



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL BALNEARIO “EL PUENTE AYORA”, CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI.”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA  
COMERCIAL**

**AUTORA:** ROMERO I. Lilian J

**DIRECTOR:** Eco. CORRALES Manuel

**IBARRA, OCTUBRE, 2012**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad de un complejo turístico en las vertientes naturales “El Puente Ayora” ciudad el Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi, los resultados se resumen a continuación: Con el diagnóstico situacional aplicado a la zona de influencia del proyecto se conoció el comportamiento turístico de la oferta como la demanda turística, así como también se determinó la existencia de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su ejecución los cuales pueden ser potencializados o mitigados. Todo el estudio está respaldado por bases teóricas y científicas las cuales facilitaron el cumplimiento de los objetivos planteados en cada capítulo que amparan la investigación realizada. El Estudio de Mercado permitió ampliar a otras localidades cercanas a la ubicación del proyecto como son: Bolívar y Mira, para lograr cuantificar una demanda potencial suficiente que permita la factibilidad del proyecto, respondiendo a las exigencias y expectativas de los futuros clientes. El estudio técnico determinó una inversión significativa, en especial para los activos productivos, esto garantiza tener servicio diferenciado y con calidad asegurada para que el proyecto funcione. Para ejecutar las operaciones se estableció la parte administrativa como legal de la constitución de la empresa, concluyendo que es necesario un buen lineamiento estratégico y contar con talento humano acorde a las necesidades del proyecto. Además el presente estudio está avalado por un adecuado análisis financiero el cual nos da como resultado evaluadores financieros adecuados que demuestran su factibilidad porque están dentro de los rangos esperados. Finalmente se evaluó los posibles impactos que se van a generar como producto de la implantación del proyecto, teniendo como resultado un impacto general positivo.

## EXECUTIVESUMMARY

The present study aims to determine the feasibility of a resort in the natural springs "The Bridge Ayora" Angel City, Canton Espejo Carchi province, the results are summarized as follows: With the situational analysis applied to the area of influence the project was known tourist behavior supply and tourism demand, as well as determined the existence of allies, opponents, opportunities and risks that the project will have the time of execution which may be potentiated or mitigated. The whole study is supported by theoretical and scientific foundations which facilitated the fulfillment of the objectives in each chapter that protect research Market Research on. El allowed to expand to other places near the project location as: Bolivar and Mira, to achieve quantify potential demand sufficient to allow the project's feasibility, responding to the demands and expectations of future customers. The technical study found a significant investment, especially for productive assets, that have differentiated service guarantees and quality assurance for the project work. To run the operations was established as the administrative legal constitution of the company and concluded that we need a good strategic guideline and human talent have according to the needs of the project. Furthermore, this study was supported by a proper financial analysis which assessors gives results that demonstrate adequate financial feasibility because they are within expected ranges. Finally we evaluated the potential impacts that will be generated as a result of the implementation of the project, resulting in an overall positive impact.

## **AUTORIA**

YO, Lilian Janiva Romero Ibujés, declaro bajo juramento que el trabajo descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentada para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....

### **Firma**

Lilian Janiva Romero Ibujés

C.C. 040145039-0

## **CERTIFICACIÓN DEL ASESOR**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada LILIAN JANIVA ROMERO IBUJÉS, para optar por el título de Ingeniería Comercial con el tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL BALNEARIO “EL PUENTE AYORA”, CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCH”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación y defensa oral, expuesta al tribunal examinador que se designe.

**Eco. Manuel Corrales**

**DIRECTOR**

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

Yo: Lilian Janiva Romero Ibujés, con cédula de identidad Nro. 040145039-0, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 Y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL BALNEARIO “EL PUENTE AYORA”, CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI” que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERO COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo 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.

---

Lilian Janiva Romero Ibujés

C.C. 040145039-0

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040145039-0
APELLIDOS Y NOMBRES:	LilianJaniva Romero Ibijés
DIRECCIÓN:	Ibarra – Ecuador
EMAIL:	<a href="mailto:janisromi_23@hotmail.com">janisromi_23@hotmail.com</a>
TELÉFONO FIJO:	062608697
TELEFONO MÓVIL	085593009*

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el balneario “El Puente Ayora”, ciudad el Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi
AUTOR:	LilianJaniva Romero Ibijés
FECHA:	
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
PROGRAMA:	X PREGRADO POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Eco. Manuel Corrales

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, Lilian Janiva Romero Ibijés, con cédula de identidad Nro. 040145039-0, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## **3. CONSTANCIAS**

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

Ibarra, a los 24 días del mes de julio de 2012

EL AUTOR:

(Firma)

Nombres: Romero Ibijés Lilian Janiva

C.C.: 040145039-0

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre:.....

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA.....

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_

## *Dedicatoria*

*El presente trabajo de grado dedico a Dios, por regalarme la salud, la vida y una hermosa familia*

*A mi angelito que está en cielo, Israel, y a mi abuelita Flvira por ser ejemplo de lucha por la vida y amor incondicional.*

*A mis padres Manolo y Esmeralda, mi Tia Mariana quienes con esfuerzo y sabiduría me inculcaron grandes valores y gracias a su dedicación y sacrificio y amor hicieron posible la culminación de mi carrera,*

*Janiwa Romero*

## AGRADECIMIENTO

### *Agradecimiento*

*Mi agradecimiento a Dios por darme la Salud y Fortaleza para culminar mi trabajo de grado.*

*A mis padres por estar a mi lado siempre y enseñarme que después de un fracaso hay una nueva oportunidad de vida*

*A los catedráticos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas quienes a más de sus enseñanzas siempre nos brindaron su amistad y colaboraron de una u otra manera para lograr este sueño hecho realidad, al Fco Manuel Corrales, por su colaboración incondicional en el desarrollo del presente Trabajo*

*A mis queridos e inolvidables compañeros de aula con quienes compartí mis triunfos y fracasos del cual me llevo los mejores recuerdos*

*Gracias*

## INTRODUCCIÓN

El propósito del presente proyecto es dar una nueva oportunidad de negocio en base al turismo en la ciudad El Ángel, Provincia del Carchi, basándose en los estudios realizados por el presente proyecto, se busca contribuir a la conservación de las vertientes naturales del “Puente Ayora” tan importantes y valiosas para la comunidad Angeleña.

Como beneficiarios directos a la ejecución de este proyecto serán nuestros clientes, brindándoles un servicio de calidad y excelencia, así mismo a los habitantes del sector contribuyendo a su desarrollo social. Al poner en marcha este proyecto creará un efecto multiplicador que beneficie al Cantón y las comunidades aledañas, ya que originará la creación de negocios a los alrededores del proyecto contribuyendo a que los habitantes tengan nuevos y nuevas fuentes de trabajo y de esta manera alimentar su economía creando estabilidad laboral y familiar.

Al estudiar los aspectos anteriores podemos darnos cuenta que un complejo turístico sería muy factible en este lugar, aprovechando ya la acogida que tiene la ciudad El Ángel por los turistas gracias a su reserva ecológica. “El Puente Ayora” es un lugar especial que goza de una belleza exquisita, ubicación perfecta y todo lo que le rodea hacen preferible para muchos que gustan del campo y lugares alejados libres de contaminación como preferencia para su descanso después de una semana de trabajo. El turismo es una de las principales fuentes de ingreso y generador de empleo en el país y al tener la oportunidad de contar con este atractivo natural, como son las vertientes del “Puente Ayora” nace la idea de darle un uso adecuado, creando un complejo turístico en beneficio de todos; pobladores, turistas y por supuesto a los amantes de la naturaleza y la diversión.

La factibilidad y viabilidad del proyecto a ejecutarse es favorable desde los siguientes puntos:

Desde el punto de vista material el proyecto es viable ya que se dispone con el ambiente y el espacio adecuado para la realización del complejo turístico; amplios espacios verdes, naturaleza dotada de hermosura, y lo más importante desde el punto de vista social por la gran acogida que tiene el balneario por los habitantes del Cantón.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el balneario “El Puente Ayora”, ciudad El Ángel, Cantón Espejo, provincia del Carchi.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ✓ Realizar un diagnóstico situacional de la actividad turística del cantón Espejo para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.
- ✓ Establecer el marco teórico que permita sustentar la investigación a través de la información bibliográfica y actualizada.
- ✓ Efectuar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial a satisfacer en el servicio turístico del Cantón Espejo.
- ✓ Realizar un estudio técnico para establecer los requerimientos del proyecto utilizando en forma eficiente los recursos disponibles.
- ✓ Realizar un estudio financiero para determinar el monto óptimo de inversión y la rentabilidad.
- ✓ Establecer la propuesta estrategia del complejo turístico para su funcionamiento.
- ✓ Realizar el análisis de los impactos que se generarán con la puesta en marcha de del proyecto en los ámbitos económico, social y ambiental.

## METODOLOGÍA

El método es el instrumento clave para acercarse a la verdad. La metodología científica se encuentra en el conjunto de formas en la adquisición y evolución de nuevos conocimientos. La metodología a aplicarse en el proyecto es de tipo Inductivo deductivo.

### **Método Inductivo**

*Según BERNAL César (2006): expresa “Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de particulares aceptados como validos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.”*

El método inductivo será utilizado al momento de la realización del estudio de mercado, el cual nos ayudará a determinar la viabilidad del proyecto.

### **Método Deductivo**

*Según BERNAL César (2006): expresa que el Método Deductivo “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones en general para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de explicación universal y de comprobada validez para aplicarlos a soluciones o hechos particulares”*

Este método lo utilizaremos al desarrollar el marco teórico, donde partiremos del tema general “El Turismo Mundial” a deducir lo particular “El Turismo Local”, hasta llegar a determinar las conclusiones y recomendaciones.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>Contenido</b>	<b>Págs.</b>
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVESUMMARY.....	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA .....	ix
<i>Agradecimiento</i> .....	x
INTRODUCCIÓN.....	xi
OBJETIVOS DEL .....	xii
OBETIVO GENERAL.....	xii
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	xii
METODOLOGÍA.....	xiii
Método Inductivo.....	xiii
Método Deductivo.....	xiii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	xiv

ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxv
CAPITULO I.....	30
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	30
ANTECEDENTES.....	30
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	31
Objetivo General.....	31
Objetivos Específicos.....	31
VARIABLES.....	32
INDICADORES.....	32
MATRIZ DE RELACIÓN.....	34
TÉCNICA OPERATIVA.....	36
Determinación de la población.....	36
Determinación de la muestra.....	36
Instrumentos de Recolección de Información.....	37
TABULACION Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	38
Resultados de las encuestas dirigidas a los habitantes hombres y mujeres de 25 a 65 años del Cantón Espejo, provincia del Carchi. ....	38
Resultados de las entrevistas.....	46
DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y RIESGOS .....	55

Aliados.....	55
Oponentes.....	56
Oportunidades.....	56
Riesgos.....	57
CRUCE AOR.....	58
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO.....	60
CAPITULO II.....	61
MARCO TEÓRICO.....	61
LA EMPRESA.....	61
Clases de Empresas.....	61
Empresa de Servicios.....	63
Empresa turística.....	64
EL TURISTA.....	65
Definición de turista.....	65
EL TURISMO.....	65
Definición de turismo.....	65
Clasificación del turismo.....	66
Atractivos turísticos.....	66
Importancia del turismo.....	68
Profesión turística.....	68
Mercado turística .....	68

Oferta turística.....	68
Demanda turística.....	69
TIPOS DE TURISMO.....	69
Turismo alternativo.....	69
Ecoturismo.....	70
Turismo rural.....	70
Turismo de aventura.....	71
Turismo de salud.....	71
Turismo de negocios.....	71
TIEMPO LIBRE.....	72
RECREACIÓN.....	72
Servicios recreativos.....	73
Características de los servicios recreativos.....	73
OMT.....	74
MERCADO META U OBJETIVO.....	74
Estrategias de mercadeo.....	75
FUNDAMENTOS TÉCNICOS.....	77
Estudio Técnico.....	77
Localización óptima del proyecto.....	78
ESTRUCTURA ESTRATÉGICA.....	79

Misión.....	79
Visión.....	79
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	79
Organigrama.....	80
FUNDAMENTOS FINANCIEROS.....	80
Inversión fija.....	80
Inversión diferida.....	81
Inversión variable.....	81
Estados de situación inicial.....	82
Estado de resultados.....	82
Estado de flujo de efectivo.....	83
EVALUADORES FINANCIEROS.....	84
Valor actual neto (VAN).....	84
Tasa interna de retorno (TIR).....	85
Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	85
Costo beneficio.....	85
Punto de equilibrio.....	86
IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS (MATRIZ DE EVALUACIÓN) .....	86
CAPITULO III.....	87
ESTUDIO DE MERCADO.....	87
IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO. ....	87

Piscina.....	88
Sauna y turco.....	88
Hidromasaje natural y artificial.....	89
Canchas deportivas.....	89
Juegos Infantiles.....	89
Áreas naturales.....	89
Restaurantes.....	90
Parqueadero.....	90
MERCADO META.....	90
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	90
Demanda Histórica.....	91
DETERMINACIÓN DE LA TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA.....	92
Segmentación.....	93
Identificación De La Demanda Actual.....	98
Proyección de la Demanda.....	98
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	99
DETERMINACIÓN DE LA OFERTA.....	100
Proyección Oferta.....	100
BALANCE DEMANDA - OFERTA.....	101
ANÁLISIS DE PRECIOS.....	101

ESTRATEGIAS DE MERCADEO.....	102
Estrategias de servicio.....	102
Estrategias de precio.....	102
Estrategias de publicidad.....	102
Estrategia de plaza.....	103
Conclusiones del Estudio de Mercado.....	103
CAPÍTULO IV.....	105
ESTUDIO TÉCNICO.....	105
LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.....	105
Macro-localización.....	105
Micro-localización.....	106
Matriz de localización.....	108
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	109
Mercado Objetivo.....	109
Disponibilidad de Materia Prima.....	109
Infraestructura.....	109
Financiamiento.....	110
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	110
Diseño de instalaciones.....	111
FLUJOGRAMA DEL SERVICIO.....	112
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	113

Espacio físico.....	113
Infraestructura civil.....	113
Muebles y enseres.....	116
Maquinaria y equipo.....	117
Equipo de computación.....	117
Equipo de oficina.....	117
Menaje.....	118
Talento humano.....	118
CAPÍTULO V.....	119
ESTUDIO FINANCIERO.....	119
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.....	119
INGRESOS.....	120
Proyección de Ingresos.....	120
EGRESOS.....	121
Costos de Operación.....	121
Gastos Administrativos.....	124
Gastos de Ventas.....	125
Gastos Financieros.....	126
Depreciación y amortización de diferidos.....	128
ESTADOS FINANCIEROS.....	128
Estado de situación inicial.....	129

Estado de resultados.....	129
Estado de Flujo de Caja.....	130
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	131
Determinación del Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio.....	131
Valor Actual Neto (VAN).....	132
Tasa interna de retorno.....	133
Sensibilidad de la tasa de retorno.....	134
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	135
Costo beneficio .....	136
Punto de equilibrio del proyecto.....	136
Resumen de la evaluación de la inversión.....	137
CAPITULO VI.....	138
PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	138
ASPECTO ESTRATÉGICO.....	138
Nombre del complejo.....	138
Slogan.....	138
Logotipo .....	138
Misión.....	138
Visión.....	139
Objetivo.....	139

Políticas institucionales.....	140
ASPECTO ORGANIZATIVO.....	140
Organización estructural.....	140
Descripción de puestos y funciones.....	141
ASPECTO LEGAL.....	147
Permisos de funcionamiento.....	147
IMPACTOS.....	153
SOCIAL.....	154
ECONÓMICO.....	155
AMBIENTAL.....	156
IMPACTO GENERAL.....	157
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	158
CONCLUSIONES .....	158
RECOMENDACIONES.....	159
BIBLIOGRAFÍA.....	160
LINKOGRAFÍA.....	162
ANEXOS.....	163

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Contenido</b>	<b>Págs.</b>
Gráfico No 1 INGRESOS MENSUALES.....	38
Gráfico No 2 FRECUENCIA DE RECREACIÓN.....	39
Gráfico No 3 PREFERENCIAS.....	40
Gráfico No 4 CALIDAD DEL SERVICIO.....	41
Gráfico No 5 DEFICIENCIA DE SITIOS TURÍSTICOS.....	41
Gráfico No 6 TIPO DE ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	42
Gráfico No 7 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.....	43
Gráfico No 8 .ALIMENTACIÓN.....	44
Gráfico No 9 SERVICIO RESTAURANTE.....	44
Gráfico No 10 PRECIO.....	45
Gráfico No 11 ACEPTACIÓN DEL PROYECTO.....	46
Gráfico No 12 ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	67
Gráfico No 13 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	75
Gráfico No 14 MAPA DEL CANTÓN ESPEJO.....	106
Gráfico No 15 CRÓQUIS DE MICROLOCALIZACIÓN.....	107
Gráfico No 16 DISEÑO ARQUITECTÓNICO DEL COMPLEJO.....	111
Gráfico No 17 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	136
Gráfico No 18 LOGOTIPO.....	138

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Cuadro No. 1 INGRESOS MENSUALES.....	38
Cuadro No. 2 FRECUENCIA DE RECREACIÓN.....	39
Cuadro No. 3 PREFERENCIAS.....	40
Cuadro No. 4 CALIDAD DEL SERVICIO.....	40
Cuadro No. 5 DEFICIENCIA DE SITIOS TURÍSTICOS.....	41
Cuadro No. 6 TIPO DE ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	42
Cuadro No. 7 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.....	43
Cuadro No. 8 ALIMENTACIÓN.....	43
Cuadro No. 9 SERVICIOS DE RESTAURANTE.....	44
Cuadro No. 10 PRECIO.....	45
Cuadro No. 11 ACEPTACIÓN DEL PROYECTO.....	45
Cuadro No. 12 FLUJO TURÍSTICO DEL COMPLEJO LA CALERA.....	48
Gráfico No 13 TURISTMO EXTRANJERO.....	91
Cuadro No. 14 VISITANTES DE LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS A PROVINCIA DEL CARCHI.....	92
Cuadro No. 15 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE CRECIMIENTO DEL TURISMO DE LA PROVINCIA DEL CARCHI.....	92
Cuadro No. 16 CUADRO DE VARIABLES DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.....	93
Cuadro No. 17 CUADRO DE SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA.....	93
Cuadro No. 18 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN BOLÍVAR.....	94

Cuadro No. 19 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO.....	94
Cuadro No. 20 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN MIRA.....	94
Cuadro No. 21 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN BOLIVAR HOMBRES Y MUJERES EN EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 25-65 AÑOS DE EDAD.....	95
Cuadro No. 22 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO HOMBRES Y MUJERES EN EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 25-65 AÑOS DE EDAD.....	95
Cuadro No. 23 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN BOLÍVAR HOMBRES Y MUJERES EN EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 25-65 AÑOS DE EDAD.....	96
Cuadro No. 24 CUADRO DE CÁLCULO DE LA POBLACIÓN META.....	96
Cuadro No. 25 CUADRO DE CÁLCULO DE LA POBLACIÓN DEL MERCADO E.....	97
Cuadro No. 26 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL POSIBLE ACTUAL.....	98
Cuadro No. 27 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TURISTAS DE LOS CANTONES: BOLÍVAR, ESPEJO Y MIRA.....	99
Cuadro No. 28 ANÁLISIS DE LOS CENTROS TURÍSTICOS DE LOS CANTONES: BOLÍVAR, ESPEJO Y MIRA.....	99
Cuadro No. 29 CAPACIDAD INSTALADA DE LA OFERTA.....	100
Cuadro No. 30 PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	100
Cuadro No. 31 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA PROYECTADO.....	101

Cuadro No. 32 MATRIZ DE LOCALIZACIÓN.....	108
Cuadro No. 33 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	110
Gráfico No 34 DISEÑO ARQUITECTÓNICO DEL COMPLEJO.....	111
Cuadro No. 34 ESPACIO FÍSICO.....	113
Cuadro No. 35 INFRAESTRUCTURA.....	113
Cuadro No. 36 PROFORMA PRESUPUESTARIA DE CONSTRUCCIÓN.....	114
Cuadro No. 37 MUEBLES Y ENSERES.....	116
Cuadro No. 38 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	117
Cuadro No. 39 EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	117
Cuadro No. 40 EQUIPO DE OFICINA.....	117
Cuadro No. 41 MENAJEN.....	118
Cuadro No. 42 TALENTO HUMANO ÁREA ADMINISTRATIVA.....	118
Cuadro No. 43 Talento Humano Área operativa.....	118
Cuadro No. 44 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.....	119
Cuadro No. 45 FUENTE DE LA INVERSIÓN.....	119
Cuadro No. 46 REPRESENTACIÓN DE INGRESOS DE ENTRADAS Y RESTAURANTE.....	120
Cuadro No. 47 PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	120
Cuadro No. 48 PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA (MENÚ).....	121
Cuadro No. 49 SUELDO BÁSICO UNIFICADO DE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.....	122

Cuadro No. 50 PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO.....	122
Cuadro No. 51 PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA.....	122
Cuadro No. 52 PROYECCIÓN DEL COSTO SERVICIOS BÁSICOS....	123
Cuadro No. 53 PROYECCIÓN CONSUMO DE GAS.....	123
Cuadro No. 54 PROYECCIÓN MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO.....	123
Cuadro No. 55 PROYECCIÓN DE REPOSICIÓN DE MENAJE.....	123
Cuadro No. 56 PROYECCIÓN RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	124
Cuadro No. 57 PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO.....	124
Cuadro No. 58 PROYECCIÓN DE LOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS.....	125
Cuadro No. 59 PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE ÚTILES DE OFICINA.....	125
Cuadro No. 60 PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN.....	125
Cuadro No. 61 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	125
Cuadro No. 62 GASTOS DE VENTAS.....	126
Cuadro No. 63 TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	127
Cuadro No. 64 AMORTIZACIÓN DIFERIDOS.....	127
Cuadro No. 65 TABLA DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS.....	128
Cuadro No. 66 TABLA AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS.....	128

Cuadro No. 67 RESUMEN DE EGRESOS.....	128
Cuadro No. 68 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	129
Cuadro No. 69 ESTADO DE RESULTADOS.....	130
Cuadro No. 70 ESTADO DE FLUJO DE CAJA .....	131
Cuadro No. 71 COSTE DE OPORTUNIDAD.....	132
Cuadro No. 72 VALOR ACTUAL NETO.....	132
Cuadro No. 73 TASA INTERNA DE RETORNO.....	133
Cuadro No. 74 SENSIBILIDAD DEL ESCENARIO 1.....	134
Cuadro No. 75 SENSIBILIDAD DEL ESCENARIO 2.....	134
Cuadro No. 76 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CORRIENTES.....	135
Cuadro No. 77 FLUJO NETOS DEFLACTADOS.....	135
Cuadro No. 78 INGRESOS Y EGRESOS DEFLACTADOS.....	136
Cuadro No. 79 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	137
Cuadro No. 80 RESUMEN DE EVALUADORES FINANCIEROS.....	137
Cuadro No. 81 VALORACIÓN DE IMPACTOS.....	153
Cuadro No. 82 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL.....	154
Cuadro No. 83 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO.....	155
Cuadro No. 84 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL.....	156
Cuadro No. 85 MATRIZ DE IMPACTO GENERAL.....	157

## **CAPITULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. ANTECEDENTES**

A 150 minutos de la capital de los ecuatorianos en la sierra norte del país, en el centro de la provincia del Carchi, se encuentra ubicada la ciudad El Ángel, cabecera cantonal de Espejo, zona privilegiada por la naturaleza, tierra de contrastes geográficos, bellos paisajes, cuya cultura es el resultado de la mezcla de pastos y españoles, conocida también por su riqueza agrícola y ganadera de la región. Resaltada por la presencia del más extenso y fascinante “jardín de frailejones” que se encuentran protegidos por la Reserva Ecológica El Ángel única en su género, y custodiados por la imponente presencia del Majestuoso Cóndor Andino, símbolo representativo de nuestro Escudo de Armas del Ecuador. Lagunas, cerros, balnearios termales y medicinales y por supuesto gente amable que hacen de este sitio un lugar acogedor para el turista nacional y extranjero.

