el sitio ideal, porque tiene una naturaleza atractiva.

e. En el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es factible. Al inicio la inversión es alta pero se logrará recuperar en 7 años, 12 meses; es decir dentro de los ocho años. Se tiene una tasa interna de retorno del 14,88% y un valor actual neto positivo de 6.649,80, costo beneficio se ubica en 1.30, por lo cual garantiza la ejecución del proyecto para la creación del Complejo Turístico “Verano Placer”.

f. En lo referente a la estructura orgánica y funcional, ésta ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas de la empresa. Se definió el aspecto legal de creación de la empresa, su misión, visión, principios, las funciones y responsabilidades de cada integrante o empleado de la compañía, por tal razón una vez establecido los términos de funcionamiento y organización no existirán errores y desvíos de trabajos ni de responsabilidades.

g. El nivel de los impactos analizados es positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es totalmente viable, en la zona de influencia como es la parroquia de San José de Chaltura.

2. RECOMENDACIONES:

a. El lugar donde se pretende crear el complejo turístico, posee un ambiente agradable, que debería ser aprovechado; ya que en la actualidad los turistas optan por los lugares tranquilos y rodeados de naturaleza.

b. Se debe tomar en cuenta que el sustento teórico, sirve como base y apoyo para cualquier disposición que puedan tomar más adelante los dueños o directivos de una empresa.

c. Para satisfacer la demanda es necesario brindar un servicio de calidad; ya que éste es muy escaso en la zona. Para darse a conocer se deberá realizar publicidad y de esta manera irse posesionando en el mercado, que debido a la competencia no será tan difícil.

d. El diseño del complejo turístico debe ser llamativo y atractivo, puesto que su caracterización es ecológica, se debe tomar en cuenta la naturaleza de esta manera se logrará atraer a los turistas amantes de la naturaleza.

e. En lo que se refiere a inversión al inicio es una cantidad considerable, pero que en poco tiempo será recuperada. Se sugiere a los inversionistas o socios que ejecuten el proyecto con toda seguridad, ya que obtendrán beneficios en corto tiempo y brindarán empleo a varias personas que necesitan una fuente de ingreso.

f. Una compañía debe tener establecido todos los parámetros de organización y funcionamiento; designado estatutariamente todas las responsabilidades de cada empleado, para evitar problemas en el desarrollo de las actividades.

g. Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes.

BIBLIOGRAFÍA:

BRAVO, Mercedes, Contabilidad General; Séptima Edición, año 2007

BRAVO, Oscar, Contabilidad de Costos 1998, Colombia.

CHIAVENATO, Idalberto, Iniciación de la Organización y Técnica Comercial, año 2001.

CHIAVENATO, Idalberto, Fundamentos de la administración; Quinta edición, año 2006.

CHIAVENATO, Idalberto, Administración de Recursos Humanos; Octava edición, año 2007.

CORVODA, Marcial, formulación y evaluación de proyectos, Bogotá 2006.

DIAZ, Hernando, Contabilidad General, año 2002.

Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Madrid España,

Diccionario de Lenguaje Español, año 2005.

Enciclopedia, Encarta, año 2012.

ETZEL, Michael, Administración Financiera; novena edición, año 2007.

FONTAINE, Ernesto, evaluación social de proyectos, decimotercera edición, 2008 México

GALLEGU, Pablo, Historia de la Misión Carmelita en Sucumbíos, año 2008.

Archivos de la Tenencia Política de la parroquia San José de Chalura.

GÓMEZ, Giovanni E, Contabilidad de Costos, año 2001.

HARGADON, Bernard, Principios de Contabilidad, cuarta edición, año 1984. Colombia.

HARGADON, Bernard, Contabilidad de Costos, 1985, Colombia, segunda edición.

HERNANDEZ, Alejandro, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. año 2008, quinta edición.

- JACOBSON**, Lyle. (1995), Contabilidad de Costos.
- JOHN J. Wild**, Administración Financiera; novena edición, año 2007.
- KOTTLER**, Philip, Principios de Marketing, doceava edición, año 2008.
- LAWRENCE J. Gitman**, Principios de Administración Financiera décima edición, año 2003.
- MIRANDA**, Juan José, Gestión de Proyectos, 5ta edición año, 2005 Bogotá. Colombia.
- NASSIR**, Sapag Chain, proyectos de inversión y evaluación, primera edición 2007, México.
- RAMIREZ**, Angoitia, Contabilidad de Costos, año 2005.
- REYES PONCE**, Agustín, Administración Moderna; edición México, año 2005.
- REYEZ Ponce A**, Administración de personal. Relaciones Humanas; II Parte, año 2000.
- SANCHEZ**, Oscar, Introducción a la Contabilidad, 2008, México.
- SARMIENTO**, Rubén, Contabilidad General. Ecuador, Cuenca Ecuador, décima edición 2004.
- STANTON**, Willian J. Fundamentos de Marketing; décima edición, año 2005.
- URBINA**, Gabriel, evaluación de proyectos, quinta edición, México 2006.
- VASCONEZ**, José Vicente, Contabilidad General para el siglo XXI, primera edición 2001, Quito Ecuador
- VELEZ**, German Arboleda, formulación, evaluación de proyectos, 1998 Colombia cuarta edición.
- ZAPATA**, Pedro, Contabilidad General, sexta edición, año 2008, México.