A la orilla del río El Ángel, en la carretera antigua a la ciudad de Ibarra, pasando por un túnel de importancia histórica está ubicado el viejo Puente Ayora reliquia para sus antiguos habitantes por sus chorros de agua termal y medicinal que fluyen combinadas con gas natural. Estas refrescantes aguas cristalinas son utilizadas por la población desde tiempos pasados atribuyéndoles poderes terapéuticos y curativos en general; la vía es asfaltada por lo que la ciudadanía la aprovecha para el ejercicio físico ya que es a tres Km de la ciudad El Ángel. Los bellos paisajes, y sus aguas medicinales han conquistado a los habitantes, turistas e incluso a oriundos que por varios motivos han tenido que emigrar a otras ciudades y provincias, lo cual no ha sido impedimento para volver a visitarlo

A pesar de contar con este tesoro natural, este lugar ha permanecido igual hace muchos años, es decir, no se le ha dado el mantenimiento adecuado ni progresos continuos para mejor satisfacción y atracción de sus visitantes. Un complejo turístico con amplios espacios verdes, canchas deportivas, juegos infantiles, piscinas, sauna, turco e hidromasaje y un excelente servicio darán una nueva alternativa al turista dando acogida y diversión a adultos, niños y ancianos. Para esto aprovecharemos la gran acogida que ha tenido este balneario durante generaciones a pesar de sus condiciones actuales.

El propósito fundamental de este proyecto es impulsar nuevas alternativas de turismo en el Cantón, rescatando este erario natural, dándolo a conocer a las personas, además de dar al turista una opción diferente para su diversión en su tiempo libre. Al no emprender este proyecto estaríamos negando a muchos la oportunidad de favorecerse con los beneficios de éstas refrescantes aguas y el placer de disfrutar de la fauna y flora de los alrededores de este lugar tan especial.

Tomando en cuenta que ha permanecido sin mantenimiento adecuado ni progresos continuos nos arriesgamos a que se deteriore con el tiempo negando a la naturaleza la posibilidad de ser rescatada y valorada.

## **1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

### **1.2.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional de la actividad turística del cantón Espejo para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto al momento de su gestión.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Identificar el comportamiento turístico de la población en el área de influencia del proyecto.

- Conocer los servicios turísticos que actualmente brinda el Cantón Espejo.
- Determinar el manejo turístico actual del cantón Espejo.
- Indagar en el ámbito preferencial turístico del cantón espejo

### **1.3. VARIABLES**

Se han identificado las siguientes variables que serán motivo de estudio y análisis:

- Comportamiento turístico
- Oferta turística
- Manejo Turístico
- Preferencias

### **1.4. INDICADORES**

#### **a. Comportamiento turístico**

- Nivel de ingresos
- Frecuencia de recreación
- Preferencias
- Expectativas del servicio
- Aceptación del proyecto
- Motivo de la visita

#### **b. Oferta turística**

- Tipo de turista
- Obstáculos
- Servicios
- Capacitación del personal
- Estabilidad Laboral
- Flujo turístico
- Rentabilidad

### **c. Manejo Turístico**

- Proyectos Turísticos
- Medios de Promoción
- Políticas de desarrollo
- Política salarial
- Financiamiento
- Festividades y eventos
- Obstáculos turísticos

### **d. Preferencias Turísticas**

- Alimentación
- Temporadas
- Precio
- Recreación

## 1.5. MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar el comportamiento turístico de la población en el área de influencia del proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de ingresos</li> <li>• Frecuencia de recreación</li> <li>• Preferencias</li> <li>• Expectativas del servicio</li> <li>• Aceptación del proyecto</li> <li>• Motivo de la visita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población del Cantón Espejo</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer los servicios turísticos que actualmente brinda el Cantón Espejo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta turista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de turista</li> <li>• Obstáculos</li> <li>• Servicios</li> <li>• Capacitación del personal</li> <li>• Estabilidad Laboral</li> <li>• Flujo turístico</li> <li>• Rentabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimientos turísticos "La Calera"</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar el manejo turístico actual del cantón Espejo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo Turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyectos Turísticos</li> <li>• Medios de Promoción</li> <li>• Políticas de desarrollo</li> <li>• Política salarial</li> <li>• Financiamiento</li> <li>• Festividades y eventos</li> <li>• Obstáculos turísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina de Turismo "INTUR"</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indagar en el ámbito preferencial turístico del cantón espejo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preferencias Turísticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentación</li> <li>• Temporadas</li> <li>• Precio</li> <li>• Recreación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población Cantón Espejo</li> </ul>
---	---	--	--	---

## 1.6. TÉCNICA OPERATIVA

Para realizar el diagnóstico situacional externo se aplicó el siguiente procedimiento:

### 1.6.1. Determinación de la población

Para el diagnóstico situacional del presente proyecto se ha tomado en cuenta a las siguientes poblaciones:

- Las personas de 25 a 65 años del Cantón Espejo, siendo 5673 dato extraído del INEC, según el censo del año 2010.
- Los propietarios de centros turísticos con finalidades de lucro del Cantón espejo.

### 1.6.2. Determinación de la muestra

Tomando en cuenta que la primera población objeto de estudio es muy significativa se procedió a obtener una muestra representativa, utilizando la siguiente fórmula:

#### FÓRMULA PARA CALCULAR LA MUESTRA

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

Donde la simbología representa:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = Error máximo admisible

Z = Nivel de confianza

$\delta$  = Varianza

Datos:

$$N = 5673$$

$$d^2 = 0,25$$

$$Z = 95\% \quad 1,96$$

$$e = 5\%$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(5673)}{(0,05)^2 (5673 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = \frac{5448,3492}{15.1415}$$

$$n = 359$$

### 1.6.3. Instrumentos de Recolección de Información

#### Información Primaria

Para la obtención de la información primaria se procedió de la siguiente manera:

**Encuesta:** Las encuestas fueron realizadas a los habitantes, hombres y mujeres de 25 a 65 años de edad del Cantón Espejo, provincia del Carchi,

**Entrevista:** Esta técnica fue realizada a los propietarios de los lugares turísticos con fines de lucro del Cantón Espejo.

**Observación directa:** consistió en visitar personalmente los lugares en estudio.

#### Información Secundaria

Para obtener información de carácter secundario se utilizó: revistas, planes estratégicos, documentos del INEC, e internet.

## 1.7. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

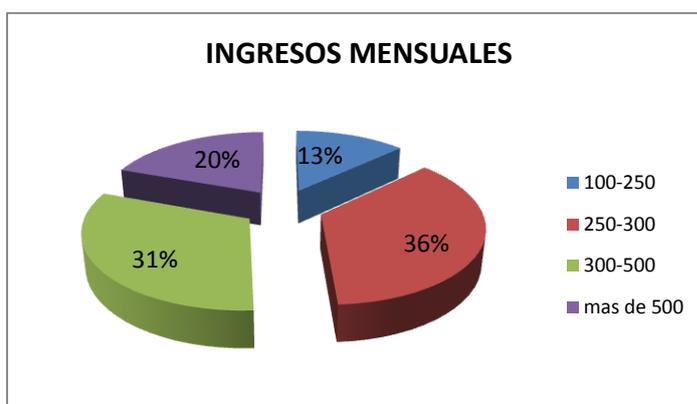
1.7.1. Resultados de las encuestas dirigidas a los habitantes hombres y mujeres de 25 a 65 años del Cantón Espejo, provincia del Carchi.

1. Sus ingresos económicos mensuales para la canasta básica en su hogar varían desde.

**Cuadro No. 1 INGRESOS MENSUALES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
100-250	47	13,06
250-300	130	36,11
300-500	113	31,39
más de 500	70	19,44
TOTAL	360	100,00

**Gráfico No 1 INGRESOS MENSUALES**



**Fuente:** Habitantes del Cantón

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis

Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Espejo, existe un porcentaje significativo de hogares que tienen ingresos de 250 a 300 y de igual manera un porcentaje representativo de hogares que sus ingresos rodean los 300-500 dólares. Existe un porcentaje menor de familias que tienen ingresos bajos de 100-250, y un porcentaje inferior pero significativo con ingresos mayores a 500. Se puede decir que la mayor parte de la población investigada genera ingresos acorde a la situación actual, hay que

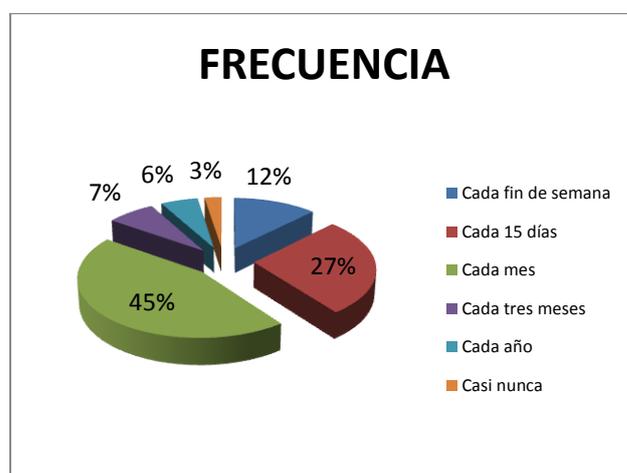
recaltar la existencia en el núcleo familiar de más miembros generadores de recursos.

## 2. ¿Con qué frecuencia realiza usted recreación en familia y amigos?

**Cuadro No. 2 FRECUCENCIA DE RECREACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUCENCIA	%
Cada fin de semana	45	12,50
Cada 15 días	98	27,22
Cada mes	162	45,00
Cada tres meses	30	8,33
Cada año	25	6,94
	360	100,00

**Gráfico No 2 FRECUCENCIA DE RECREACIÓN**



**Fuente:** Habitantes del Cantón

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis

*En base a los resultados obtenidos en la investigación de campo la frecuencia de visita a lugares turísticos con aceptación son cada mes, existe una parte representativa de la población que prefiere visitar en forma quincenal, esto se debe a la costumbre adquirida de acudir en familia a estos lugares a recrearse.*

### 3. ¿Para su distracción qué lugares de recreación prefiere?

**Cuadro No. 3 PREFERENCIAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Parques	68	15,28
Piscinas	243	54,61
Bosques	33	7,42
Reservas Ecológicas	71	15,96
Se queda en casa	30	6,74
TOTAL	445	100,00

**Gráfico No 3PREFERENCIAS**



**Fuente:** Habitantes del Cantón

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis

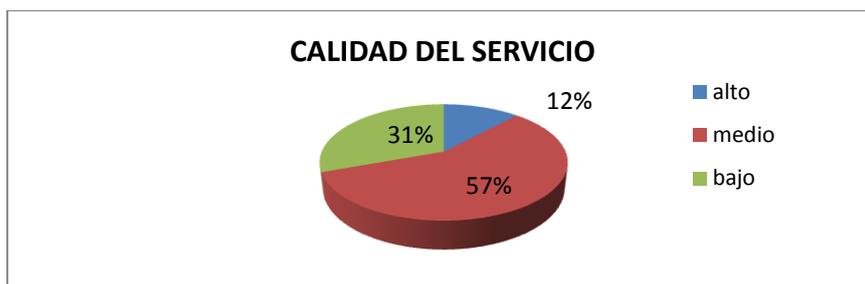
*Más de la mitad de la población investigada prefieren el servicio de piscinas así lo confirman las encuestas realizadas en el lugar de estudio, los servicios de Reservas ecológicas, bosques, y parques están entre la menor preferencia entre la población, marcando la pauta de que el negocio propuesto sería exitoso.*

### 4. A su criterio, la calidad del servicio de los lugares turísticos del Cantón Espejo es:

**Cuadro No. 4CALIDAD DEL SERVICIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
alto	43	11,94
medio	207	57,50
bajo	110	30,56
TOTAL	360	100

### Gráfico No 4 CALIDAD DEL SERVICIO



Fuente: Habitantes del Cantón  
 Elaborado por: La Autora

### Análisis

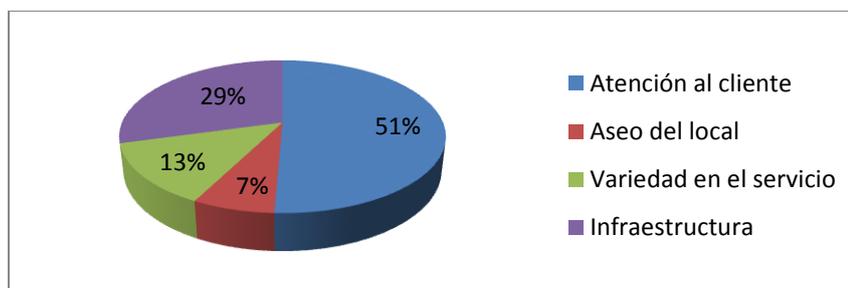
En base a la información recopilada a través de encuestas la población investigada considera que la calidad del servicio recibido es media, lo que significa una aceptación normal de los servicios recibidos en estos lugares, existe una parte significativa que opina que estos prestan un servicio malo debido a la falta de infraestructura, personal calificado, entre otros.

### 5. ¿Qué mejoras debería tener los sitios turísticos antes mencionados?

#### Cuadro No. 5 DEFICIENCIA DE SITIOS TURÍSTICOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Atención al cliente	228	50,67
Aseo del local	31	6,89
Variedad en el servicio	59	13,11
Infraestructura	132	29,33
TOTAL	450	100

### Gráfico No5 DEFICIENCIA DE SITIOS TURÍSTICOS



Fuente: Habitantes del Cantón  
 Elaborado por: La Autora

## Análisis

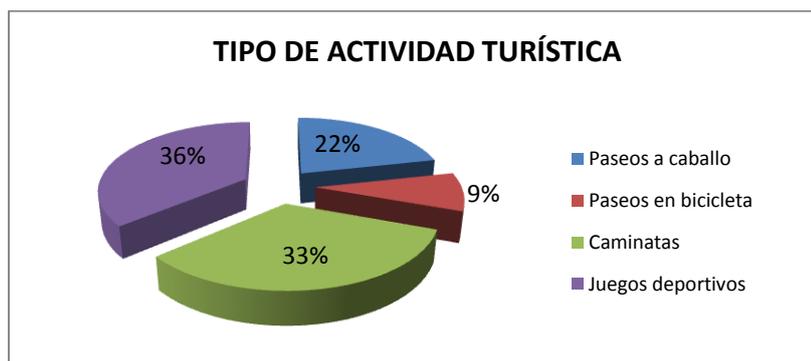
La investigación revela que los aspectos más importantes a tomar en cuenta en la creación de un complejo turístico es la atención al cliente, la infraestructura; estos aspectos definen la calidad del servicio a ofertar

### 6. ¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar?

#### Cuadro No.6 TIPO DE ACTIVIDAD TURÍSTICA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Paseos a caballo	97	21,56
Paseos en bicicleta	40	8,89
Caminatas	150	33,33
Juegos deportivos	163	36,22
TOTAL	450	100,00

#### Gráfico No6 TIPO DE ACTIVIDAD TURÍSTICA



**Fuente:** Habitantes del Cantón Espejo  
**Elaborado por:** El Autor

## Análisis

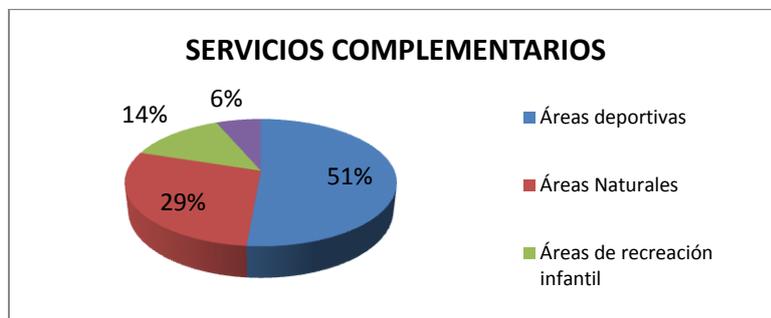
Hay un porcentaje significativo de encuestados que prefieren los deportes y las caminatas al aire libre como actividades complementarias para una completa y sana distracción y relajación en su tiempo libre. Los paseos a caballo tiene un porcentaje menor, y el paseo en bicicletas tiene una presencia casi nula.

**7.Cuál de los siguientes servicios le gustaría que se dé prioridad para implementación en un complejo turístico**

**Cuadro No. 7SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Áreas deportivas	185	51,39
Áreas Naturales	103	28,61
Áreas de recreación infantil	49	13,61
Áreas de juegos de mesa	23	6,39
	360	100,00

**Gráfico No 7SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**



**Fuente:** Habitantes del Cantón Espejo  
**Elaborado por:** El Autor

**Análisis**

*La mayor parte de la población encuestada prefiere áreas deportivas como prioridad para implementar en un complejo turístico, y en porcentajes menos significativos áreas naturales y juegos infantiles.*

**8. ¿Cuándo sale de paseo a lugares turísticos al momento de la alimentación prefiere:**

**Cuadro No. 8ALIMENTACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Hace uso del restaurante del lugar turístico	148	41.11
Lleva comida de casa	126	35
Sale a comer fuera del sitio turístico	86	23.89
	360	100

## Gráfico No 8 ALIMENTACIÓN



**Fuente:**Habitantes del Cantón Espejo

**Elaborado por:** El Autor

### Análisis

La mayor parte de la población encuestada manifestó que al momento de la alimentación prefieren hacer uso del restaurante del lugar turístico, y otro porcentaje menor pero significativo prefiere llevar alimentos preparados y en un porcentaje mínimo lo hace en restaurantes preferenciales cercanos.

### 9. Cuando acude al servicio de un restaurante prefiere:

#### Cuadro No. 9 SERVICIO DE RESTAURANTE

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Platos a la carta	154	0,43
Menú del día	206	0,57
	360	100%

## Gráfico No 9SERVICIO DE RESTAURANTE N



**Fuente:**Habitantes del

Cantón Espejo

**Elaborado por:** El Autor

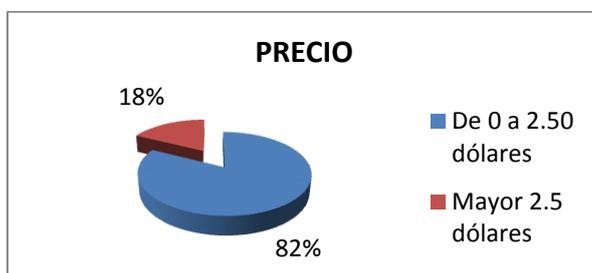
*Más de la mitad de los encuestados prefiere el menú del día cuando acude al servicio de un restaurante y en un porcentaje muy significativo y parejo los platos a la carta.*

**10. ¿Qué cantidad considera Ud. que se destina para la entrada a un sitio turístico?**

**Cuadro No. 10PRECIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 0 a 2.50 dólares	297	82.5
Mayor a 2.5 dólares	63	17.5
TOTAL	360	100

**Gráfico No 10PRECIO**



**Fuente:** Habitantes del Cantón Espejo  
**Elaborado por:** El Autor

**Análisis**

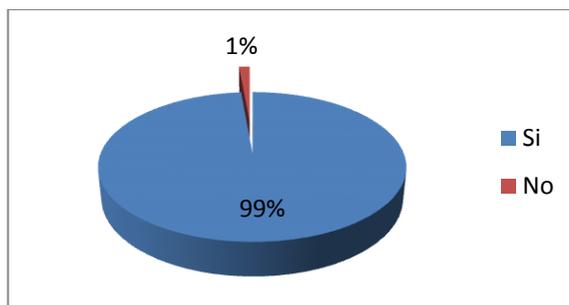
La mayoría de los encuestados manifiestan que el precio ideal para una entrada a un sitio turístico es de 0 a 2.5 dólares por persona y en un porcentaje menor opinan que debe ser mayor a 2.5 dólares, estas respuestas responden a la situación de cada turista ya que existen diferentes apreciaciones en lo referente a valorar el servicio.

**11. Está de acuerdo en la creación de un complejo turístico en el balneario “El Puente Ayora” de la ciudad El Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi.**

**Cuadro No. 11ACEPTACIÓN DEL PROYECTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	355	54,44
No	5	45,56
TOTAL	360	100

## Gráfico No 11 ACEPTACIÓN DEL PROYECTO



**Fuente:** Habitantes del Cantón Espejo

**Elaborado por:** El Autor

### Análisis

La mayor parte de los encuestados, manifiestan que están de acuerdo en la creación de un complejo turístico en el balneario “El Puente Ayora” de la ciudad de El Ángel, el mismo que contará con los siguientes servicios de sauna turco, piscina y canchas deportivas, con este antecedente se confirma que el proyecto beneficiará a los inversionistas y al turismo local y regional. Los resultados también arrojan un resultado negativo de poca significancia de encuestados que no están de acuerdo en la creación del complejo turístico.

#### 1.7.2. Resultados de las entrevistas

##### ENTREVISTA DIRIGIDA AL SR, DELFIN CHAMORRO, PROPIETARIO DEL ESTABLECIMIENTO TURISTICO “LA CALERA”

**El propósito de esta entrevista es recolectar información para investigar la afluencia turística de los diferentes establecimientos turísticos del Cantón Espejo.**

#### 1. Indique cuáles son las épocas o fechas más visitadas por los turistas?

Las épocas más visitadas por los turistas lógicamente son los feriados que se lo hace a nivel nacional, cómo son carnavales, días feriados, fines

de trimestre y de jornadas estudiantiles; básicamente son temporadas, no es permanente.

**2. El turista que visita su centro turístico es local, regional, nacional o extranjero.**

El turista que normalmente nos visita es de las afueras del cantón Espejo, de la provincia del Carchi, así como también de la Provincia de Imbabura, en un mínimo porcentaje de la Provincia de Pichincha.

**3. ¿Cuáles son los motivos principales para que el turista visite nuestro Cantón?**

Normalmente las vacaciones son el motivo principal para visitar y disfrutar en familia de nuestros atractivos turísticos.

**4. ¿Qué monto de gasto diario en dólares tiene aproximadamente cada turista?**

El gasto normalmente es de siete a diez dólares por cada turista.

**5. Indique cuáles son los primordiales obstáculos existentes en el Cantón que impiden un eficiente servicio turístico.**

Lo fundamental es el mal estado de las vías, falta de transporte turístico y poca publicidad.

**6. Qué servicios ofrece Ud. en su establecimiento turístico, como atractivo al turista?**

Balnearios, piscinas, amplios espacios verdes, áreas deportivas, sauna, turco y áreas naturales.

**7. Por qué medios publicitarios promociona el servicio que presta?**

Los medios que se promociona son la radio, el internet que es por parte del municipio y también le he puesto por la televisión.

**8. El personal que trabaja en sus instalaciones, recibe o ha recibido capacitaciones profesionales en cuanto a la función que desempeña.**

No ha recibido

**9. Ofrece usted estabilidad laboral a sus empleados?**

Si, los empleados de nuestra institución reciben todos los beneficios de ley.

**10. Cree usted que la actividad turística en la actualidad es rentable.**

Si, por que el cantón Espejo se ha ganado un reconocimiento en ámbito turístico, por sus recursos naturales únicos y especiales.

**11. De los ingresos anuales que tiene que porcentaje destina para gastos operacionales y administrativos.**

Más o menos un 45 % de los ingresos, no es un dato exacto, solo aproximado.

**12. Como es el flujo turístico de su establecimiento?**

**Cuadro No. 9 FLUJO TURÍSTICO DEL COMPLEJO LA CALERA**

CUADRO N° 11 FLUJO TURÍSTICO DEL COMPLEJO TURÍSTICO LA CALERA	
Año	Número de turistas
2008	7220
2009	7260
2010	7340
2011	7550
2012	8400

**Fuente:** Habitantes del Cantón Espejo

**Elaborado por:** El Autor

## **Entrevista aplicada al encargado de la Oficina de Turismo (ITUR)**

### **1. ¿Cuáles son las principales actividades económicas del Cantón Espejo?**

Todo el cantón se puede decir se dedica a la agricultura, a la ganadería y esas dos son los ingresos más y ahora últimamente las florícolas con el tema de las flores, con esa tema que consigue la economía para aquí, para todo el cantón.

### **2. ¿Cuáles son obstáculos primordiales que se debería mejorar para el desarrollo turístico en el Cantón Espejo?**

Vías de acceso, Seguridad, Apoyo Gubernamental, Alojamiento, Transporte Público, Información Turística, Promoción, Señalización, Restaurantes, Recreación, Fuentes de trabajo,

### **3. ¿Cuál cree usted que es el principal problema para el desarrollo turístico del Cantón?**

El principal problema que existe aquí es el estar fuera de la vía principal, la vía principal que conecta Colombia – Ecuador es la que ingresa por Tulcán, y va directamente a Ibarra por Bolívar, El Oasis, El Valle del Chota entonces nosotros estamos fuera de esta vía principal, esto se puede decir que es una debilidad que tenemos, pero tenemos unos proyectos, bueno el proyecto de señalización nos ayudaría un poco a disminuir esa debilidad, no sé creo que un gran proyecto podría darse puede ser el de antes los transportes la vía principal era Tulcán – Laguna EL Voladero (el páramo) por la Reserva Ecológica El Ángel y baja, entonces los buses venían por aquí claro se podría decir que no estábamos fuera de salida, entonces no sé si se pueda retomar otra vez esa vía, para no quedar tan aislados de la vía principal.

### **4. ¿Cómo se maneja el turismo dentro del Cantón Espejo?**

Bueno en turismo es nuevo casi en el cantón por el tema de la Reserva Ecológica El Ángel; empezó desde hace unos 15 años empezaron a venir los turistas, pero de una forma no muy masiva y se puede decir que está no se ocupando un 10%, un 5-10% de los ingresos del cantón en turismo. Ahora actualmente ya se está un poco como se puede decir ordenando la actividad turística desde que se creó la oficina de turismo, se descentralizó el cantón turísticamente, se ha hecho el plan estratégico, se ha venido haciendo algunos trabajos desde el 2003, y digamos que no en sí mismos directamente no se ha dado mucho beneficios; ¿no sé a cuantas personas se podría beneficiar la hostería polylepis?, la comunidad de Morán aquí los restaurantes, los hostales, se han beneficiado de una manera directa, los transportistas. Pero no si haya una pregunta de este tipo para que después contestarle como estamos manejando.

##### **5. ¿Cómo se llevó a cabo este cambio y cuáles son los resultados que se ha obtenido con la descentralización?**

El tema de la descentralización es un tema muy fuerte para el cantón porque la Descentralización es la transferencia de competencias; pero la competencias aquí son muy pocas, tenemos como ocho establecimientos turísticos que pagan impuestos súper bajos; bueno ese no es el tema; sino la cantidad de establecimientos, diga usted que se recauda alrededor de unos \$500 o \$300 anual; con eso no alcanza para gestionar nada, entonces, sin embargo el título de ser descentralizados nos ha ayudado un poco, ya que el Ministerio de Turismo le hemos dado dos proyectos y nos apoyado en dos proyectos, financiando una parte de los proyectos y el tema de señalización turística, también que siempre nos tomen en cuenta para las ferias, para un poco de promoción, pero en si como beneficiarse no se beneficiado con el tema de descentralización pero si se ha logrado la creación de la oficina de turismo, ITUR, si ha tenido un poco de ventajas.

## **6. ¿Cuáles son los proyectos turísticos que actualmente se están llevando a cabo dentro del Cantón Espejo?**

Bueno empezamos en esta administración; bueno en la primera administración dieron el primer paso para hacer el Plan Estratégico, luego hicieron un proyecto en la Reserva Ecológica El Ángel, La Laguna el Voladero con una ONG; ARD que hicieron la construcción de senderos, señalización, casa de guardianía en el sector de la Laguna el Voladero. La capacitación del primer grupo de guías, y bueno según en esta administración cuando ya ingresamos a este municipio empezamos con el proyecto de Rescate y Senderización de los atractivos existentes de aquí de la ciudad a 1km.

Otro proyecto es el de señalización que ya lo vamos prácticamente ya está contratada la empresa, señalización turística;

Otros proyectos pequeños como la organización de eventos como: El Carnaval del Frailejón, también en fin de año lo que es el toro von nocturno, hay también las festividades, la expo feria y así algunos eventos que se están organizando y tratando de dejar ya institucionalizando.

También tenemos un grupo nuevo de guías que se llama “Cóndor Mirador”; también les hemos ayudado hacer un proyectito pequeño para que les entreguen en comodato una casa de guardianía “El Salado” en el Sector el Bosque Polylepis, por parte del Ministerio de Medio Ambiente, que está abandonado para que les entreguen a ellos y que hagan desde ahí o que es guardianía, control de la reserva y conservación y oferten los servicios de guías nativos, para servicios de alojamiento, alimentación y también las esposas de los guías el lema de las artesanías.

Y ahora existe también en el Bosque Polylepis donde es la hostería, porque el bosque tiene más o menos unas diez hectáreas; unas cuatro hectáreas pertenecen a un propietario de aquí del Sr. Salas; una media o una media pertenece a la Hostería Polylepis y unas cinco a seis hectáreas

a la comunidad a la Asociación San Luis, entonces les estamos ayudando en la organización inclusive vamos hacer ahí grandes proyectos con la Fundación un Centro de Interpretación para que lo maneje la comunidad, la Asociación San Luis, y prácticamente hicimos ya una minga para la construcción de un sendero, para que los turistas pueden venir directamente y les hacemos el contacto con los guías y ellos los llevan y no ingresan a la hostería sino van directamente al bosque, es un bosque inclusive muy bonito no está alterado y les hacen paseos por el bosque con las explicaciones del caso.

### **7. ¿Qué material promocional existe del Cantón Espejo por parte del Municipio?**

Bueno el material promocional del cantón, primeramente lo ha hecho el Ministerio de Turismo, pero él lo hace a nivel general de Sierra Norte que es Imbabura – Carchi, y saca un poquito de Espejo. Pero el Municipio ha hecho unas mil guías Turísticas solo del Cantón Hemos hecho dípticos, trípticos guías que hemos repartido en Cuenca, Guayaquil en la FITE, y ya estamos viendo unos resultados, ya están acudiendo más turistas, han incrementado el ingreso y bueno ya vemos que la gente también se interesa un poco en hacer artesanías, eso creo yo que es importante, porque si no hay involucramiento de la gente el proyecto no es sostenible, hemos hecho un reportaje con Tele Amazonas de siete minutos, aprovechando cuando viene a veces canales cercanos como TV NORTE de aquí de Ibarra, hemos utilizado esos espacios para promocionar, también tenía un espacio en el Diario LA HORA, que se llamaba “Solo para aventureros”, publicábamos todos los atractivos que existen aquí.

### **8. ¿Posee políticas de desarrollo turístico para el cantón?**

Si, existen políticas de desarrollo turístico de hecho hay un Plan de Desarrollo Estratégico de Turismo, hay un convenio y ese existen las políticas de turismo. Estamos recién en el proceso de armar el Consejo Cantonal de Turismo.

**9. ¿Tiene apoyo económico por parte del Estado para el desarrollo turístico del Cantón?**

Hay una partida presupuestaria que viene aquí al Municipio, y de ahí está designado \$2000 para el área de turismo anuales; solo para proyectos nada para la promoción, eso es lo que existe, en realidad no se puede hacer mucho con eso.

**10. ¿Cuál es el ingreso que recibe por el Turismo?**

Bueno no tenemos la verdad hecho un análisis de los ingresos que recibe el cantón por el turismo, pero no sé tal vez el Ministerio de Ambiente, quien es responsable de administrar la Reserva Ecológica El Ángel, y los turistas pagan el ingreso a la reserva, yo creo ello deben tener este rubro.

**11. ¿Cuáles son los lugares más visitados en el Cantón?**

Bueno, el lugar más visitado y llamado el atractivo estrella de la provincia del Carchi son las Lagunas del Voladero de la Reserva Ecológica El Ángel, luego le hemos puesto al Bosque Polylepis por la promoción que le ha dado la Hostería y creo que esta en tercer puesto o tercer lugar el tema del Corredor que avanza desde Morán hasta Las Juntas que creo yo para mi manera de ver es uno de mejores atractivos del cantón pero le falta ahí un poco de inversión.

**12. ¿Cuáles son las festividades que se realizan dentro del Cantón y en qué fechas?**

Bueno eso están en la guía impresa; pero las más importantes son las festividades de cantonización que son en septiembre que inician desde el 15, 20 hasta finales de Septiembre. El evento más llamativo es el Día de Chacharero con la cacería del zorro, que es típica de aquí es originaria de aquí, que en la actualidad en Ibarra le han dado más empuje y ahora es más sonada. También hay el rodeo, paseos del Chagra, La cacería del

Venado, luego está el Carnaval del Frailejón en febrero, las Fiestas de San Pedro, de la Virgen del Carmen, las Fiestas de San Isidro, bueno hay bastantes.

**13. ¿En qué meses del año cree usted que el Cantón Espejo es más visitado por los turistas?**

Temporada alta, casi como en todas partes del mundo empieza en mayo hasta agosto, septiembre.

**14. ¿Cuál cree usted que son los principales competidores?**

Cantón Cotacachi; por el tema de la Laguna Cuicocha y la ventaja de su vía asfaltada hasta la laguna. Otro competidor no creo que tendríamos porque la Reserva El Ángel es única con frailejones.

**15. ¿Cómo ve proyectado al Cantón con un adecuado desarrollo turístico?**

La visión de este cantón es dinámico porque actualmente se ha dado un turismo pasivo se puede decir, porque solamente venían los turistas a la Reserva Ecológica; visitaban Laguna

el Voladero bajan y nunca paraban, porque no había un atractivo aquí en la ciudad, actualmente ya existen atractivos los turistas paran aquí ven las esculturas del parque, visitan el Museo Arqueológico, luego se les informa del Parque Bellavista, el sendero a las termas y a la cascada el Pailón, ya existe otro atractivo el Bosque Polylepis. Entonces la visión es de ver al Cantón como un Cantón prácticamente turístico debido a que tiene de todo como en botica, tiene aguas termales, los páramos, la zona subtropical, se puede hacer muchas actividades, en la zona subtropical de Gualchán que tenemos se puede hacer rafting, rapeling, inclusive estamos empezando hacer los ciclo paseos en descensos de montañas con grupos desde la Reserva Ecológica hasta El Ángel.

Hemos dado pasos gigantados porque inclusive la comunidad está con el tema cultural que es una fortaleza para este Cantón, que tal vez no podrá tener Baños y otros lugares, porque tenemos una cultura diferente a la del país, podemos decir que en todo el país hubieron los Incas, en cambio aquí tuvimos la cultura los Pastos, entonces esto a los turistas le atrae porque tiene sus diferencias con las otras culturas. En este tema el Municipio le ha dado auge porque ha hecho monumentos, museos, el museo in situ que le vamos hacer en la Tres Tolas, tumbas de los pastos, tenemos los antiguos caminos, entonces en ese tema estamos dando impulso para llevarlo a cabo. Se puede decir que el Cantón tiene al año 5000 turistas y lo en unos cinco años estarán de 10000 a 15000, queremos duplicar con la imagen que queremos dar.

#### **16. ¿Cómo se preparan para recibir a los turistas?**

Bueno en este momento como ya lo he mencionado, ya tenemos el grupo de guías “Cóndor Mirador”, tenemos planta turística, se puede decir ya para todo tipo es decir hostales desde cinco dólares hasta sesenta dólares, tenemos restaurantes, comidas típicas, esta oficina que brinda orientación al turista. Entonces ya se puede decir que estamos preparados para recibir grupos de turistas, ya estamos en contacto con operadoras, con ONG`S, además con otras organizaciones de turismo comunitario que ya nos están enviando turistas y recibiendo, se puede decir que ya estamos preparados no un 100% pero ya podemos atender al turista.

### **1.8. DETERMINACION DE ALIADOS, Oponentes, OPORTUNIDADES Y RIESGOS**

#### **Aliados**

- Existe la predisposición de visita a lugares turísticos por parte de la población;

- En la mayor parte de hogares generan ingresos dos personas, entre 250-500 dólares;
- Existe por parte de la población encuestada la preferencia de visitar lugares turísticos que oferten servicios de piscina;
- La población encuestada manifiesta que están de acuerdo en la creación de un complejo turístico en el balneario “El Puente Ayora” de la ciudad de El Ángel;

### **Oponentes**

- La mayor parte de la población encuestada considera que la calidad del servicio de los lugares turísticos del Cantón Espejo no cumple sus expectativas, no hay excelencia en el servicio;
- Las vías de acceso a los diferentes sectores turísticos del Cantón están en malas condiciones.
- El personal que labora en los centros turísticos del Cantón no recibe capacitación profesional, lo evidencia la insatisfacción de sus clientes.
- Existe un centro recreacional que ofrece servicios similares al del proyecto.

### **Oportunidades**

- La existencia de la Ley de fomento turístico en el Ministerio De Turismo;
- Existen políticas de desarrollo turístico en el Cantón y un plan de desarrollo estratégico en el Cantón ;
- Apoyo económico por parte del Estado destinado a los municipios exclusivamente para el sector turístico de cada Cantón;
- Plan estratégico en marcha con la comunidad de rescate y senderización de los atractivos turísticos existentes en el Cantón;
- Se inició el proyecto de señalización vial turística de los lugares atractivos del Cantón Espejo.
- El Cantón realiza festividades y eventos los cuales atraen miles de turistas al año;

- Existe por parte de la población encuestada la predisposición de visita a lugares turísticos que oferten servicios de piscina;
- Existe a nivel nacional feriados y temporadas los cuales la población aprovecha para realizar recreación familiar;
- El Cantón Espejo tiene afluencia de turistas locales, nacionales y extranjeros;
- El principal motivo de visita de turistas al Cantón es el disfrute los atractivos turísticos existentes;
- Monto de gasto de cada turista es de 7 a 10 dólares;
- A criterio del administrador de la competencia la actividad turística en el Cantón genera rentabilidad favorable;
- El flujo turístico en el Cantón va en forma creciente esto nos confirma la rentabilidad de la actividad turística.
- El municipio realiza promoción turística a través de dípticos, trípticos y guías turísticas que se distribuyen a nivel nacional.

### **Riesgos**

- El Cantón esta fuera de las vía principal que conecta a Colombia-Ecuador;
- Falta de señalización en las vías principales como guía a los turistas al Cantón.
- Existe obstáculos turísticos que impiden el desarrollo turístico en el cantón como son: vías de acceso, transporte turístico, señalización, recreación entre otros.

### 1.8.1. Cruce AOR

<p style="text-align: center;"><b><u>FACTORES EXTERNOS</u></b> Contexto/ mercado/ ámbito mayor/ no controlables</p> <p><b><u>ACTORES INTERNOS</u></b> Individuo/ proyecto/ ámbito menor/ controlables</p>	<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La existencia de la Ley de fomento turístico en el Ministerio De Turismo;</li> <li>• Existen políticas de desarrollo turístico en el Cantón y un plan de desarrollo estratégico en el Cantón ;</li> <li>• Apoyo económico por parte del Estado destinado a los municipios exclusivamente para el sector turístico de cada Cantón;</li> <li>• Plan estratégico en marcha con la comunidad de rescate y senderización de los atractivos turísticos existentes en el Cantón;</li> <li>• Se inició el proyecto de señalización vial turística de los lugares atractivos del Cantón Espejo.</li> <li>• El Cantón realiza festividades y eventos los cuales atraen miles de turistas al año;</li> <li>• Existe por parte de la población encuestada la predisposición de visita a lugares turísticos que oferten servicios de piscina;</li> <li>• Existe a nivel nacional feriados y temporadas los cuales la población aprovecha para realizar recreación familiar;</li> <li>• El Cantón Espejo tiene afluencia de turistas locales, nacionales y extranjeros;</li> <li>• El principal motivo de vista de turistas al Cantón es el disfrute los atractivos turísticos existentes;</li> <li>• A criterio del administrador de la competencia la actividad turística en el Cantón genera rentabilidad favorable;</li> <li>• El flujo turístico en el Cantón va en forma creciente esto nos confirma la rentabilidad de la actividad turística.</li> <li>• El municipio realiza promoción turística a través de dípticos, trípticos y guías turísticas que se distribuyen a nivel nacional.</li> </ul>	<p><u>Riesgos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El Cantón esta fuera de las vía principal que conecta a Colombia-Ecuador;</li> <li>• Falta de señalización en las vías principales como guía a los turistas al Cantón.</li> <li>• Existe obstáculos turísticos que impiden el desarrollo turístico en el cantón como son: vías de acceso, transporte turístico, señalización, recreación entre otros.</li> </ul>
---	---	---

<p><u>Aliados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe la predisposición de visita a lugares turísticos por parte de la población;</li> <li>• En la mayor parte de hogares generan ingresos dos personas, entre 250-500 dólares;</li> <li>• Existe por parte de la población encuestada la preferencia de visitar lugares turísticos que oferten servicios de piscina;</li> <li>• La población encuestada manifiesta que están de acuerdo en la creación de un complejo turístico en el balneario "El Puente Ayora" de la ciudad de El Ángel;</li> </ul>	<p><b>AO (Maxi - Maxi)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promocionar y rescatar el atractivo natural poniendo en marcha el proyecto aprovechando el apoyo económico del estado y la gran aceptación del mismo por parte de la población encuestada;</li> <li>• Aprovechar la predisposición de visita de la población y la aceptación del proyecto para emprender el proyecto con servicios de calidad y excelencia acordes a las exigencias de los clientes;</li> <li>• Colaborar para fructificar las políticas de desarrollo turístico y planes estratégicos para ofertar servicios integrales de calidad a los turistas nacionales y extranjeros.</li> </ul>	<p><b>AR (Maxi - Mini)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar las temporadas altas brindando servicios de calidad tanto en el servicio de piscina como en el restaurante para lograr una satisfacción del cliente y un seguro retorno al complejo;</li> <li>• Contrarrestar la falta de señalización turística en el Cantón con la predisposición de asistencia de los turistas locales;</li> <li>• Aprovechar la aceptación del proyecto por parte de la población, brindándoles un servicio de calidad dando paso a la publicidad <i>boca a boca</i> para lograr la afluencia de turistas locales, regionales y nacionales minimizando la desventaja de estar fuera de la vía principal.</li> </ul>
<p><u>Oponentes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La mayor parte de la población encuestada considera que la calidad del servicio de los lugares turísticos del Cantón Espejo no cumple sus expectativas, no hay excelencia en el servicio;</li> <li>• Las vías de acceso a los diferentes sectores turísticos del Cantón están en malas condiciones.</li> <li>• El personal que labora en los centros turísticos del Cantón no recibe capacitación profesional, lo evidencia la insatisfacción de sus clientes.</li> <li>• Existe un centro recreacional que ofrece servicios similares al del proyecto.</li> </ul>	<p><b>OO (Mini - Maxi)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer uso de tecnología actual como redes sociales y páginas web para realizar la promoción del atractivo turístico y la variedad de servicios a disposición.</li> <li>• Colaborar con los planes de contingencia para coadyuvar a al desarrollo turístico en el Cantón.</li> <li>• Aprovechar la mala imagen que genera los lugares turísticos en el Cantón para brindar servicios de calidad acordes a las exigencias llevando la delantera a la competencia;</li> </ul>	<p><b>OR (Mini - Mini)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar al municipio gestione a quien corresponda el mejoramiento de las vías de acceso a los diferentes atractivos turísticos para mejorar la imagen negativa de la situación turística del Cantón y lograr un mayor flujo adecuado de turistas.</li> <li>• Mejora la infraestructura de los lugares turísticos del Cantón ayudara a enfrentar el va y viene de los demandantes del servicio turístico y la mala imagen de los servicios ofertados.</li> </ul>

### **1.9. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO**

Después de haber efectuado la investigación de campo a través de encuestas y entrevistas al sector turístico del Cantón Espejo y determinado posteriormente las situaciones favorables y desfavorables, se puede concluir que el problema que aqueja al sector es: “la falta de un lugar turístico que oferte servicios integrales de turismo con calidad y calidez”, de ahí nace la oportunidad de inversión de crear un centro turístico en el Cantón Espejo, aprovechando los recursos naturales existentes, la predisposición de vista a centros turísticos que oferten servicios de piscina y la aceptación del proyecto por parte de la población encuestada.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. LA EMPRESA

***DORADO, José, (2006), pág. 17, define: “la empresa es un conjunto de elementos interrelacionados entre sí con la finalidad de alcanzar unos objetivos” Elementos de producción (bienes naturales, maquinaria, trabajo, etc.).***

Según lo mencionado por el autor podemos deducir que la empresa es la complementación de elementos indispensables como: capital, trabajo, tecnología, que se relacionan entre sí con la finalidad de alcanzar objetivos.