LINCOGRAFÍA:

- [http//.www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- [http//.www.exploringecuador.com](http://www.exploringecuador.com)
- [http//.www.antonioante.gov.ec](http://www.antonioante.gov.ec)
- [http//.www.gmtulcan.gov.ec](http://www.gmtulcan.gov.ec)
- www.promonegocios.net
- www.wikipedia.org/wiki/Promoción
- www.wiki.answers.com
- www.econlink.com.ar
- www.gestialba.com
- www.eco-finanzas.com
- www.gestiopolis.com

ANEXOS

ANEXO "A" Encuesta Población Urbana de Imbabura



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA

Objetivo: Determinar la factibilidad para la creación de un complejo turístico en la parroquia de Chaltura, Cantón Antonio Ante.

Encuestas dirigidas a personas entre 16 a 65 años de edad. Para lo cual le solicitamos a usted marcar con una x las opciones que considere convenientes.

Cantón:..... **Parroquia:**.....

Sexo:

Masculino.....

Femenino.....

Edad:.....

1. ¿Cada qué tiempo ud. visita un complejo turístico?

SEMANALMENTE	<input type="checkbox"/>
CADA 15 DÍAS	<input type="checkbox"/>
CADA MES	<input type="checkbox"/>
CADA 3 MESES	<input type="checkbox"/>
CADA 6 MESES	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué precio Ud. paga por estos servicios:

a. Comida

b. Piscina

c. Hospedaje

2 a 5 Dòlares	<input type="checkbox"/>
6 a 8 Dòlares	<input type="checkbox"/>
9 a 12 Dòlares	<input type="checkbox"/>

2 a 4 Dòlares	<input type="checkbox"/>
5 a 7 Dòlares	<input type="checkbox"/>
8 a 10 Dòlares	<input type="checkbox"/>

15 a 20	<input type="checkbox"/>
21 a 25	<input type="checkbox"/>
26 a 30	<input type="checkbox"/>
31 a 35	<input type="checkbox"/>
Màs de 36	<input type="checkbox"/>

3. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar en el nuevo complejo turístico por estos servicios?:

Cuy	<input type="text"/>
Bandeja de fritada	<input type="text"/>
Parrillada	<input type="text"/>

4. ¿Usted cuanto estaría dispuesto a pagar por?:

a. Cuy

8 Dòlares	<input type="text"/>
10 Dòlares	<input type="text"/>
12 Dòlares	<input type="text"/>

b. Bandeja de fritada

6 Dòlares	<input type="text"/>
8 Dòlares	<input type="text"/>
10 Dòlares	<input type="text"/>

c. Parrillada

7 Dòlares	<input type="text"/>
9 Dòlares	<input type="text"/>
11 Dòlares	<input type="text"/>

5. ¿Usted como prefiere el agua de una piscina en un complejo turístico: ?

Caliente	<input type="text"/>
Temperada	<input type="text"/>
Fria	<input type="text"/>

6. ¿Usted qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de piscina en el nuevo complejo turístico?

3 a 4 Dòlares	<input type="text"/>
5 a 6 Dòlares	<input type="text"/>
7 a 8 Dòlares	<input type="text"/>

7. ¿En qué medio informativo prefiere usted publicidad?

Prensa	<input type="text"/>
Radio	<input type="text"/>
Televisión	<input type="text"/>

8.- ¿Le gustaría visitar o alojarse: días ordinarios, fines de semana o feriados en un complejo turístico en la Parroquia de San José de Chaltura, el cual le brinde los servicios que usted necesita para disfrutar a plenitud su estancia?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Parcialmente de acuerdo

Nada de acuerdo

9.- ¿Cada que tiempo estaría dispuesto alojarse en este complejo turístico Ud. y su familia?

Semanalmente

Mensualmente

Trimestralmente

Feridos

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona el servicio de hospedaje en este complejo turístico, ubicado en la Parroquia de Chaltura Cantón Antonio Ante?

15 a 20 Dòlares

21 a 25 Dòlares

26 a 30 Dòlares

31 a 35 Dòlares

Màs de 36

11.- ¿De los servicios que ofrecería el complejo turístico a cual se inclinaría usted

Hospedaje

Restaurant

Piscina

ANEXO “B” Entrevista Administrador del Complejo Turístico



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENTREVISTA

Objetivo: Determinar la factibilidad para la creación de un complejo turístico en la parroquia de Chaltura, Cantón Antonio Ante.

Encuestas dirigidas a propietarios de paraderos y/o complejos turísticos de la parroquia San José de Chaltura.

Paradero Complejo turístico:.....

Propietario :.....

1. *¿Qué opinión tiene al respecto de crear un complejo turístico en la Parroquia de Chaltura el cual brinde los siguientes servicios: Hospedaje, Restaurante, Sala de reuniones, Piscina, Aéreas infantiles, aéreas de esparcimiento, entretenimiento y relajación?*

2. *¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas?*

3. *¿Cómo determinó el costo del palto típico del cuy?*

4. *¿Cuáles son los horarios de atención que maneja?*

5. *¿Cuál sería su recomendación para manejar un complejo turístico referente a: Cajas, Cocina, Mano de Obra e Insumos?*