- *Capital*: se refiere al conjunto de activos empresariales necesarios para la producción de bienes y servicios.
- *Trabajo*: es la ocupación de personas (Recurso Humano) para satisfacer las necesidades empresariales, sin este elemento no se podría realizar la actividad empresarial.
- *Tecnología*: la tecnología avanza conjuntamente con el tiempo y debe ser actualizada constantemente. Es la parte esencial en una empresa hoy en día para realizar las actividades con eficiencia y eficacia; y ofrecer al cliente un producto o servicio de mejor calidad capaz de cumplir todas sus expectativas.

##### 2.1.1. Clases de empresas

Dorado A (2006), pág. 17 y 18 clasifica a la empresa de la siguiente manera:

##### ***f) Por el tamaño***

—Artesanales

- Empresas pequeñas
- Empresas medianas
- Empresas grandes

***b) Por el sector***

- Primario: comprende las empresas agrícolas, ganaderas, pesqueras y extractivas;
- Secundario: las empresas que realizan procesos de transformación;
- Terciario: aquellas cuya actividad es la prestación de servicios. **Las empresas hoteleras pertenecen a este último sector.**

***c) Por la forma jurídica***

- Empresario individual;
- Sociedad civil;
- Comunidad de bienes;
- *Sociedad anónima;*
- *Sociedad limitada;*
- *Sociedad colectiva;*
- Sociedad comandita simple o por acciones;
- Sociedad cooperativa;
- Sociedad anónima laboral;
- Sociedad limitada laboral.

***d) Por la propiedad***

- Públicas;
- Privadas;
- Mixtas.

***e) Por el ámbito de actuación***

- Nacionales: que a su vez se pueden distinguir en: locales, regionales, peninsulares, insulares, etc;
- Multinacional: actúan en varios países;

—Trasnacionales: no tienen en el propio país.

**f) Por su función básica**

- Extractivas;
- Transformadoras o productoras;
- Comercializadoras.

En síntesis, las empresas por su variedad, y diversidad se las puede clasificar de muchas maneras: por su tamaño; grandes, medianas y pequeñas; por el sector en el que operan; sector primario, secundario y terciario, la empresa turística como productora y comercializadora de servicios pertenece al sector terciario. Las empresas además se clasifican por la propiedad de sus capitales en empresas públicas, privadas y mixtas.

**2.1.2. Empresa de Servicios**

***RAMIRES David, (2008),pág. 560, define: “Una organización de servicios es aquella que mediante una serie de actividades es capaz de ofrecer o prestar un servicio específico o bien servicios integrados.”***

Según lo manifestado por el autor podemos deducir que la empresa de servicios es una organización que no transforma materiales, esta organización satisface las necesidades de los clientes a través de la prestación de servicios.

**CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA DE SERVICIOS**

***Según JOBBER David y FAHY John, (2007), pág.173, definen: “Hay cuatro características diferenciadas de los servicios a saber: la intangibilidad, la inseparabilidad, la variabilidad, y su naturaleza perecedera.”***

- Intangibilidad.-los servicios puros no se pueden ver, probar, tocar u oler antes de adquirirlos; es decir, son intangibles. Por el contrario un

servicio es más bien un hecho, un acto, un esfuerzo, no un objeto, un dispositivo o una cosa.

- Inseparabilidad.- a diferencia de los bienes físicos, los servicios son inseparables: es decir, la producción y el consumo se realizan de forma simultánea.
- Variabilidad.- la calidad del servicio puede tener una considerable variabilidad, que dificulta su normalización.
- Naturaleza perecedera.- la cuarta característica de los servicios es su naturaleza perecedera, en el sentido de que no se pueden almacenar para su consumo futuro.

Según lo manifestado por el autor los servicios tienen características que los diferencian de un producto como: intangibilidad es decir, un servicio no se puede ver, tocar, probar, oler, por lo que es muy difícil para el cliente evaluar un servicio antes de comprarlo; la intangibilidad también significa que el cliente no puede poseer un servicio, paga por una utilización. La inseparabilidad quiere decir que la producción y el consumo se realizan en forma simultánea. Variabilidad, en el servicio de un restaurante por ejemplo puede variar, amabilidad, rapidez, según el estado de ánimo del personal lo cual impide la normalidad del servicio. Naturaleza perecedera quiere decir que un servicio no se puede almacenar para un futuro.

### **2.1.3. Empresa turística**

***Según Dorado José (2006), pág. 16 “la empresa turística es aquella dedicada a satisfacer a los turistas las cuales han de integrarse en el sector terciario, es decir, las productoras de servicios.”***

En conclusión podemos decir que la empresa turística es productora de servicios con finalidades de lucro que tiene como fin satisfacer las necesidades de un visitante o turista.

## **2.2. EL TURISTA**

### **2.2.1. Definición de turista**

***GURRIA Manuel (2007), Pág. 15, manifiesta “el turista es un visitante temporal que permanece cuando menos 24horas en el país visitado.***

***Según LÓPEZ R. José, (2008), Pág. 102, “El turista es la persona física que se desplaza de su lugar de origen hacia otros diversos con la finalidad de diversión, salud, descanso, cultura, arte y competencias internacionales, para lo cual utiliza todos los servicios turísticos disponibles***

En conclusión a la definición de los autores antes mencionados podemos deducir que el turista es un visitante o fuerza social que abandona su residencia habitual para visitar otro punto geográfico en el cual permanece un determinado tiempo.

## **2.3. EL TURISMO**

### **2.3.1. Definición de turismo**

***Según LÓPEZ José (2008), pág. 90, define: “Turismo son actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, negocios, y otros motivos”.***

***Según VERA citado por PULIDO F. Juan (2008), Pág. 23, define al fenómeno turístico así: “El turismo es, sobre todo, una práctica social de naturaleza espacial que es generadora de actividades económicas y que ha dejado de ser marginal para convertirse en estructural”.***

En síntesis a las definiciones anteriores “turismo” es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o

grupo de personas con preferencia a viajar por gusto de recorrer un país o ciudad, por placer, descanso, por admiración y apreciación de bellezas naturales, por motivos de salud, entre otros.

### **2.3.2. Clasificación del turismo**

***Según DAHDÁ Jorge pág. 17 (2007) clasifica al turismo en tres tipos:***

***Turismo de menos de 24 horas.- este solicita restaurantes, parques, balnearios, poblaciones típicas, centros de recreo, artesanías, etc.***

***Turismo de fin de semana.- el cual pide alojamiento, restaurantes y atracciones diversas.***

***Turismo de destino.- es el que desea hospedaje por un periodo de tiempo más largo y exige servicios complementarios y variados.***

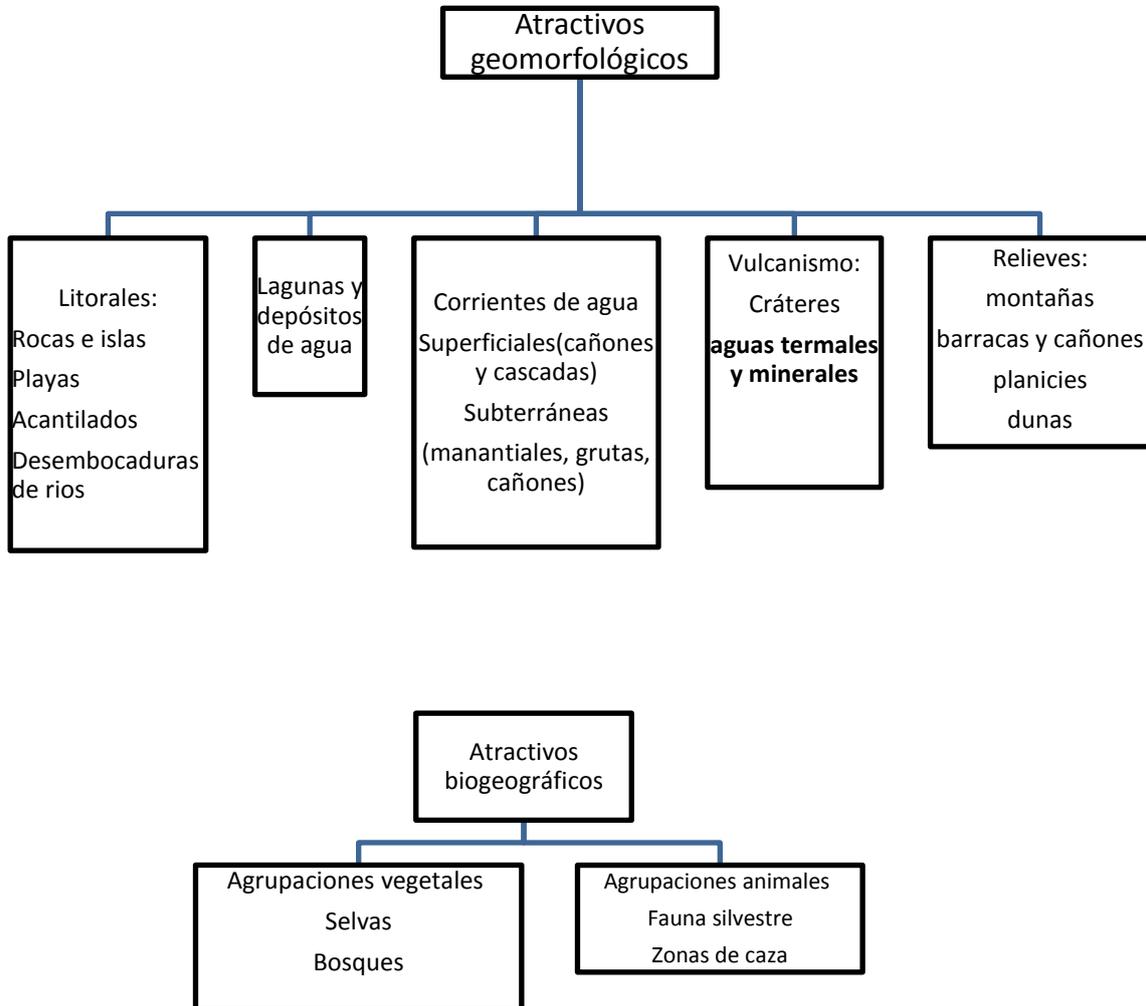
Según lo mencionado por el autor, el turismo tiene muchas formas de realizarse, desde un viaje de pocas horas lejos del lugar de residencia hasta un lugar de larga distancia a otra ciudad, país y hasta otro continente. Según el viaje; cortos como restaurantes o parques, este no necesariamente necesita hospedaje a diferencia del turismo de larga duración que necesariamente necesita hospedaje y servicio de restaurante y otros servicios de actividades y atracciones diversas.

### **2.3.3. Atractivos turísticos**

***GARCÍA Ana citada por GURRIA Manuel pág. 48 manifiesta: “Para un mejor estudio de los atractivos turísticos los clasifica en dos tipos:”***

Por su naturaleza

## Gráfico No 12 ATRACTIVOS TURÍSTICOS



**Fuente:** GURRIA Manuel

**Elaboración:** Autor del Proyecto

El Ecuador por su ubicación geográfica tiene gran atracción turística como: playas, ríos, acantilados, lagunas, cascadas, manantiales, grutas, cañones, cráteres de aguas termales y medicinales, bosques, selvas, fauna silvestre y flora es decir cuenta con la gran variedad de atractivos geomorfológicos y biogeográficos. El elemento fundamental del turismo es poner en contacto directo al individuo con su medio natural y el Ecuador tiene mucho que ofrecer al mundo turístico en belleza natural.

#### **2.3.4. Importancia del turismo**

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socio-económico y cultural del país, dada la diversidad de actividades favorables que traen beneficios económicos. Su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía, son pocos de los primordiales términos que determina el imán que poseen las regiones para el turismo.

Genera así mismo un mercado de empleos diversificados, es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos los recursos disponibles para este tipo de actividad económica, social y cultural.

#### **2.3.5. Profesión turística**

*La OMT citado por GURRIA Manuel (2007) define: “Se entiende por profesión turística la ocupación que ejerce un grupo de personas en uno o más subsectores del turismo, basado en un campo del conocimiento bien definido, tras recibir la enseñanza o formación adecuada, con objeto de prestar sus servicios o asesoramiento a terceras personas a cambio de unos honorarios, un sueldo o un salario.”*

Según lo manifestado podemos concluir que la profesión turística es la ocupación que realiza una persona o grupo de personas en uno o más sectores turísticos tras recibir enseñanzas adecuadas para satisfacer las necesidades de la demanda turística.

### **2.4. MERCADO TURÍSTICO**

#### **2.4.1. Oferta turística**

*Jordi Montaner (2006) define a la oferta turística así: “La oferta turística se basa en unos productos o servicios que están sujetos a una calidad y precio y que deben competir con el mercado frente a otros productos y servicios con el*

***objeto de conseguir una sólida demanda que permita obtener una rentabilidad.”***

En conclusión a lo que menciona el autor podemos concluir que la oferta turística es el conjunto de productos y servicios turísticos, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados puestos a disposición del turista para ser usados o consumidos lo cual nos va a generar una rentabilidad.

#### **2.4.2. Demanda turística**

***Jordi Montaner (2006) define a la demanda turística como: "demanda turística es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos y servicios turísticos con el objeto de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento y cultura en su periodo vacacional."***

Podemos concluir que la demanda turística son todos aquellos turistas que de manera individual o colectiva se desplazan fuera de su domicilio habitual, motivados por productos y servicios turísticos con el fin de satisfacer sus necesidades de ocio en su tiempo libre.

### **2.5. TIPOS DE TURISMO**

#### **2.5.1. Turismo alternativo**

Son aquellos viajes que tiene como finalidad realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y con las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales, generando una actitud de sustentabilidad.

[www.mexicoforestal.gob.mx/glossary/7/lettert](http://www.mexicoforestal.gob.mx/glossary/7/lettert)

Podemos concluir que el turismo alternativo es una modalidad de turismo respetuoso por la naturaleza, son actividades recreativas en contacto

directo con la naturaleza basada en la actitud, en la conducta, en el compromiso que debe asumir la humanidad en cuanto a la conservación del medio Ambiente.

### **2.5.2. Ecoturismo**

El Turismo ecológico o ecoturismo es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajeros. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo “ético”, en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas/grupos/cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Ecoturismo>

Podemos deducir que el ecoturismo también llamado turismo ecológico es una actividad turística diferente, promoviendo la sustentabilidad, conservación, valorización natural y cultural de los pueblos.

### **2.5.3. Turismo rural**

***En el libro Manual de Planificador del Turismo Rural (Instituto de Estudios Turísticos) citado por PULIDO F. Juan, (2008),pág. 30, "se puede definir al turismo rural como una oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines, situada en el medio rural, dirigida principalmente a los habitantes de la ciudades que buscan unas vacaciones en el campo, en contacto con la naturaleza y la gente local."***

Según lo manifestado por el autor podemos deducir que el turismo rural es aquella actividad turística realizada en espacio rural, compuesta por una oferta de actividades recreativas, dirigida a una demanda cuya

motivación principal es el contacto con el entorno natural y que tenga una interrelación con la sociedad local.

#### **2.5.4. Turismo de aventura**

Son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza. Este segmento está compuesto por diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan: tierra, agua y aire.

<http://www.different.com.mx/ecoturismo/mas-ecoturismo/turismo-aventura.html>

Basándose en lo investigado podemos decir que el turismo de aventura es llamado también turismo de riesgo, donde el turista tiene por objetivo pasar momentos de adrenalina y retos a costo de un porcentaje de riesgo.

#### **2.5.5. Turismo de salud**

Turismo enfocado a un grupo que se desplaza interesado en disfrutar de lugares donde encuentren diversiones sanas, educacionales y recreativas y a la vez cuidan su salud. Turistas que van en busca de climas y ecosistemas que sean benéficos para su salud y que en su lugar de residencia no lo disfrutaban.

<http://www.monografias.com/trabajos41/turismo-de-salud/turismo-de-salud.shtml#quees>

Podemos concluir que el turismo de salud está enfocado al desplazamiento de personas con el fin de disfrutar lugares en donde realizar actividades recreativas y a la vez buscar climas y entornos que sean beneficiosos para la salud.

#### **2.5.6. Turismo de negocios**

***RAMÍREZ Esthela (2006), pág. 10, define: “El turismo de negocios es el conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo***

***de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales a través de visitas a empresas, participación en exposiciones y otros eventos.***

Según lo manifestado por el autor podemos deducir que el turismo de negocios es un viaje individual o grupal por motivo de actividades laborales o negocios, las personas después de asistir a sus eventos programados, se comportan como cualquier turista aprovechando el viaje y visitando los lugares turísticos del sector.

## **2.6. TIEMPO LIBRE**

***ZAMORANO C. Francisco, (2007), pág. 58, define: “El tiempo libre es el residuo que queda después de desempeñar o cumplir con las obligaciones y compromisos laborales, escolares, familiares, personales y sociales, y el cual puede entregarse a actividades elegidas voluntariamente como parte de la oferta social.”***

Según lo manifestado por el autor podemos deducir que tiempo libre es el tiempo que no se dedica a la realización de actividades de trabajo, tareas u obligaciones, este tiempo es empleado en actividades de recreación y distracción.

## **2.7. RECREACIÓN**

***ZAMORANO C. Francisco, (2007), pág. 67, define: “Por recreación se entiende el bien cultural y la práctica social que implican para el usuario un proceso de participación permanente en un sistema de servicios proporcionados por agencias especializadas, que intentan satisfacer necesidades simbólicas, terapéuticas, de consumo, de descanso, diversión, y desarrollo lo que permite la libre expresión de la personalidad durante las horas libres y contribuye a mejorar la calidad de vida de la población.”***

**CASTELLANOS H Eulogio (2010), Pág. 30, cita a OVERETRUC Harry, quien define: “la recreación es como el desenvolvimiento placentero y espontaneo del hombre en el tiempo libre, con tendencia a satisfacer ansias psico-espirituales de descanso, entretenimiento, expresión, aventura y socialización.”**

Según lo manifestado por los autores podemos deducir que recreación es la actividad que se realiza placenteramente en el tiempo libre satisfaciendo ansias de entretenimiento, descanso, socialización, distracción, entre otras.

### **2.7.1. Servicios recreativos**

**ZAMORANO C. Francisco, (2007 define: “Los servicios recreativos son satisfactorios de necesidades sociales, psicológicas, y algunas de tipo biológico, que al ser proporcionados por dependencias y organismos gubernamentales, comerciales, voluntarios y privados, se convierten en prestaciones.”Pág. 68**

Los servicios recreativos son un conjunto de actividades que busca satisfacer necesidades, y se convierten en prestaciones cuando son proveídos por dependencias y organismos gubernamentales, comerciales, voluntarios y privados.

### **2.7.2. Características de los servicios recreativos**

**ZAMORANO C. Francisco, (2007) expresa: Los servicios recreativos deben contar con las siguientes características:**

- Proporcionar durante las horas libres, fines de semana, vacaciones y días de asueto;
- Las dependencias o agrupaciones públicas y privadas deben suministrarlos para satisfacer necesidades colectivas;

- Dirigirse a sectores concretos de la población: niños, jóvenes, adultos, ancianos, hombres, mujeres, comunidades, etc;
- Tener un campo de acción geográfico, ideológico y político;
- Disponer de un sistema organizativo y administrativo;
- Ofrecer un conjunto de actividades y programas;
- Requieren profesionales y especialistas.

La prestación de los servicios recreativos implica un proceso que debe cuidar todos sus detalles para brindar una oferta de calidad, para esto debe cumplir las características antes mencionadas las cuales ayudarán a satisfacer las necesidades individuales y colectivas, con la colaboración de profesionales especialistas.

## **2.8. OMT**

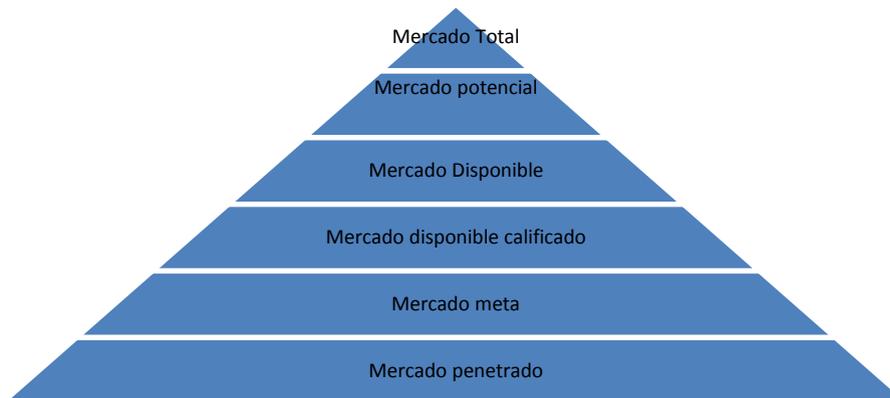
La OMT es la Organización Mundial del Turismo, y es la principal organización internacional en el campo de viajes y turismo. Tienen objetivos primordiales como promover el turismo, estimular el crecimiento económico y la creación de empleos, proporcionar incentivos a la protección del medio ambiente, promover la comprensión y la unión de pueblos por medio del turismo.

## **2.9. MERCADO META U OBJETIVO**

***KOTLER Philip, (2008), pág. 178, define al mercado meta como: “Un mercado meta consiste en un mercado de compradores que tienen necesidades o características comunes, y a los que la compañía desea servir”***

***Según HERNÁNDEZ Clotilde,(2009), Pág. 32, manifiesta “El mercado meta es la parte del mercado disponible calificado a que la empresa decide servir”***

## Gráfico No 13 SEGMENTACION DEL MERCADO



**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Fundamentos del Marketing (HERNÁNDEZ Clotilde)

Según lo manifestado por los autores podemos decir que el mercado meta es el conjunto de consumidores seleccionados por la empresa con necesidades comunes, a los cuales la empresa se propone en atender diseñando una mezcla de marketing.

### 2.9.1. Estrategias de mercadeo

***Según LAMB W Charles, Jr/ Josep F Mezcla de Marketing “Es la combinación distintiva de estrategias de producto, distribución (plaza), promoción y precio diseñada para producir intercambios mutuamente satisfactorios con un mercado meta.***

Con lo manifestado por el autor podemos concluir que la Mezcla de Marketing es la combinación única de las cuatro variables básicas de marketing (producto, precio, plaza y promoción) controlada por el departamento de marketing.

### ***Estrategias de servicio***

***Klother& Armstrong, (2008), Fundamentos de Marketing; Se refiere a la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta.***

***El producto es el bien o servicio que ofrecemos o vendemos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar relacionadas al producto o servicio son: incluir nuevas características al producto o servicio o incluir nuevos servicios adicionales que le brinde al cliente un mayor disfrute y satisfacción de sus necesidades y expectativas.***

### ***Estrategias de precio***

***Según LAMB W Charles, Jr. / Josep F manifiestan: “El precio es lo que un comprador da a cambio para obtener un producto. Suele ser el más flexible de los cuatro elementos de la mezcla marketing (el elemento que se cambia con mayor rapidez). Los vendedores elevan o bajan los precios con más frecuencia y facilidad que lo que pueden cambiar otras variables de la mezcla de marketing. El precio representa una importante arma competitiva y resulta fundamental para la organización como un todo, porque, multiplicado por el número de unidades vendidas, es igual al ingreso total de la empres.”***

Según lo manifestado por los autores antes mencionados podemos concluir que la estrategia de precios es un conjunto de acciones planificadas elementales para la fijación de precios inicial y a lo largo del ciclo de vida del producto o servicio. El precio es el más flexible de los cuatro elementos de la mezcla de marketing, se suele elevar y bajar con frecuencia y facilidad y es el arma más importante porque multiplicando por el número de unidades vendidas, nos da como resultado el total de ingresos de la empresa y de este depende las utilidades para la misma.

### ***Estrategias de promoción***

***Klother& Armstrong, (2008), Fundamentos de Marketing; Comprende actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo.***

La promoción incluye ventas personales, publicidad, promoción, de ventas y relaciones públicas. Las estrategias de promoción es un conjunto de actividades, tácticas como: comunicar dar a conocer o recordar la existencia de un producto o servicio a los consumidores, así como convencer, motivar, o inducir a la compra o adquisición de los mismos.

### ***Estrategias de plaza***

***Klother& Armstrong, (2008), Fundamentos de Marketing: O punto de venta incluye las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta.***

Las estrategias de distribución se aplican para hacer que los productos se encuentren a disposición en el momento y lugar en que los consumidores lo deseen. Parte de esta “P” de plaza es la distribución física, que se refiere a todas las actividades de negocios relacionados con el almacenamiento y transporte de materias primas o productos terminados. La meta de la distribución es tener la certeza de que los productos llegan en condiciones de uso a los lugares designados.

## **2.10. FUNDAMENTOS TÉCNICOS**

### **2.10.1. Estudio Técnico**

***PRIETO HERRERA Jorge Eliecer (2009), Proyectos Enfoque Gerencial; “Los objetivos de un estudio técnico de un proyecto permiten verificar la posibilidad de la fabricación del producto o servicio definido, analizar el tamaño óptimo, la localización más favorable, los equipos, las instalaciones y la organización necesaria para su ejecución”. Pág. 100***

Del concepto antes mencionado el estudio técnico permite determinar el tamaño de una nueva unidad productiva, el sitio donde debe ubicársela y

los procesos de producción, infraestructura física, inversiones y talento humano requeridos para su operación.

## 2.10.2. Localización óptima del proyecto

### • **MICRO-LOCALIZACIÓN**

***JÁCOME, Walter, (2005),pág. 133,define:“Macro-localización se refiere a establecer con toda la precisión el lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto tomando en cuenta las siguientes consideraciones: “.***

- a) *Región;*
- b) *Provincia;*
- c) *Cantón.*

Según el concepto manifestado por el autor podemos concluir que la macro-localización es establecer con exactitud geográfica dónde va estar ubicado nuestro proyecto concerniente a la región, provincia y cantón.

### • **MACRO-LOCALIZACIÓN**

***JÁCOME, Walter, (2005), pág. 133, manifiesta: “La micro-localización establece condiciones específicas o particulares que permite fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto, para lo cual se adiciona la siguiente información”***

- a) *Parroquia;*
- b) *Calles longitudinales y transversales;*
- c) *Dirección domiciliaria y telefonía de ser posible;*
- d) *Croquis de ubicación.*

Referente a lo establecido por el autor podemos concluir que la micro-localización establece condiciones más concretas como: parroquia, calles longitudinales y transversales, dirección domiciliaria líneas telefónicas y

croquis de ubicación; que nos permitirán con facilidad determinar el lugar exacto donde se va a desarrollar el proyecto.

## **2.11. ESTRUCTURA ESTRATÉGICA**

### **2.11.1. Misión**

**HILL Charles W. y GARETH R Jons (2008), pág. 11, definen:**  
***“Misión es una descripción o afirmación del porqué una empresa está en operación”.***

**HITT Black Michael Porter (2009), pág. 198, define:** ***“Misión es la que articula el propósito fundamental de la organización y a menudo incluye varios componentes.”***

La misión es el propósito y la razón de ser de la empresa, describe el medio y el negocio al cual la organización se dedica y lo que pretende cumplir y a quien va dirigido.

### **2.11.2. Visión**

**FRACÉS, Antonio. (2006), Pág. 45, define:** ***“Visión es la ambición de la empresa o corporación (u organismo) a ser alcanzada en un horizonte de tiempo dado.”***

**DALESSIO, Ipinza Fernando (2008) define:** ***“La visión de una organización es la definición deseada de su futuro, responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?.”***

La visión es la declaración clara de qué quiere llegar a ser la empresa a largo plazo, es decir dentro de 5 o 10 años tomando en cuenta impactos importantes como: nuevas tecnologías, expectativas cambiantes del cliente, nuevas condiciones de mercado etc.

## **2.12. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización

para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf>

En síntesis la Estructura Organizacional es la forma de dividir, organizar y coordinar las actividades de una empresa con el fin de cumplir las metas y alcanzar los objetivos planteados

### **2.12.1. Organigrama**

***RIVERA Martínez Francisco, (2010), manifiesta: “Es un diagrama de tipo jerárquico que permite establecer las relaciones de autoridades entre los integrantes de una organización, un área dentro de ella o un equipo de trabajo.”***

Un organigrama es la representación grafica de tipo jerárquico que permite establecer las relaciones de los elementos que componen la organización, es decir relaciones de autoridades entre los integrantes de la organización

## **2.13. FUNDAMENTOS FINANCIEROS**

### **2.13.1. Inversión fija**

***BACA URBINA, Gabriel; (2010), Pág. 143, define: “Inversión fija se entiende por activos tangible o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de ellos sin que esto ocasione problemas a sus actividades productivas.”***

Según lo mencionado por el autor, la inversión fija se refiere a los activos tangibles como: terrenos, edificios maquinaria, equipo, vehículos, etc.;

que sean propiedad de la empresa los cuales son indispensables para el funcionamiento y las actividades productivas de la empresa.

### **2.13.2. Inversión diferida**

***BACA URBINA, Gabriel; (2010), pág. 143, define: “Inversión diferida se entiende por activo intangible o diferido al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluye: patentes de inversión, marcas , diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicio (como luz, agua, teléfono, internet y servicios notariales), estudios que tienden a mejorar en el presente o en el futuro funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación del personal dentro y fuera de la empresa, etc..”.***

En síntesis, la inversión diferida se caracteriza por su intangibilidad, son derechos y servicios adquiridos por la empresa, los cuales son necesarios para su funcionamiento. Usualmente está conformada por trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias.

### **2.13.3. Inversión variable**

***BRAVO VALDIVIESO Mercedes (2007), pág. 289define:”la inversión variable indica la cantidad de recursos que dispone la empresa para realizar sus operaciones, después de satisfacer sus obligaciones o deudas a corto plazo”.***

Según lo manifestado por el autor podemos deducir que la inversión variable es el capital de trabajo o los recursos necesarios para que la

empresa pueda iniciar sus operaciones mientras obtiene sus primeros ingresos de la actividad que va a realizar.

#### **2.13.4. Estado de situación inicial**

***BRAVO VALDIVIESO Mercedes (2007), pág. 47, define: “Se elabora al iniciar las operaciones de la empresa con los valores que conforman el Activo, Pasivo y el Patrimonio de la misma. Con esta información se procede a la apertura de libros.”***

***El balance de situación inicial se puede presentar de 2 formas.***

- En forma de T u horizontal, y;
- *En forma de reporte o vertical.*

***ZAPATA Sánchez Pedro, (2005), pág. 74, nos dice: “Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado”***

En síntesis el estado de situación inicial se realiza al iniciar las operaciones de una empresa, es un informe de cuenta que presenta ordenada y constantemente las cuentas de activo, pasivo, patrimonio y determina el estado de la empresa en un momento dado.

#### **2.13.5. Estado de resultados**

***STANLET B. block y Geoffrey A. Hir (2005), pág. 25, define: “Es el principal instrumento que se usa para medir la rentabilidad de una empresa durante un tiempo. Cubre un período definido, ya sea que se trate de un mes, 3 o de un año., se puede presentar en forma escalonada o en forma progresiva de tal modo que se pueda examinar la utilidad o la pérdida que se produce después de que cada tipo de gasto hasido deducido”***

**ZAPATA Sánchez Pedro,(2005), pág. 73, define: “El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un periodo determinado.”**

Según los conceptos antes mencionados por los autores, el estado de resultado o estado de pérdidas y ganancia es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente los efectos de las operaciones de una empresa, es decir, la utilidad o pérdida del ejercicio.

#### **2.13.6. Estado de flujo de efectivo**

**Según JÁCOME, Walter, (2005), pág. 74, nos manifiesta que el flujo de caja: “representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos o aproximaciones que en ningún momento constituyen certezas afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero.**

Se consideran dos tipos de flujo de caja;

- *Flujo de caja libre, y ;*
- *Flujo de caja con protección.*

**WARREN, Carl S; REEVE James M; DUCHAC Jonathan E, (2010), Pág. 711, nos manifiesta que: “El estado de Flujo de Efectivo reporta los flujos de entrada y los flujos de salida de efectivo de una empresa durante un periodo, y ofrece información útil acerca de su capacidad para realizar lo siguiente:”**

- Generar efectivo de las operaciones;
- Conservar y ampliar su capacidad de operación;
- Cumplir sus obligaciones financieras;

- Pagar dividendos.

Según los autores podemos deducir que el Estado de Flujo de Caja reporta el comportamiento del efectivo en los períodos operativos pronosticados, vale recalcar que son datos basados en pronósticos los cuales en ningún momento constituyen certezas de los posibles ingresos y egresos.

## 2.14. EVALUADORES FINANCIEROS

### 2.14.1. Valor actual neto (VAN)

***JÁCOME, Walter, (2005), pág. 82, define “Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma. Matemáticamente se determina por la siguiente formula”.***

$$VAN = < Inversión > + \sum FC / (1 + i)^n$$

*En donde:*

FC = Flujos Caja Proyectados

*i = Tasa de descuento*

*n = Tiempo de vida útil del proyecto o inversión*

**VAN** positivo, significa que existe rentabilidad

**VAN** negativo, inversión no rentable o no atractiva.

El VAN es el poder adquisitivo presente y nos permite ver si es o no conveniente la inversión que vamos a realizar a futuro.

#### 2.14.2. Tasa interna de retorno (TIR)

***Para GITMAN, Laurence J. (2007), pág. 359, afirma: “Es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas.”***

La tasa interna de retorno en una inversión es la tasa de rendimiento requerida que da como resultado un VAN cero cuando es utilizada como una tasa de descuento.

#### 2.14.3. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

***WACHOWICZ James (2010), Pág. 324, manifiesta: “El PRI nos dice el número de años requeridos para recuperar la inversión de efectivo inicial con base en los flujos de efectivos esperados. Es el periodo para que los flujos de efectivo acumulados esperados de un proyecto de inversión sean iguales al flujo de salida de efectivo inicial”.***

Según lo manifestado, se entiende por PRI al tiempo en años que se requiere para recuperar una inversión, con base en los flujos de efectivo esperados.

#### 2.14.4. Costo beneficio

***JÁCOME, Walter, (2005), manifiesta: “Este método sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirven de instrumentos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja”.***

- Si C/B es mayor que 1, tenemos un adecuado retorno.
- Si C/B es menor que 1, no hay un adecuado retorno, por lo tanto no es atractiva la inversión.
- Si C/B es igual a 1, significa indiferencia tampoco es aceptable porque equivale a no haber hecho nada.

La fórmula de cálculo es:

$$\frac{C}{B} = \frac{\sum \text{ingresos}/(1+i)^n}{\sum \text{egresos}/(1+i)^n}$$

En síntesis el costo beneficio sirve para evaluar la viabilidad de un proyecto, en función de los egresos para esto se toma en cuenta los ingresos y egresos proyectados, si el costo beneficio es mayor a uno tenemos un adecuado retorno.

#### **2.14.5. Punto de equilibrio**

***BACA URBINA Gabriel (2010), pág. 148, define: “es una técnica muy útil para estudiar las relaciones entre los costos variables y los ingresos, es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables”.***

Según lo manifestado por el autor el punto de equilibrio nos sirve para estudiar las relaciones entre los costos variables y los ingresos, para saber el punto exacto en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables.

#### **2.15. IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS (MATRIZ DE EVALUACIÓN)**

***JÁCOME, Walter, (2005), pág.171, afirma: “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.***

De acuerdo con el concepto antes mencionado los impactos tratan de determinar lo que ha futuro puede suceder, si se pone en ejecución el proyecto, recordemos que el proyecto no se ejecuta todavía, los impactos reales se determinarán cuando el proyecto esté en funcionamiento o al cabo de undeterminado de tiempo.

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es un instrumento que nos permitirá obtener datos que de una u otra forma serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas obteniendo como resultado la aceptación del producto o servicio dentro del mercado.

El presente estudio se enfoca en obtener información que nos ayude a enfrentar las condiciones del mercado, analizando la oferta, demanda turística, precio, canales de distribución y mercado potencial de la actividad turística del Cantón Espejo, Provincia del Carchi.

Con este estudio se busca determinar el espacio que ocupa el servicio turístico en el mercado, probar que existe un número suficiente de consumidores del servicio que se presenta en el proyecto e identificar las empresas productoras del servicio y las condiciones en que se está suministrando el mismo, igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el servicio de la empresa a los consumidores y usuarios.

#### **3.1. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.**

La presente propuesta es la creación de un complejo turístico en el balneario “El Puente Ayora”, de la ciudad El Ángel, aprovechando la concurrencia de moradores del Cantón debido a sus facultades medicinales de sus vertientes de aguas termales que fluyen con gas natural. “El Puente Ayora” es un lugar accesible y cercano para la población, pero lastimosamente no tiene el mantenimiento ni las condiciones adecuadas para una completa satisfacción de sus visitantes.

Los servicios a ofrecer según los requerimientos son los siguientes: alimentación, piscina, canchas múltiples, sauna, turco hidromasaje los

mismos que han coincidido con la opinión según las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón.

### **3.1.1. Piscina**

Una piscina es una construcción destinada a retener agua y poder practicar el baño o la natación, en lugares donde no existan condiciones naturales propicias para ello. Esta tendrá la preparación necesaria para la práctica del deporte de la natación, se la cubrirá con techo, para que se la pueda disfrutar en cualquier tipo de clima. Este tipo de servicio es el de mayor preferencia al momento de elegir la recreación según las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Espejo, existe solamente un lugar que prestan este tipo de servicio, pero sus vías de acceso no están en buenas condiciones y están bastante alejados de la ciudad.

### **3.1.2. Sauna y turco**

El baño turco o *hamam* es un baño de vapor caliente que oscila sobre los 55 °C - 70 °C . Suelen ser salas herméticas donde se mantienen esas condiciones. Esta es una modalidad de baño de vapor que incluye limpiar el cuerpo y relajarse a base de vapor con hierbas aromáticas

La sauna seca es una práctica muy habitual donde la temperatura en el interior llega a 70-100 °C, en el interior, está revestido de madera y las cabinas de sauna están calentadas por leña o electricidad.

Los beneficios de estos servicios son desintoxicación de la piel, limpieza de las vías respiratorias, mejora en el flujo de la sangre, el corazón bombea con más fuerza y preparación para un buen dormir, entre otros. Siempre van acompañados con contrastes de temperatura, a la sesión de calor le sigue una de enfriamiento, que amplía los efectos de la sudoración. Se toma con fines higiénicos y terapéuticos.

### **3.1.3. Hidromasaje natural y artificial**

Las refrescantes aguas cristalinas son utilizadas por la población desde tiempos pasados como hidromasaje natural atribuyéndole poderes terapéuticos, los chorros de aguas temperadas, -se dice-, que tienen potestades curativas para el dolor de riñones y otras dolencias. Además para mejor satisfacción del usuario se incrementará un hidromasaje artificial o jacuzzi.

### **3.1.4. Canchas deportivas**

Los deportes son un símbolo de unión y diversión en familia y amigos y por la gran aceptación de los habitantes del Cantón según los resultados obtenidos en las encuestas el complejo turístico contará con los servicios de una cancha multiusos para la práctica de deportes, especialmente los más tradicionales que se practican en nuestro entorno: básquet, fútbol y vóley.

### **3.1.5. Juegos infantiles**

Desde luego no podemos olvidarnos de los más pequeños, los niños que deben contar con sus espacios de distracción en nuestro complejo, para lo cual se contará con un pequeño parque infantil adecuado a sus condiciones.

### **3.1.6. Áreas naturales**

Los habitantes de la ciudad El Ángel gustan de las caminatas, el ciclismo y carreras utilizando la vía asfaltada que rodea el balneario disfrutando de bellos paisajes, el sonido fascinante de sus ríos y vertientes naturales, el trinar de los pájaros y por supuesto su aire fresco libre de contaminación con su inconfundible olor a pino y eucalipto como resultado de sus abundantes bosques.

### **3.1.7. Restaurantes**

Dentro del bar – restaurant, nuestros visitantes podrán degustar de una variedad menús y platos a la carta.

### **3.1.8. Parqueadero**

Nuestros clientes tendrán a su disposición nuestro parqueadero permitiendo tener mayor seguridad, accesibilidad y control de sus vehículos.

## **3.2. MERCADO META**

El mercado meta, al cual va dirigido los servicios que brindará el complejo turístico se lo establecerá en función de la población que realiza recreación con frecuencia de los cantones: Mira, Espejo y Bolívar, los cuales son los cantones más cercanos al lugar donde estará ubicado el proyecto. A futuro se aspira ampliar mercado ya que según las entrevistas realizadas a la competencia, sus turistas en un gran porcentaje son de los distintos cantones de la provincia del Carchi.

## **3.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

El propósito que se persigue en el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participar del producto del mercado en la satisfacción de dicha demanda.

El Cantón Espejo cuenta con un buen posicionamiento en atractivos turismo se refiere, debido a su ubicación geográfica cuenta con una variedad de recursos naturales únicos en el mundo. Desde hace ya 15 años el Cantón Espejo se ha convertido en un paraíso turístico visitado por turistas nacionales y extranjeros, siendo esta actividad uno de los principales ingresos económicos dentro del Cantón.

No obstante a falta de publicidad y estar fuera de la vía principal que conecta Colombia-Ecuador ha sido uno de los principales obstáculos que ha tenido para convertir al Cantón en un polo de desarrollo turístico

### 3.3.1. Demanda Histórica

La demanda histórica implica la demanda actual o real. El comportamiento histórico de la demanda de turistas extranjeros al Ecuador fue extraído de los datos proporcionados por el Boletín de Estadísticas Turísticas en el Ministerio de Turismo de Imbabura. Los datos proporcionados se los han detallado en un cuadro de los últimos 5 años, periodo 2006-2011.

#### Gráfico No 13 TURISMO EXTRANJERO

ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN EL PAÍS DE NACIONALIDAD						
AÑOS:2006-2011						
CONTINENTE Y PAÍS DE NACIONALIDAD	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011
AFRICA	1.240	1.366	1.560	3.254	3.227	3.488
AMERICA	642.075	729.610	753.266	734.524	810.281	875.914
ASIA ORIENTAL Y EL PACIFICO	19.488	25.223	39.799	33.590	35.935	38.846
ASIA DEL NORDESTE	4.002	4.760	5.533	4.951	5.106	5.520
AUSTRALIA	6.396	7.988	9.696	9.876	10.820	11.696
EUROPA	144.682	179.700	194.261	197.062	197.527	213.527
SIN ESPECIFICAR	33.070	1.594	16.051	69	128	138
<b>TOTAL</b>	<b>840.555</b>	<b>937.487</b>	<b>1.005.297</b>	<b>968.499</b>	<b>1.047.098</b>	<b>1.131.913</b>

Fuente: Boletín del Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora

*En Ecuador, el número de llegadas de extranjeros ascendió a 1047.098, con una tasa de crecimiento promedio del 6,3%*

Los datos para la demanda real de los últimos 5 años de la Provincia del Carchi fueron proporcionados por el Ministerio de Turismo de la Provincia del Carchi

**Cuadro No. 14 VISITANTES DE LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS A PROVINCIA DEL CARCHI**

REGISTRO DE TURISTAS DE LA PROVINCIA DEL CARCHI	
AÑOS: 2007-2011	
AÑOS	TURISTAS
2007	133502
2008	136307
2009	140164
2010	155096
2011	177123

Fuente: Ministerio de Turismo del Carchi

Elaborado por: La Autora

*En el cuadro anterior se observa que el turismo en la Provincia del Carchi va en forma creciente.*

**3.3.2. DETERMINACIÓN DE LA TASA DE CRECIMIENTO DE A DEMANDA**

**Cuadro No. 15 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE CRECIMIENTO DEL TURISMO DE LA PROVINCIA DEL CARCHI.**

AÑO	DEMANDA TURÍSTICA	TENDENCIA DE CRECIMIENTO I = (Q2/Q1)-1
2007	133.502	
2008	136.307	0,02
2009	140.164	0,03
2010	155.096	0,11
2011	177.123	0,14
Tasa de crecimiento promedio de los últimos 5 años		0,07

Fuente: Ministerio de Turismo del Carchi

Elaborado por: La Autora

$$ICA = \frac{\sum i}{n}$$

$$ICA = \frac{0,30}{4}$$

ICA =0,075

ICA= 7,5%

Como se puede observar el turismo en la Provincia del Carchi crece en un 7.5% anual.

### 3.3.3. Segmentación

La segmentación de mercado trata de concretar las características concretas que posee el grupo objetivo. Se identifican las variables de segmentación a utilizar para determinar el mercado objetivo.

#### Cuadro No. 16 CUADRO DE VARIABLES DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	Tipo de Variable	Nombre de la variable	Segmentos
	Geográfica	Provincia Cantón habidad	Carchi Espejo, Bolívar, Mira Urbano-Rural
	Demográfica	Edad Género	25-65 hombres y mujeres

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La Autora

Nuestro nicho de mercado sería el siguiente: hombres y mujeres de edades comprendidas entre los 25 y 65 años, de las áreas urbanas y rurales de los cantones; Mira, Espejo Y Bolívar, de la provincia del Carchi

#### Cuadro No. 17 CUADRO DE SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA

Primera segmentación	Segunda segmentación	Fuentes	Población
<b>Mercado total</b> 1) Población de los cantones: Espejo, Mira y Bolívar. (39.891)	Urbano Rural	INEC	39.891
<b>Mercado Potencial</b> 2) Hombres y mujeres de 25 a 65 años de edad (16.706)	Urbano Rural	INEC	16.706
<b>Mercado Meta</b> 3) Población que realiza recreación con frecuencia (14.153)	Urbano Rural	INEC Encuestas	14.153
<b>Mercado Efectivo</b>	Urbano	INEC	14.011

4) Población en función en función de aceptación del proyecto (14.011)	Rural	Encuestas	
--	-------	-----------	--

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

El Mercado Total, está constituido por los habitantes de los cantones: Espejo, Mira y Bolívar de las áreas Urbanas y Rurales zonas de influencia de proyecto. Este es de 39.891 habitantes.

#### Cuadro No. 18 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN BOLÍVAR

Parroquia	Urbano	Rural	Total
BOLÍVAR	2.998	2.208	5.206
GARCÍA MORENO		1.406	1.406
LOS ANDES		2.260	2.260
MONTE OLIVO		1.690	1.690
SAN RAFAEL		1.741	1.741
SAN VICENTE DE PUSIR		2.044	2.044
<b>TOTAL</b>	<b>2.998</b>	<b>11.349</b>	<b>14.347</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

#### Cuadro No. 19 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO

Parroquia	Urbano	Rural	Total
EL ÁNGEL	4.497	1.828	6.325
EL GOALTAL		816	816
LA LIBERTAD		3.502	3.502
SAN ISIDRO		2.721	2.721
<b>TOTAL</b>	<b>4.497</b>	<b>8.867</b>	<b>13.364</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

#### Cuadro No. 20 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN MIRA

Parroquia	Urbano	Rural	Total
CONCEPCIÓN		2.807	2.807
JIJÓN Y CAAMAÑO		2.071	2.071
JUAN MONTALVO		1.308	1.308
MIRA	3.096	2.898	5.994
<b>total</b>	<b>3.096</b>	<b>9.084</b>	<b>12.180</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

En cambio el Mercado Potencial lo constituyen la población de 25 a 65 años de edad, hombres y mujeres de las áreas Urbano y Rural de los cantones: Espejo, Mira y Bolívar zonas de influencia de proyecto. Este es de 16706 habitantes.

**Cuadro No. 21 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN BOLÍVAR HOMBRES Y MUJERES EN EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 25-65 AÑOS DE EDAD.**

Bolívar	Población	
	Urbano	Rural
Bolívar	2322	
García Moreno		627
Los Andes		875
Monte Olivo		629
San Vicente		819
San Rafael		704
subtotal	2322	3654
	<b>total</b>	<b>5976</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

**Cuadro No. 22 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO HOMBRES Y MUJERES EN EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 25-65 AÑOS DE EDAD.**

Espejo	Población	
	Urbano	Rural
El Ángel	2742	
Gualtal		334
La libertad		1.485
San isidro		1.112
Subtotal	2742	2931
	<b>Total</b>	<b>5673</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

**Cuadro No. 23 CUADRO DE POBLACIÓN DEL CANTÓN BOLIVAR HOMBRES Y MUJERES EN EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 25-65 AÑOS DE EDAD.**

Mira	Población	
	Urbano	Rural
Mira	2719	
Concepción		1040
Jijon y Camaño		743
Juan Montalvo		555
Subtotal	2719	2338
	<b>Total</b>	<b>5057</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

El mercado meta, se lo establecerá en función de la población que realiza recreación con frecuencia, máximo cada mes. Los resultados de las encuestas relevan que el 84,72% de la población encuestada realiza recreación máximo cada mes. Esta población es de 14.153.

**Cuadro No. 24 CUADRO DE CÁLCULO DE LA POBLACIÓN META**

PORCENTAJE DE FRECUENCIA DE RECREACIÓN		POBLACIÓN DE HOMBRES Y MUJERES 25-65 AÑOS DE EDAD		POBLACIÓN META
ALTRNATIVA	%	POBLACION		
CADA FIN DE SEMAN	12,5	ESPEJO	5673	14.153
CDA 15 DIAS	27,22	BOLIVAR	5976	
CADA MES	45	MIRA	5057	
	84,72		16.706	

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

Y el mercado efectivo se lo estableció en función de Población que está de acuerdo en la realización del proyecto, los resultados de las encuestas revelan que el 99% de la población encuestada está de acuerdo en la creación de un complejo turístico. El mercado efectivo es de 14.011 habitantes.

## **Cuadro No. 25 CUADRO DE CÁLCULO DE LA POBLACIÓN DEL MERCADO EFECTIVO**

POBLACION META	ACEPTACIÓN DEL PROYECTO	MERCADO EFECTIVO
14153	99%	14011

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** La Autora

Cabe manifestar que existen aspectos que inciden en la decisión de los clientes al momento de utilizar este tipo de servicio, como son:

### **ASPECTO ECONÓMICO**

El aspecto económico principalmente está determinado por el poder adquisitivo que posean los clientes al momento de utilizar el servicio, influye mucho los ingresos que perciban y el nivel económico que tengan, siendo esto alto y medio. En este caso se ha determinado que los consumidores tienen la posibilidad de adquirir los servicios ofertados ya que tiene un nivel de ingreso medio y los costos de servicio ofertado es accesible y están en función de la competencia.

### **ASPECTO TECNOLÓGICO**

Los equipos e instalaciones perfectamente adecuadas permitirán que los servicios turísticos sean de excelente calidad, seguros y confiables, y cumplan con todas la normas de seguridad y prevención de accidentes.

### **ASPECTO CULTURAL**

Se tiene conocimiento gracias a la investigación de campo que los habitantes del sector realizan recreación frecuente, y al momento de elegir un sitio ideal prefiere el servicio de piscinas, así lo confirman las encuestas en el lugar de estudio, los servicios de reservas ecológicas y parques tiene menor preferencia entre la población encuestada.

### 3.3.4. Identificación De La Demanda Actual

Contando ya con un mercado segmentado, para la identificación de la demanda actual se ha considerado la frecuencia de recreación mensual de la población según los resultados obtenidos en las encuestas, con este antecedente la demanda potencial para el proyecto queda de la siguiente manera:

**Cuadro No. 26 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL POSIBLE ACTUAL**

DEMANDA POTENCIAL ACTUAL		
MERCADO SEGMENTADO	FRECUENCIA DE RECREACION MENSUAL	DEMANDA POTENCIAL POSIBLE ACTUAL
14.011	12	168.132

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: la Autora

### 3.3.5. Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda se utilizó la tasa de crecimiento anual de la provincia del Carchi que es del 0.81%, este dato fue proporcionado por el INEC.

$$D_f = D_a(1+r)^n$$

Dónde:

**D<sub>f</sub>** = demanda futura =

**D<sub>a</sub>** = demanda actual = 168.132

**r** = tasa de crecimiento turística = 0.81% anual

**n** = años = 1, 2, 3, 4, 5 respectivamente

En base a esta fórmula, la demanda proyectada se precisó en el siguiente cuadro:

**Cuadro No. 27 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TURISTAS DE LOS CANTONES: BOLÍVAR, ESPEJO Y MIRA**

AÑO	DEMANDA
2012	168.132
2013	169.493
2014	172.249
2015	176.463
2016	182.257
2017	189.758

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** La Autora

**3.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Mediante una investigación directa en los Cantones, Mira, Espejo y Bolívar los cuales han va dirigido el proyecto se han localizado varios centros recreativos los cuales se los analiza en el siguiente cuadro:

**Cuadro No. 28 ANÁLISIS DE LOS CENTROS TURÍSTICOS DE LOS CANTONES: BOLÍVAR, ESPEJO Y MIRA**

SERVICIOS QUE PRESTA	ESPEJO			BOLÍVAR	MIRA
	LA CALERA	RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL	POLYLEPIS	EL AGUACATE	UYAMÁ
piscina	X			x	x
sauna y turco	X				
hidromasaje			X		
canchas deportivas	X	X	X		
juegos infantiles	X				
áreas naturales	X	X	X		x
parqueadero	X	X	X		x
restaurante	x		X		

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

El análisis se lo ha realizado en relación a los servicios que va prestar el nuevo “Complejo Turístico El Puente Ayora”. Como se observa en el cuadro el que más se asimila es el “Complejo Turístico La Calera”, y el

Polylepis aunque no presta el servicio de piscina, turco y sauna, también se le ha considerado como nuestra competencia.

### 3.4.1. DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

Para la determinación de la oferta se consideró “La Calera” y el “Polylepis”, centros turísticos que según el análisis del cuadro N° 28 son competencia directa del proyecto,

#### Cuadro No. 29 CAPACIDAD INSTALADA DE LA OFERTA

AÑO 2012		
CAPACIDAD INSTALADA	LA CALERA	POLYLEPIS
DIARIA	200	50
CAPACIDAD SEMANAL	600	350
MENSUAL	2400	1400
ANUAL	28800	16800

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

### 3.4.2. Proyección Oferta

Para la proyección de la oferta se utilizó la tasa porcentual de Producto Interno Bruto (PIB), que para el año 2012 disminuyó hasta 4,5% según un informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

#### Cuadro No. 30 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	OFERTA PROYECTADA		Total
	LA CALERA	POLYLEPIS	
año base 2012	28800	16800	45600
año proyectado 2013	30096	17556	47652
año proyectado 2014	31450	18346	49796
año proyectado 2015	34345	19172	53516
año proyectado 2016	39193	20034	59227
año proyectado 2017	46738	20936	67674

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### 3.5. BALANCE DEMANDA - OFERTA

La estimación de la demanda insatisfecha es importante ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está conforme con el servicio que se entregó, y se lo calcula con la siguiente fórmula:

$$DI = D - O$$

Demanda Insatisfecha = Demanda – Oferta

**Cuadro No. 31 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA PROYECTADOS**

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
año base(2012)	168.132	45.600	122.532
2.013	169.493	47.652	121.841
2.014	172.249	49.796	122.453
2.015	176.463	53.516	122.947
2.016	182.257	59.227	123.030
2.017	189.758	67.674	122.084

**Fuente:**Datos Proyectados

**Elaborado por:** La Autora

*Se pudo identificar una demanda insatisfecha para el primer año de 122.532 turistas que es muy significativa lo que constituye una gran oportunidad debido a que estos pueden ser los posibles consumidores de los servicios del Complejo Turístico “El Puente Ayora”.*

### 3.6. ANÁLISIS DE PRECIOS

El análisis de precios se realizó en base a los siguientes ámbitos:

- ✓ En función de los costos que se incurren para la prestación del Servicio de este tipo.
- ✓ Se analizó el valor según la competencia para así poder establecer un buen precio a la par del mercado sin alejarse de lo normal y sin llegar a lo exagerado.

✓ Se utilizó la información recolectada con la investigación de campo mediante las encuestas realizadas a la población del Cantón Espejo, de cuanto están dispuestos a pagar por el servicio que van a recibir.

### **3.7. ESTRATEGIAS DE MERCADEO**

#### **3.7.1. Estrategias de servicio**

- Contratar talento humano calificado que conozca de asistencia turística para garantizar la excelencia en el servicio y por ende la satisfacción y seguro retorno del cliente.
- Una infraestructura acorde a las expectativas del turista capaz de competir en el mercado regional y nacional y encaminándose a conseguir el liderazgo en sector turístico.
- Mientras se poseione en el mercado, incluir nuevos servicios al cliente, que les brinden una mayor atracción y disfrute de la variedad de nuevos servicios.

#### **3.7.2. Estrategias de precio**

- Grupos mayores de 20 personas se les hará un descuento especial en el valor de la entrada al complejo turístico;
- Colegios, escuelas, y demás instituciones educativas tendrán un descuento especial en el valor de la entrada para atracción de las mismas.

#### **3.7.3. Estrategias de publicidad**

- Realizar anuncios en la radio y obsequiar pases de cortesía para publicidad del complejo turístico;
- Crear una página web exclusiva del complejo turístico, la cual servirá para realizar sugerencias, comentarios, como ayuda para cumplir o superar las expectativas en el servicio de nuestros clientes;
- Se diseñará tarjetas de presentación las cuales se colocará en los buses interprovinciales del Cantón;

- Se ofrecerá programas especiales y descuentos en temporadas como: carnaval, día de la madre, San Valentín;
- Se participará en ferias realizadas en el Cantón para mayor publicidad y conocimiento del complejo turístico;
- Por la gran acogida de la pista para la realización de ejercicios físicos se organizará caminatas, tomando como partida el parque central de la ciudad el Ángel y la llegada en el complejo turístico ofreciendo descuentos y promociones especiales en las entradas y servicios prestados, incentivando el ingreso al complejo;
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de transporte público del Cantón;
- Crea afiches, carteles, volantes, tarjetas de presentación y calendarios publicitarios;
- Se visitará instituciones educativas, financieras, empresas y demás entidades existentes en la provincia del Carchi y parte de la provincia de Imbabura para dar a conocer la existencia y servicios q presta el sitio turístico, ofreciéndoles descuentos y promociones especiales para incentivar la visita al complejo turístico.

#### **3.7.4. Estrategia de plaza**

Ofrecer nuestros servicios vía internet mediante el envío de correos electrónicos a instituciones educativas, financieras y empresas existentes ofreciendo promociones y descuentos especiales.

Realizar visitas a instituciones educativas, financieras, empresas y demás entidades existentes en la provincia del Carchi y parte de la provincia de Imbabura dando a conocer nuestros servicios y promociones.

#### **3.8. Conclusiones del Estudio de Mercado**

Del estudio de mercado realizado en el Cantón Espejo se pudo concluir:

Existe una demanda turística potencial adecuada de usuarios los cuales pueden ser nuestros posibles consumidores del complejo turístico “El Puente Ayora”.

Los encuestados demostraron un gran interés y aceptación por la creación del Complejo turístico lo que permitió estimar un número alto de demandantes del proyecto.

El complejo turístico “El Puente Ayora” solo tiene un competidor el cual mediante observación directa se evidenció que sus instalaciones e infraestructura no se encuentran en condiciones adecuadas para un buen servicio además que sus vías de acceso están en mal estado.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### Presentación

El presente capítulo tiene como finalidad determinar la capacidad operativa del proyecto en términos de eficiencia, para esto es importante analizar los siguientes aspectos.

- Localización óptima del proyecto;
- Tamaño del proyecto;
- Distribución de instalaciones;
- Proceso del servicio;
- Presupuesto de inversión.

Dichos aspectos responderán a las siguientes interrogantes: ¿Dónde estará ubicado el proyecto?; ¿Qué tamaño tendrá el proyecto?; ¿Qué instalaciones son necesarias para la implementación?; ¿Cuál es el proceso para ofertar el servicio?; ¿A cuánto ascienden las inversiones?.

#### 4.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

En este punto se determina tanto la macro-localización y micro-localización óptimo del proyecto.

##### 4.1.1. Macro-localización

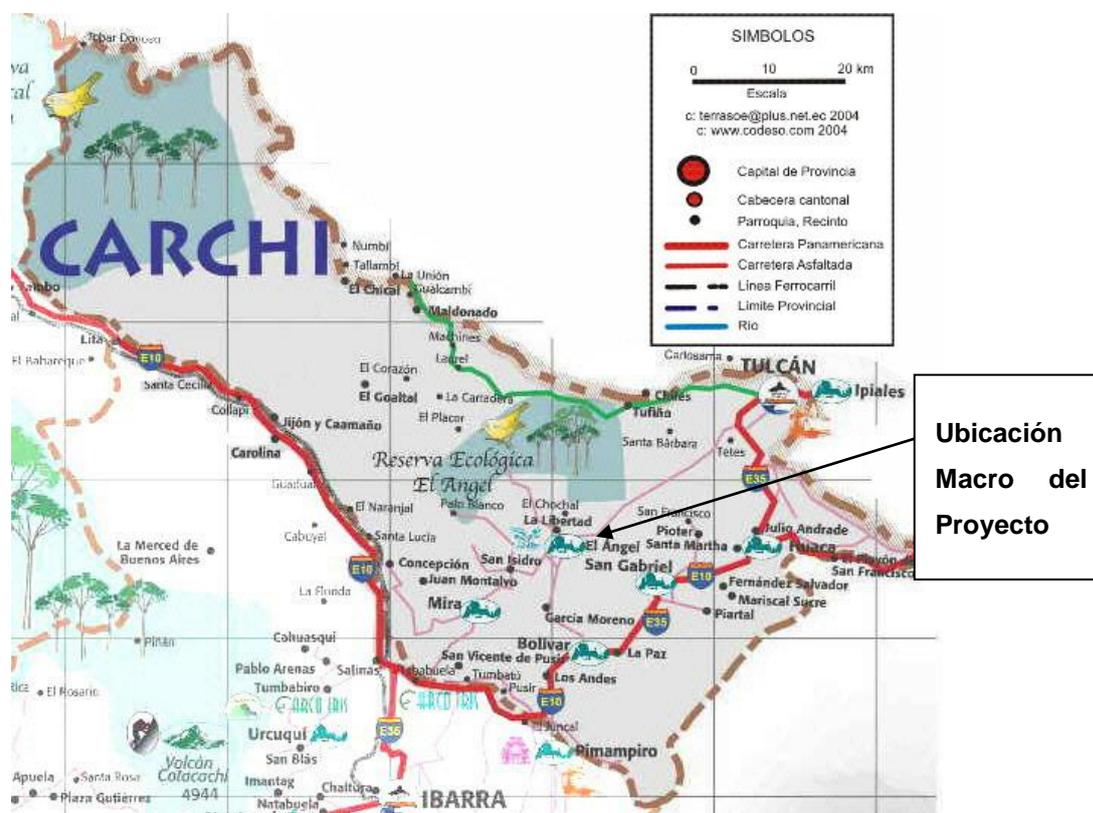
La macro-localización del proyecto será:

País: Ecuador

Provincia: Carchi

Cantón: Espejo

## Gráfico No 14 MAPA DEL CANTÓN ESPEJO



**Fuente:** Plan estratégico del Cantón Espejo  
**Elaborado por:** La autora

La ciudad de El Ángel, está a una altura de 3.000 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura promedio de 11°C. En la gráfica anterior del mapa político de la Provincia del Carchi se puede observar con mayor claridad su ubicación.

### 4.1.2. Micro-localización

La ubicación micro de la propuesta será:

Cantón: Espejo

Parroquia: 27 de septiembre

Sector: Puente Ayora

## Gráfico No 15 CRÓQUIS DE MICROLOCALIZACIÓN



**Fuente:** Plan estratégico del Cantón Espejo  
**Elaborado por:** La Autora

Los aspectos que se tomó en cuenta para definir el micro-localización óptimo del proyecto son:

### **Paisaje turístico**

Los alrededores del Puente Ayora están dotados de belleza natural libre de contaminación, por lo que para los amantes del deporte después de una larga caminata por la vía de acceso al balneario, rodeados por los bosques de fragante olor a eucalipto acuden a este lugar a un relajante baño y aprovechan también a beber el agua de las vertientes, ya que aseguran que sus aguas cuentan con potestades curativos a los riñones.

## Vías de comunicación

El balneario “El Puente Ayora” está ubicado a 5 minutos de la ciudad en vehículo, con vías asfaltadas y en buenas condiciones.

## Lugar estratégico

“El Puente Ayora” es el lugar estratégico debido que hay la existencia de aguas termales rodeadas de una extensa flora y fauna además de el espacio suficiente para la construcción de una infraestructura amplia adecuada para los servicios que se va prestar.

### 4.1.3. Matriz de localización

*Para el la matriz de localización se ha juzgado un solo lugar, donde están localizadas las vertientes de aguas termales*

### Cuadro No. 32 MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

FACTORES	A
<b>1. FACTOR COMERCIAL</b>	
1.1. POSICIÓN ESTRATÉGICA	8
1.2. FLUJO DE PERSONAS	7
1.3. SEGURIDAD	8
1.4. DISPONIBILIDAD DE ESPACIO FÍSICO	8
1.5. ACCESIBILIDAD	8
1.6. VÍAS DE COMUNICACIÓN	8
1.7. SERVICIOS BÁSICOS	3
1.8. DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	6
1.9. DISPONIBILIDAD DE ENERGÍA ELÉCTRICA	8
1.10. DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA CUALIFICADA	6
<b>TOTAL UNO</b>	<b>70</b>
<b>2. FACTOR AMBIENTAL</b>	
2.1. MANEJO DE DESECHOS	4
2.2. AGUAS RESIDUALES	5
<b>TOTAL DOS</b>	<b>9</b>
<b>3. FACTOR SOCIAL</b>	
3.2. GENERACIÓN DE EMPLEO DIRECTO E INDIRECTO	7
<b>TOTAL TRES</b>	<b>7</b>
<b>4. FACTOR LEGAL</b>	
4.1. ORDENANZA MUNICIPAL	7
4.2. PATENTE MUNICIPAL Y COMERCIAL	7
4.3. RUC	7
<b>TOTAL CUATRO</b>	<b>21</b>
<b>TOTAL FINAL</b>	<b>107</b>

## **4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO**

### **4.2.1. Mercado Objetivo**

Efectuado el estudio de mercado se identificó un crecimiento notable del turismo local y regional lo que hace atractiva la propuesta debido a la existencia de una demanda potencial a satisfacer

### **4.2.2. Disponibilidad de Materia Prima**

En el medio existe suficiente cantidad de materias primas e insumos para este tipo de actividad económica.

Las carnes materia prima básica para la preparación de los platos que se ofertará en el restaurant del complejo turístico se producen en la provincia área de influencia del proyecto, debido a que las principales actividades económicas de la región son la agricultura ya la ganadería, por tanto contamos con suficiente oferta en el mercado local. Además reúnen las condiciones de excelente calidad y de acuerdo a lo que el mercado requiera para satisfacer su demanda. Al igual, se procederá a seleccionar proveedores para la adquisición de insumos complementarios que se utilizarán para la prestación de todos los servicios con calidad. El balneario está ubicado a 5 minutos de la ciudad el Ángel, la cual en los últimos años ha tenido un avance impresionante en cuanto al comercio, la ciudad cuenta con un sinnúmero de supermercados surtidos para el abastecimiento de la población Angeleña.

### **4.2.3. Infraestructura**

El área total de la infraestructura del proyecto es de 3046 metros cuadrados, la infraestructura instalada del proyecto está diseñada con capacidad de 300 personas diarias distribuidas en toda la planta.

#### 4.2.4. Financiamiento

Dentro de este aspecto se encuentra las inversiones que se necesitan para ejecutar el proyecto, si es necesario se considerará obtener un crédito en la CFN con mayor detalle se analiza en el capítulo financiero.

#### 4.3. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

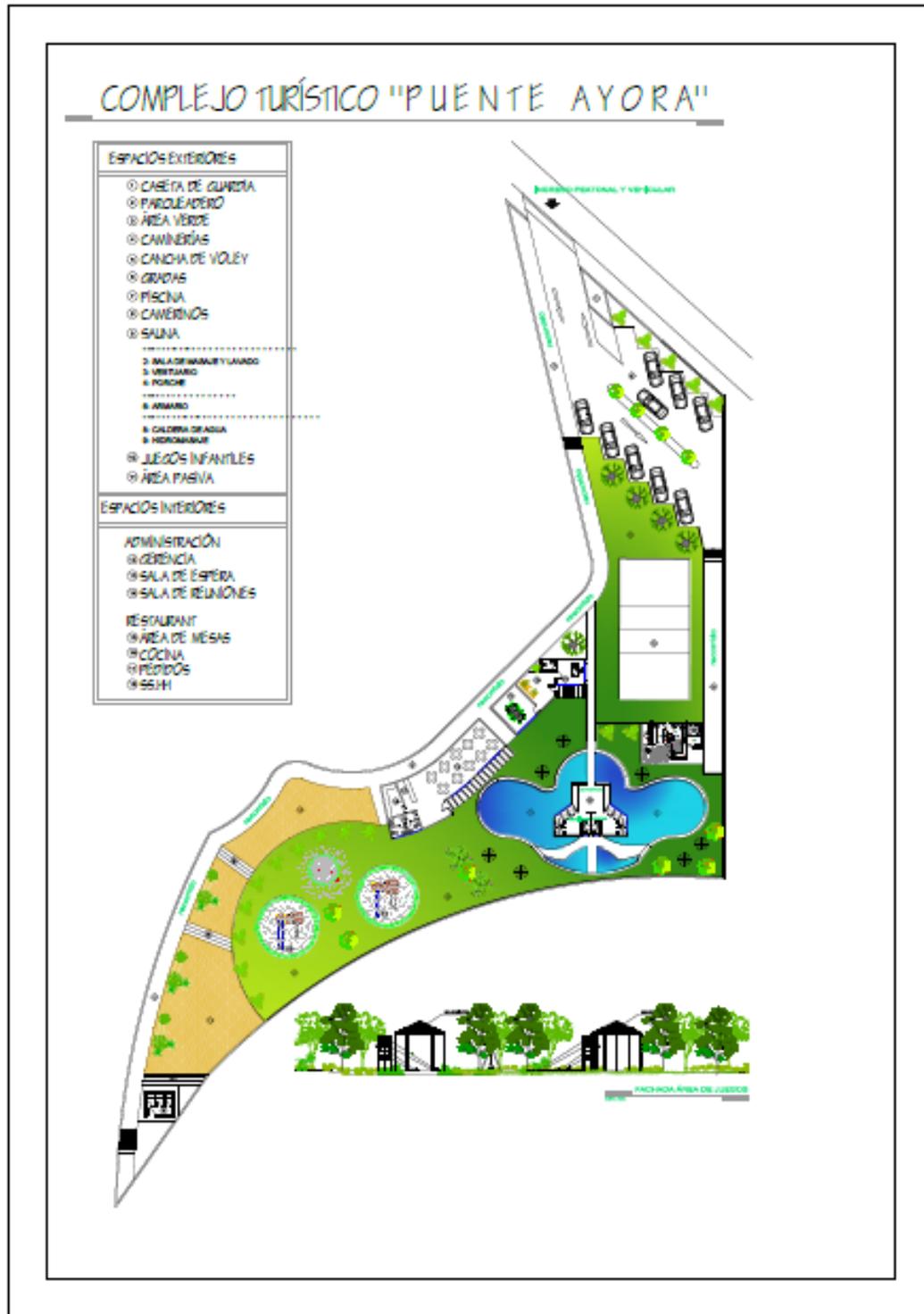
**Cuadro No. 33 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

DEPENDENCIAS	m2
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>	
GERENCIA	13,15
SALA DE REUNIONES	19,00
SALA DE ESPERA	16,50
CASETA DE GUARDÍA	10,50
<b>AREA OPERATIVA</b>	
RESTAURANTE	101,90
PISCINA	296,30
VESTIDORES	58,54
SAUNA Y TURCO	26,00
HIDROMASAJE NATURAL	6,72
BAÑOS	6,00
PARQUEADERO	399,99
ESPACIOS VERDES	1838,50
JUEGOS INFANTILES	100,00
CANCHA MULTIUSO	166,00
<b>TOTAL</b>	<b>3045,95</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La Autora

### 4.3.1. Diseño de instalaciones

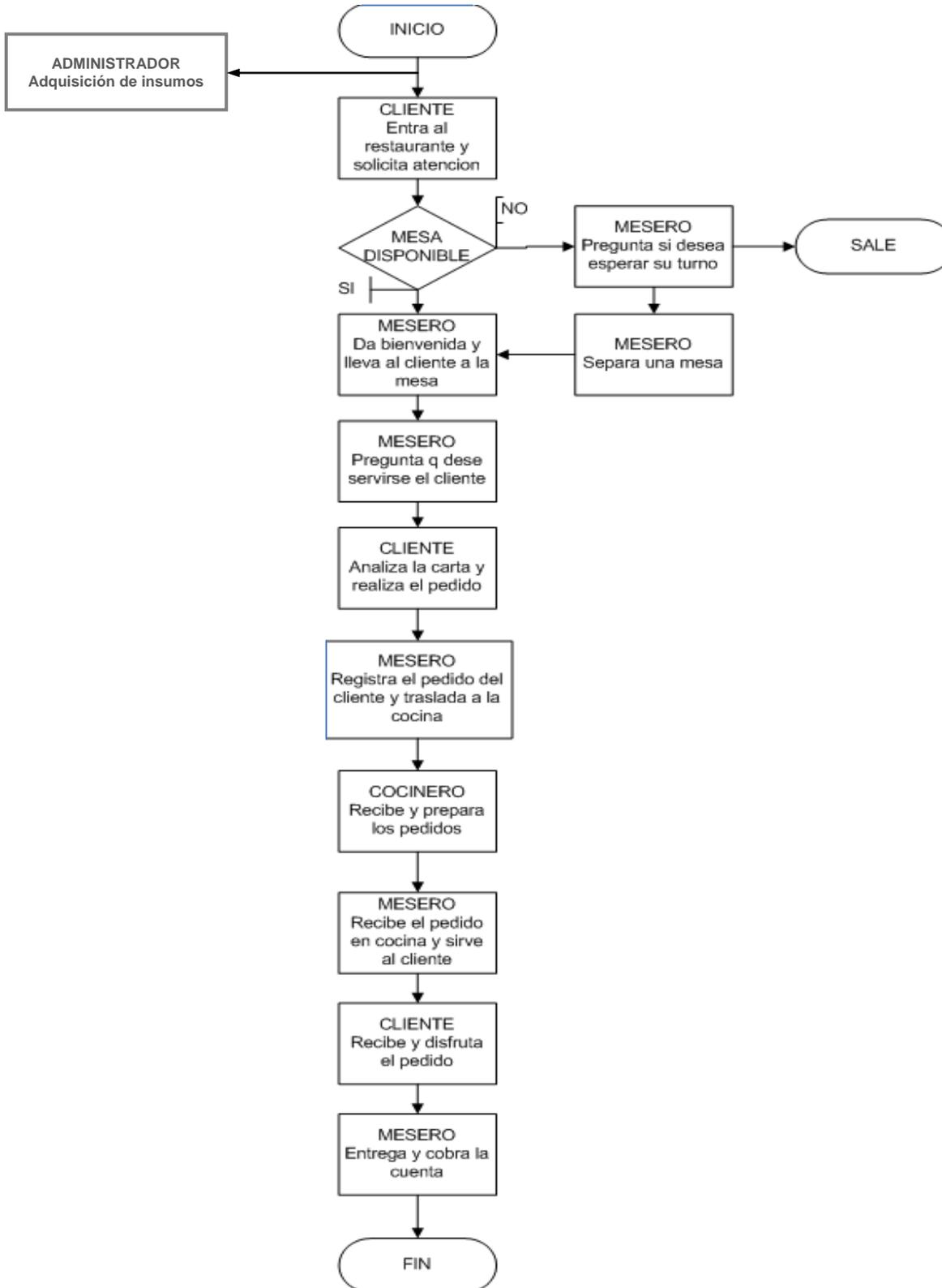
Gráfico No 16 DISEÑO ARQUITECTÓNICO DEL COMPLEJO



Elaborado por: Arquitecto Franklin Cadena

## 4.4. FLUJOGRAMA DEL SERVICIO

### 4.4.1. Flujo grama del servicio de restaurante



## 4.5. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

### 4.5.1. Espacio físico

**Cuadro No. 34**ESPACIO FÍSICO

Detalle	CANTIDAD	m2	Valor Unitario m2	Valor Total
Terreno	1	3100	0,45	1395

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

### 4.5.2. Infraestructura civil

**Cuadro No. 35**INFRAESTRUCTURA

DETALLE	m2
Oficinas administrativas	59,15
Restaurante	101,9
Piscina	296,3
Vestidores	58,54
Sauna y turno	26
Hidromasaje natural	6,72
Baños	6
Parqueadero	399,9
Espacios verdes	1838,5
Juegos infantiles	100
Canchas múltiples	166

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

## Cuadro No. 36PROFORMA PRESUPUESTARIA DE CONSTRUCCIÓN

<b>Ejecutor: Arquitecto Franklin Cadena</b>					
<b>OBRA: CONSTRUCCIÓN COMPLEJO TUÍSTICO</b>					
<b>UBICACIÓN: El Ángel - Espejo</b>					
<b>OFERENTE:</b>					
<b>FECHA: MARZO 2012</b>					
No.	DESCRIPCIÓN	UNID AD	CANTID AD	PRECI O UNITA RIO	P.TOTAL
<b>TRABAJOS PRELIMINARES</b>					<b>7843,08</b>
1	Limpieza del terreno	m2	3059,10	0,40	1223,64
2	trazo y nivelación	m2	3059,10	0,70	2141,37
3	Excavación de suelo	m3	798,23	5,61	4478,07
<b>CIMENTACIÓN</b>					<b>4710,00</b>
4	Hormigón simple 150Kg/cm2 en replantillo	m3	3,00	120,00	360,00
5	Hormigón estructural 210Kg/cm2 en plintos	m3	6,00	150,00	900,00
6	Hormigón 210Kg/cm2 en columnetas h=1.50	m3	0,60	150,00	90,00
7	Relleno con material mejorado y compactado con pisón de mano y en capas.	m3	120,00	28,00	3360,00
<b>ESTRUCTURA</b>					<b>13370,81</b>
8	Hormigón 210Kg/cm2 en columna de soporte	m3	3,00	150,00	450,00
9	Hormigón estructural Kg/cm2 en cadenas	m3	12,24	150,00	1836,00
	Hormigón estructural Kg/cm2 en vigas	m3	11,44	150,00	1716,00
10	Acero de refuerzo	kg	4461,34	2,10	9368,81
<b>CONTRAPISO</b>					<b>2529,92</b>
12	Masillado de pisos e=0.02m con arena fina y cemento prop.1-5	m2	250,00	2,50	625,00
13	Piso de tablón de madera para sauna de de 2,00x,20x,04m	m2	20,00	25,00	500,00
14	Suministro y colocación de cerámica (30x30cm Mc. Graiman)en piso de baño,cocina y comedor de (alto tráfico antideslizante)	m2	62,00	22,66	1404,92
<b>MAMPOSTERÍA Y ENLUCIDOS</b>					<b>9756,77</b>
15	Mampostería de bloque de 0,15	m2	543,25	8,46	4595,90
16	Enlucido rústico con mortero (arena -cemento prop 5-1) de e=2cm	m2	543,25	4,50	2444,63
17	Estucado vertical liso (incluye carbonato y resina)	m2	543,25	5,00	2716,25
<b>TECHOS Y CIELO FALSO</b>					<b>34525,98</b>
18	Vigas de madera de chanúl de 10x20cm ensamblada para sostenimiento de techo.	ml	56,00	3,00	168,00
	Techo de teja artesanal de barro cocido sobre plancha de asbesto acanalada para sauna	m2	32,34	22,00	711,48
19	Costaneras de madera de chanúl de 10x3 cm ensamblada para sostenimiento de techo.	ml	67,00	2,00	134,00

22	Canaleta metálica de techo incluye tubería de descarga hasta su total desalojo	ml	35,00	5,00	175,00
	Suministro y Colocación de pérgolas de madera de chanúl en edificio administrativo y restaurant	ml	37,50	25,00	937,50
	Losa alivianada de Bloque	m2	180,00	180,00	32400,00
<b>REVESTIMIENTOS</b>					<b>2716,25</b>
23	Pintura látex color pastel incluye sellado de paredes interior y exterior con carbonato y resina	m2	543,25	5,00	2716,25
<b>INSTALACIONES SANITARIAS Y DE AGUA POTABLE</b>					<b>1130,00</b>
24	Instalaciones de agua potable	punto	13,00	11,00	143,00
25	Instalaciones sanitarias 50mm	punto	5,00	8,00	40,00
26	Instalaciones sanitarias 75mm	punto	4,00	9,00	36,00
27	Instalaciones sanitarias 110mm	punto	6,00	10,00	60,00
28	Tubería PVC 75mm	m	15,00	6,00	90,00
29	Tubería PVC 50mm	m	23,00	5,00	115,00
30	Tubería PVC 110mm	m	8,00	7,00	56,00
31	Tubería PVC 220mm	m	25,00	8,00	200,00
32	Cajas de revisión 60X60X100 con tapa de 7cm y e=8cm para aguas servidas de Hormigón: de 180Kg/cm2 incluye acero de refuerzo	UNIDAD	4,00	60,00	240,00
33	Sumidero de piso de 3"	UNIDAD	10,00	5,00	50,00
34	Acometida de agua potable desde la calle	UNIDAD	1,00	100,00	100,00
<b>INSTALACIONES ELÉCTRICAS</b>					<b>1332,00</b>
35	Caja térmica 4breakers incluye arrancador termo magnético y protectores contra altas y bajas de tensión.	UNIDAD	4,00	80,00	320,00
36	Acometida eléctrica(una de 110 v y otra de 220)	UNIDAD	1,00	120,00	120,00
37	Punto Tomacorriente inst. eléctricas	punto	20,00	18,00	360,00
38	Punto de (luminarias empotradas a cielo raso de 60x60cm de tres lámparas fluorescentes 17w)	punto	28,00	19,00	532,00
<b>PUERTAS Y VENTANAS</b>					<b>3468,48</b>
39	Ventanas de hierro con rejilla	m2	34,00	25,00	850,00
40	Puerta de hierro y tool, incluye marco y contramarco de 0,70x2,00m, incluye chapa Mc. Viro, incluye curado y lacado.	UNIDAD	15,00	87,00	1305,00
	Vidrio para ventanas e=3mm	m2	34,00	10,22	347,48
41	Puerta de madera de laurel, incluye marco y contramarco de 0,90 x2,10m, incluye chapa Mc. Viro, incluye curado y lacado.	UNIDAD	7,00	138,00	966,00
<b>MUEBLES EMPOTRADOS</b>					<b>172,07</b>
43	Mesón de cocina h=0,80m ancho=0,60m, loseta de H.Armado de e=7cm, con hierro de 1/2".	m2	3,60	30,00	108,00
44	Lavamanos empotrado fabricado en obra de Hormigón revestido con cerámica	m2	1,00	64,07	64,07
<b>MUEBLES SANITARIOS Y GRIFERÍA</b>					<b>1242,90</b>
47	Inodoro 1.6 gal. EDESA blanco tamaño normal.	UNIDAD	7,00	89,62	627,34

49	Lavamanos Spazio blanco EDESA	UNIDAD	8,00	67,07	536,56
50	Lavaplatos de acero inoxidable un pozo TEKA	UNIDAD	1,00	49,00	49,00
51	Llave para lavaplatos FV primera calidad	UNIDAD	1,00	30,00	30,00
<b>OBRAS EXTERIORES</b>					<b>31208,97</b>
52	Acera peatonal incluye bordillos y juntas de madera	m3	44,00	130,00	5720,00
	Adoquín de arena cemento de 20x20 cm para parqueaderos, incluye cama de arena de e=20cm	m2	450,00	15,00	6750,00
	Adoquín de colores compuesto de H. Simple arena-cemento para el área pasiva de 10x20cm, incluye cama de arena de e=20cm	m2	400,00	13,00	5200,00
	Cancha de vóley incluye nivelación colocación y suministro de arena mas postes metálicos y red	UNIDAD	1,00	200,00	200,00
	Suministro y colocación de juegos infantiles, incluye resbaladeras, columpios más accesorios de anclaje.	glbal	1,00	250,00	250,00
	Excavación para piscina	m3	510,00	5,51	2810,10
	Suministro y colocación de cerámica color azul para piscina	m2	300,00	12,50	3750,00
	Bomba de succión de agua para piscina	UNIDAD	1,00	1042,09	1042,09
	Implementación de césped incluye tratado y mantenimiento	m2	2543,39	2,00	5086,78
	Establecimiento de plantas autóctonas del sector	UNIDAD	200,00	2,00	400,00
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>114007,23</b>
	<b>IVA 12%</b>				<b>13680,87</b>
	<b>15% COSTOS INDIRECTOS</b>				<b>17101,09</b>
	<b>TOTAL</b>				<b>144789,19</b>

Los costos están estimados, dependiendo de la ubicación del proyecto con respecto a la ciudad los costos de los materiales varían ya que implica un transporte de material  
Las instalaciones están en capacidad de albergar a 200 personas al mismo tiempo.

#### 4.5.3. Muebles y enseres

#### Cuadro No. 37 MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Escritorios	2	45	90
Sillas de escritorio	6	30	180
Sillones	2	120	240
Sillas	80	3,15	252
Mesas	10	23,9	239
Aparador	1	60	60
Juegos infantiles	1	450	450
<b>TOTAL</b>			<b>1511</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

#### 4.5.4. Maquinaria y equipo

**Cuadro No. 38** MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	Cantidad	Costo	Total
Maquinaria sauna, turco e hidromasaje	1	4450	4450
Cocina industrial	1	360	360
Refrigeradora	1	850	850
Horno Microondas	1	140	140
Aspiradora	1	150	150
Televisores	1	400	400
Equipo de Sonido	1	350	350
Teléfono	2	70	140
<b>Total</b>			<b>6840</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.5.5. Equipo de computación

**Cuadro No. 39** EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Computadora	2	700	1400
Impresora multifunción	1	190	190
<b>TOTAL</b>			<b>1590</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.5.6. Equipo de oficina

**Cuadro No. 40** EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	2	80	160
Calculadora	2	30	60
Caja registradora	1	500	500
<b>TOTAL</b>			<b>720</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.5.7. Menaje

**Cuadro No. 41MENAJE**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Platos tendidos grandes	100	0,85	85
Platos medianos	100	0,5	50
Vasos para agua y jugos	100	0,7	70
Juegos de cubierto 4 pz	100	3,4	340
Jarra para jugos	40	2,8	112
Ollas cacerolas y sartenes (Juegos)	4	180	720
Implementos de cocina	1	200	200
<b>TOTAL</b>			<b>1.577,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.5.8. Talento humano

**Cuadro No. 42TALENTO HUMANO ÁREA ADMINISTRATIVA**

DEPARTAMENTO	CARGO	No.
Gerencia	Gerente Administrativo	1
Administrativo	Secretaria	1
Administrativo	Contador	1

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro No. 43Talento Humano Área operativa**

Restaurante	Cocinero	1
Restaurante	Mesero	1
Mantenimiento	Encargado de mantenimiento	1
Seguridad	Guardia	1

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

La finalidad de este capítulo es determinar la factibilidad del proyecto en términos monetarios, para esto es importante realizar un análisis exhaustivo del monto óptimo de inversión, los respectivos ingresos y egresos para posteriormente con esta información estructurar los estados financieros los cuales servirán para evaluar si el proyecto generará rentabilidad durante el horizonte de vida.

#### 5.1. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

Para iniciar las operaciones de la empresa se basó en los estudios realizados de: mercado, organizacional y técnico, logrando determinar la inversión es muy significativa por lo que es necesario recurrir a un préstamo en la CFN.

#### Cuadro No. 44 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	161.590,63
Activos Diferidos	2.450,00
Capital de Trabajo	12.875,17
<b>TOTAL</b>	<b>176.915,81</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La Autora

#### Cuadro No. 45 FUENTE DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	76.915,81	43,48
Capital Financiado	100.000	56,52
<b>TOTAL</b>	<b>176.915,81</b>	<b>100</b>

Elaborado por: La Autora

## 5.2. INGRESOS

Los ingresos para el complejo turístico están representados por los servicios a ofertarse a los turistas. Se ha tomado en cuenta ingresos por concepto de entradas y restaurante. Para el porcentaje asignado para el consumo en restaurante se tomó como base el estudio de mercado y para el ingreso de turistas, la capacidad del proyecto que es 300 personas; 200 en el servicio de piscina y 100 en el servicio de restaurante. Se pretende empezar con 180 personas los días viernes, sábado y domingo que son los de mayor afluencia por 52 semanas que tiene el año.

### Cuadro No. 46 REPRESENTACIÓN DE INGRESOS DE ENTRADAS Y RESTAURANTE

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Entradas No. De turistas	28080	30888	33977	37374	41112	45223
Restaurantes 41%	11513	12664	13930	15324	16856	18541

Fuente: Estudio de mercado, Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

#### 5.2.1. Proyección de Ingresos

*Para efectuar la proyección de los ingresos, los precios están asignados en base a la competencia y a los costos y gastos, estos crecen en base a la inflación del 2012 que es de 5.23%*

### Cuadro No. 47 PROYECCIÓN DE INGRESOS

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
<b>ENTRADAS</b>					
No. De turistas	28.080	30.888	33.977	37.374	41.112
Precio unitario	3,00	3,16	3,32	3,49	3,67
Subtotal	84.240,00	97.482,53	112.806,78	130.540,01	151.060,90
<b>RESTAURANTE</b>					
No. Platos menú	6.562	12.664	13.930	15.324	16.856
Precio unitario	2,00	2,10	2,21	2,33	2,45
Subtotal	13.124,59	26.645,22	30.833,85	35.680,94	41.289,98
Platos a la carta	4.951	5.066	5.572	6.129	6.742
Precio unitario	5,00	5,26	5,53	5,82	6,12
Subtotal	24.752,52	26.645,22	30.833,85	35.680,94	41.289,98
<b>TOTAL</b>	<b>122.117,11</b>	<b>150.772,98</b>	<b>174.474,49</b>	<b>201.901,88</b>	<b>233.640,85</b>

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

### 5.3. EGRESOS

Los egresos corresponden a las erogaciones que tendrán que efectuar el complejo turístico para brindar un servicio de calidad a los turistas, el precio crece en base a la inflación excepto el de la mano de obra, entre los cuales se encuentra:

#### 5.3.1. Costos de Operación

Dentro de los costos de operación se tomó en cuenta a la materia prima, la cual es importante para el servicio de alimentación, como también al talento humano quien será encargado de brindar el servicio personalizado a los turistas y los Costos Indirectos de Fabricación (CIF). El costo de estos rubros crece al ritmo de la tendencia de la inflación de los últimos cinco años.

#### Cuadro No. 48 PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA (MENÚ)

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Cantidad de platos menú	6.021	11.038	12.142	13.356	14.692
Costo unitario del plato	0,89	0,94	0,98	1,04	1,09
SUBTOTAL	5.358,56	10.334,87	11.959,51	13.839,55	16.015,12
Cantidad de platos a la carta	4.014	4.415	4.857	5.343	5.877
Costo unitario del plato	1,54	1,62	1,70	1,79	1,89
SUBTOTAL	6.181,41	7.153,12	8.277,59	9.578,83	11.084,62
<b>TOTAL</b>	<b>11.539,96</b>	<b>17.487,99</b>	<b>20.237,10</b>	<b>23.418,38</b>	<b>27.099,75</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

*Para la proyección de la materia prima se tomó como base los precios de la localidad del proyecto, y el porcentaje fue calculado según el resultado de la entrevista realizada al Administrador del Complejo Turística La Calera. (ver anexo)*

- **Mano de obra**

*La proyección de la mano de obra se encuentra en función de la tendencia de crecimiento promedio del sueldo básico de los últimos 5 años. Para esto se procedió a calcular el promedio de crecimiento de los últimos 5 años.*

**Cuadro No. 49 SUELDO BÁSICO UNIFICADO DE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS**

TENDENCIA DE CRECIMIENTO PROMEDIO SALARIAL DE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS		
años	Salario Básico	tendencia de crecimiento=(Q2/Q1)-1
2008	200	
2009	218	0,09
2010	240	0,10
2011	264	0,10
2012	292	0,11
		9,9%

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

La tendencia de crecimiento anual de sueldo básico unificado es de 9,9%, tasa que servir para la proyección de la mano de obra

**Cuadro No. 50 PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO**

SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL					
PERSONAL	2013	2014	2015	2016	2017
Cocinero	300,00	329,70	362,34	398,21	437,63
Mesero	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Encargado de mantenimiento	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
MENSUAL	884,00	971,52	1.067,70	1.173,40	1.289,56
ANUAL	<b>10.608,00</b>	<b>11.658,19</b>	<b>12.812,35</b>	<b>14.080,78</b>	<b>15.474,77</b>

**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro No. 51 PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Salario Básico Unificado	10.608,00	11.658,19	12.812,35	14.080,78	15.474,77
Aporte Patronal	1.288,87	1.416,47	1.556,70	1.710,81	1.880,18
Fondos de Reserva		971,52	1.067,70	1.173,40	1.289,56
Decimo Tercero	884,00	971,52	1.067,70	1.173,40	1.289,56
Decimo Cuarto	876,00	962,72	1.058,03	1.162,78	1.277,89
<b>Total costo de mano de obra</b>	<b>13.656,87</b>	<b>15.980,42</b>	<b>17.562,48</b>	<b>19.301,17</b>	<b>21.211,98</b>

**Elaborado por:** La Autora

### Cuadro No. 52 PROYECCIÓN DEL COSTO SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Agua	480,00	504,96	531,22	558,84	587,90
Luz	840,00	883,68	929,63	977,97	1.028,83
Teléfono	2.040,00	2.146,08	2.257,68	2.375,08	2.498,58
<b>TOTAL</b>	<b>3.360,00</b>	<b>3.534,72</b>	<b>3.718,53</b>	<b>3.911,89</b>	<b>4.115,31</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

*Para el cálculo del valor de los servicios básicos se tomó como referencia los valores requeridos por otras empresas similares en la zona, los precios de estos rubros crecen en base a la inflación.*

### Cuadro No. 53 PROYECCIÓN CONSUMO DE GAS

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Consumo de gas	600	631,20	664,02	698,55	734,88

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

*En el cálculo de la proyección de consumo de gas está incluido el consumo por restaurante y maquinaria para sauna, turco e hidromasaje. (Ver anexo)*

### Cuadro No. 54 PROYECCIÓN MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Mantenimiento maquinaria y equipo	120,00	126,24	132,80	139,71	146,98
<b>TOTAL</b>	<b>120,00</b>	<b>126,24</b>	<b>132,80</b>	<b>139,71</b>	<b>146,98</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

*El mantenimiento del equipo y maquinaria se hizo en base a información directa proporcionada por empresas similares.*

### Cuadro No. 55 PROYECCIÓN DE REPOSICIÓN DE MENAJE

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Reposición de menaje 10%	198,50	208,82	219,68	231,10	243,12

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

**Cuadro No. 56 PROYECCIÓN RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Materia prima	13.464,22	20.063,85	23.217,89	26.867,74	31.091,35
Mano de Obra	13.656,87	15.980,42	17.562,48	19.301,17	21.211,98
Servicios Básicos	3.360,00	3.534,72	3.718,53	3.911,89	4.115,31
Consumo de gas	600,00	631,20	664,02	698,55	734,88
Mantenimiento o maquinaria y equipo	120,00	126,24	132,80	139,71	146,98
Reposición menaje	198,50	208,82	219,68	231,10	243,12
Imprevistos 3%	941,99	1.216,36	1.365,46	1.534,51	1.726,31
<b>TOTAL</b>	<b>32.341,58</b>	<b>41.761,61</b>	<b>46.880,87</b>	<b>52.684,67</b>	<b>59.269,92</b>

Elaborado por: La Autora

**5.3.2. Gastos Administrativos**

Para el desarrollo de las actividades existen gastos a través del tiempo como: sueldos administrativos, suministros de oficina, mantenimiento computación, entre los más importantes, estas erogaciones crecen al ritmo de la inflación.

Los sueldos administrativos son gastos fijos que la empresa debe pagar por remuneraciones al personal que realizará funciones administrativas y al igual que con la mano directa se proyecta con un crecimiento del 9.9%.

**Cuadro No. 57 PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO**

<b>SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL</b>					
PERSONAL	2013	2014	2015	2016	2017
Gerente	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
Secretaria recepcionista	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
<b>MENSUAL</b>	<b>692,00</b>	<b>760,51</b>	<b>835,80</b>	<b>918,54</b>	<b>1.009,48</b>
<b>ANUAL</b>	<b>8.304,00</b>	<b>9.126,10</b>	<b>10.029,58</b>	<b>11.022,51</b>	<b>12.113,74</b>

Elaborado por: La Autora

### Cuadro No. 58 PROYECCIÓN DE LOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Salario Básico Unificado	8.304,00	9.126,10	10.029,58	11.022,51	12.113,74
Aporte Patronal	1.008,94	1.108,82	1.218,59	1.339,23	1.471,82
Fondos de Reserva		760,51	835,80	918,54	1.009,48
Decimo Tercero	692,00	760,51	835,80	918,54	1.009,48
Decimo Cuarto	584,00	641,82	705,36	775,19	851,93
<b>Total sueldos administrativos</b>	<b>10.588,94</b>	<b>12.397,75</b>	<b>13.625,13</b>	<b>14.974,01</b>	<b>16.456,44</b>

Elaborado por: La Autora

### Cuadro No. 59 PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE ÚTILES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	Q	VALOR UNIT.	2013	2014	2015	2016	2017
Resma de papel bond	12,00	4,00	48,00	50,50	53,12	55,88	58,79
Carpetas archivadoras	10,00	2,00	20,00	21,04	22,13	23,29	24,50
Grapadora	3,00	1,50	4,50	4,73	4,98	5,24	5,51
Perforadora	3,00	3,00	9,00	9,47	9,96	10,48	11,02
Útiles varios	1,00	20,00	20,00	21,04	22,13	23,29	24,50
<b>TOTAL</b>			<b>101,50</b>	<b>106,78</b>	<b>112,33</b>	<b>118,17</b>	<b>124,32</b>

Elaborado por: La Autora

### Cuadro No. 60 PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Mantenimiento computación	180,00	189,36	199,21	209,57	220,46

Elaborado por: La Autora

### Cuadro No. 61 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos	10.588,94	11.637,25	12.789,33	14.055,48	15.446,97
Mantenimiento computación	180,00	189,36	199,21	209,57	220,46
Útiles de oficina	101,50	106,78	112,33	118,17	124,32
<b>TOTAL</b>	<b>10.870,44</b>	<b>11.933,38</b>	<b>13.100,87</b>	<b>14.383,21</b>	<b>15.791,75</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.3.3. Gastos de Ventas

El gasto publicidad es importante realizarlo este nos permitirá dar a conocer lo que tenemos para ofrecer a nuestros potenciales clientes. Dentro de este gasto se encuentra la publicidad que se utilizara para persuadir al mercado meta, el mismo que crece en función de la inflación.

#### Cuadro No. 62 GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Prensa escrita	240,00	252,48	265,61	279,42	293,95
Radio	320,00	336,64	354,15	372,56	391,93
Hojas volantes	100,00	105,20	110,67	116,43	122,48
Página web	150,00	157,80	166,01	174,64	183,72
<b>TOTAL</b>	<b>810,00</b>	<b>852,12</b>	<b>896,43</b>	<b>943,04</b>	<b>992,08</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.3.4. Gastos Financieros

Los gastos financieros están representados por los intereses que genera el préstamo, el cual se lo hará en la CFN.

Datos del préstamo.

Préstamo= 100.000

Plazo= 5 años

Tasa de interés= 11%

Forma de pago: Mensual

**Cuadro No. 63 TABLA DE AMORTIZACIÓN**

trimestre	cuota	intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					100.000,00
1	6.567,17	2.750,00	3817,17	3.817,17	96.182,83
2	6.567,17	2.645,03	3922,15	7.739,32	92.260,68
3	6.567,17	2.537,17	4030,00	11.769,32	88.230,68
4	6.567,17	2.426,34	4140,83	15.910,15	84.089,85
5	6.567,17	2.312,47	4254,70	20.164,85	79.835,15
6	6.567,17	2.195,47	4371,71	24.536,56	75.463,44
7	6.567,17	2.075,24	4491,93	29.028,49	70.971,51
8	6.567,17	1.951,72	4615,46	33.643,95	66.356,05
9	6.567,17	1.824,79	4742,38	38.386,33	61.613,67
10	6.567,17	1.694,38	4872,80	43.259,12	56.740,88
11	6.567,17	1.560,37	5006,80	48.265,92	51.734,08
12	6.567,17	1.422,69	5144,49	53.410,41	46.589,59
13	6.567,17	1.281,21	5285,96	58.696,37	41.303,63
14	6.567,17	1.135,85	5431,32	64.127,69	35.872,31
15	6.567,17	986,49	5580,68	69.708,38	30.291,62
16	6.567,17	833,02	5734,15	75.442,53	24.557,47
17	6.567,17	675,33	5891,84	81.334,37	18.665,63
18	6.567,17	513,30	6053,87	87.388,24	12.611,76
19	6.567,17	346,82	6220,35	93.608,59	6.391,41
20	6.567,17	175,76	6391,41	100.000,00	0,00

Elaborado por:La Autora

**Cuadro No. 64 AMORTIZACIÓN DIFERIDOS**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Interés	10.358,54	8.534,90	6.502,23	4.236,57	1.711,22

Elaborado por:La Autora

### 5.3.5. Depreciación y amortización de diferidos

**Cuadro No. 65 TABLA DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS**

<b>ACTIVO FIJO DEPRECIABLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Infraestructura	144.789,19	7.239,46	7.239,46	7.239,46	7.239,46	7.239,46
Equipo de Computación	1.590,00	530,00	530,00	530,00		
Renovación de equipo de Computación	1.675,86				558,62	558,62
Equipo de Oficina	720,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Muebles y Enseres	1.511,00	151,10	151,10	151,10	151,10	151,10
Maquinaria y equipo	6.840,00	684,00	684,00	684,00	684,00	684,00
<b>TOTAL</b>	<b>157.126,05</b>	<b>8.676,56</b>	<b>8.676,56</b>	<b>8.676,56</b>	<b>8.705,18</b>	<b>8.705,18</b>

Elaborado por: La Autora

**Cuadro No. 66 TABLA AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS**

<b>DETALLA</b>	<b>VALOR INICIAL</b>	<b>AMORTIZACIÓN ANUAL</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Activo Diferidos	2.450,00	0,20	490,00	490,00	490,00	490,00

Elaborado por: La Autora

**Cuadro No. 67 RESUMEN DE EGRESOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Costos Operativos	32.341,58	41.761,61	46.880,87	52.684,67	59.269,92
Gastos Administrativos	10.870,44	11.933,38	13.100,87	14.383,21	15.791,75
Gastos de Ventas	810,00	852,12	896,43	943,04	992,08
Gastos por depreciación	8.676,56	8.676,56	8.676,56	8.705,18	8.705,18
Gastos de Amortización	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00
Gastos Financieros	10.358,54	8.534,90	6.502,23	4.236,57	1.711,21
<b>TOTAL</b>	<b>63.547,12</b>	<b>72.248,58</b>	<b>76.546,96</b>	<b>81.442,68</b>	<b>86.960,14</b>

Elaborado por: La Autora

## 5.4. ESTADOS FINANCIEROS

### 5.4.1. Estado de situación inicial

Este balance representa la posición financiera de la empresa turística, donde se puede visualizar los activos y pasivos con lo que inicia su gestión.

#### Cuadro No. 68 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>	<b>12.875,17</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>100.000,00</b>
Caja - Bancos	12.875,17	Préstamo por pagar	100.000,00
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>161.590,63</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>76.915,81</b>
Terreno	1.395,00	Inversión propia	76.915,81
Infraestructura	144.789,19		
Equipo de Computación	1.590,00		
Equipo de oficina	720,00		
Muebles y enseres	1.511,00		
Maquinaria y equipo	6.840,00		
Menaje	1.577,00		
Otros	3.168,44		
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>2.450,00</b>		
Gastos de constitución	2.450,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>176.915,81</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y CAPITAL</b>	<b>176.915,81</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

### 5.4.2. Estado de resultados

Con este estado financiero se determina la posición económica de la empresa.

### Cuadro No. 69 ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Ingresos Proyectados	122.117,11	150.772,98	174.474,49	201.901,88	233.640,85
Costos Operativos	32.341,58	41.761,61	46.880,87	52.684,67	59.269,92
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>89.775,53</b>	<b>109.011,36</b>	<b>127.593,62</b>	<b>149.217,20</b>	<b>174.370,93</b>
Gastos Administrativos	10.870,44	11.933,38	13.100,87	14.383,21	15.791,75
Gastos de Ventas	810,00	852,12	896,43	943,04	992,08
Depreciación	8.676,56	8.676,56	8.676,56	8.705,18	8.705,18
Amortización Diferidos	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>68.928,53</b>	<b>87.059,30</b>	<b>104.429,76</b>	<b>124.695,77</b>	<b>148.391,92</b>
Gastos Financieros Intereses	10.358,54	8.534,90	6.502,23	4.236,57	1.711,22
<b>Utilidad Antes de Reparto</b>	<b>58.569,99</b>	<b>78.524,40</b>	<b>97.927,53</b>	<b>120.459,20</b>	<b>146.680,70</b>
(-15%) Part.Trabajadores	11.714,00	15.704,88	19.585,51	24.091,84	29.336,14
<b>(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>	<b>46.856,00</b>	<b>62.819,52</b>	<b>78.342,03</b>	<b>96.367,36</b>	<b>117.344,56</b>
Impuesto a la Renta	11.245,44	14.448,49	17.235,25	21.200,82	25.815,80
<b>Utilidad Neta Proyectada</b>	<b>35.610,56</b>	<b>48.371,03</b>	<b>61.106,78</b>	<b>75.166,54</b>	<b>91.528,76</b>

Fuente: Resumen de ingresos y egresos

Elaborado por:La Autora

#### 5.4.3. Estado de Flujo de Caja

El flujo de caja indica la dinámica del efectivo de la empresa turística en lo que se refiere a entradas y salidas de dinero.

## Cuadro No. 70 ESTADO DE FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	2013	2014	2015	2016	2017
<b>INGRESOS</b>						
Inversión Inicial	-176.915,81					
(=) Utilidad Neta		35.610,56	48.371,03	61.106,78	75.166,54	91.528,76
Depreciación		8.676,56	8.676,56	8.676,56	8.705,18	8.705,18
Valor de Rescate						113.686,01
Otros						
<b>(=) Total Ingresos</b>		<b>44.287,12</b>	<b>57.047,59</b>	<b>69.783,34</b>	<b>83.871,72</b>	<b>196.509,59</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago al Principal		15.910,15	17.733,80	19.766,47	22.032,11	24.557,47
Reinversión					1.675,86	
<b>(=) Total Egresos</b>		<b>15.910,15</b>	<b>17.733,80</b>	<b>19.766,47</b>	<b>23.707,97</b>	<b>24.557,47</b>
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	<b>-176.915,81</b>	<b>28.376,97</b>	<b>39.313,79</b>	<b>50.016,87</b>	<b>60.163,75</b>	<b>171.952,12</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La Autora

### 5.5. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para efectuar la evaluación de la inversión primeramente se determina la tasa de rendimiento medio, la cual ayuda en el análisis del: VAN, TIR, PRI, C/B

#### 5.5.1. Determinación del Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

*Esta tasa se la determinó de la siguiente manera: conociendo el capital propio y el financiado se obtuvo la tasa pasiva y activa para cada uno, realizando cálculos matemáticos se obtuvo el costo de oportunidad para luego aplicar la fórmula y determinar la tasa de rendimiento medio.*

**Cuadro No. 71 COSTE DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	Tasa Ponderada	Valor Ponderado
Capital Propio	76915,81	43,48	6,00	260,86
Capital Financiado	100000,00	56,52	11,00	621,76
<b>TOTAL</b>	<b>176915,81</b>	<b>100,00</b>	<b>17,00</b>	<b>8,83</b>

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado por: La Autora

Cálculo de la tasa de redescuento o rendimiento medio

**Coste del Capital= 8,83**

**Tasa de Inflación= 5,23%**

**TRM= (1+ck) (1+if)-1**

TRM= (1+0,0883)(1+0,0523)-1

TRM= 14.52%

**5.5.2. Valor Actual Neto (VAN)**

Este ratio financiero demuestra la rentabilidad del proyecto en términos monetarios a tiempo real

**Cuadro No. 72 VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR 14,52%	ENTRADAS ACTUALES
0	-176.915,81			-176.915,81
2012		28.376,97	0,87	24.779,05
2013		39.313,79	0,76	29.976,59
2014		50.016,87	0,72	36.062,70
2015		60.163,75	0,58	34.979,17
2016		171.952,12	0,51	87.297,30
				<b>36.179,01</b>

Fuente: Flujo de caja  
Elaborado por: La Autora

$$VAN: -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

$$VAN = 36.179,01$$

*El VAN es mayor a cero, es decir que las utilidades alcanzadas han cubierto la inversión del proyecto*

### 5.5.3. Tasa interna de retorno

Con el análisis del TIR se determina la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales. El mismo que debe ser mayor a la tasa de rendimiento caja netos y se calcula del valor actual neto a diferentes tasas de descuento hasta obtener un valor negativo del VAN y otro positivo.

**Cuadro No. 73 TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 15	ENTRADAS ACTUALES	FACTOR 21%	ENTRADAS ACTUALES
0	-176.915,81			-176.915,81		-176.915,81
2012		28.376,97	0,87	24.779,05	0,83	23.452,04
2013		39.313,79	0,76	29.976,59	0,68	26.851,85
2014		50.016,87	0,72	36.062,70	0,56	28.233,22
2015		60.163,75	0,58	34.979,17	0,47	28.066,83
2016		171.952,12	0,51	87.297,30	0,39	66.294,98
				36.179,01		-4.016,88

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

$$TIR = 15 + (21 - 15) \frac{36.179,01}{36.179,01 - (-4.016,88)}$$

$$TIR = 20\%$$

*El TIR es mayor a la tasa de rendimiento lo que significa que se tendrá rentabilidad.*

#### 5.5.4. Sensibilidad de la tasa de retorno

Escenario Uno: Cuando se reduce las ventas en un 5%

Cuadro No. 74 SENSIBILIDAD DEL ESCENARIO 1

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 14	ENTRADAS ACTUALES	FACTOR 21%	ENTRADAS ACTUALES
0	-176.915,81			-176.915,81		-176.915,81
2012		25.086,20	0,87	21.905,52	0,83	20.732,40
2013		35.306,49	0,76	26.921,04	0,68	24.114,81
2014		45.319,40	0,72	32.675,77	0,56	25.581,62
2015		54.727,83	0,58	31.818,73	0,47	25.530,94
2016		165.661,67	0,51	84.103,75	0,39	63.869,75
				20.509,00		-17.086,30

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

TIR= 18%

*A pesar de haber reducido las ventas en un 5% el proyecto sigue siendo atractivo, ya que el TIR en estas condiciones es mayor a la TRM.*

Escenario Dos: Aumento de los costos en un 4,5%

Cuadro No. 75 SENSIBILIDAD DEL ESCENARIO 2

	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 15%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 21%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0,00	-179.609,78		-179.609,78		-179.609,78
1,00	27.393,78	0,87	23.920,52	0,79	21.569,91
2,00	39.313,79	0,76	29.976,59	0,62	24.374,60
3,00	50.016,87	0,72	36.062,70	0,49	24.417,73
4,00	60.163,75	0,58	34.979,17	0,38	23.127,04
5,00	171.952,12	0,51	87.297,30	0,30	52.046,19
<b>VAN</b>			32.626,51		<b>-34.074,32</b>

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

TIR= 20%

Al aumentar los costos en un 4,5%, observamos que el proyecto sigue siendo atractivo ya que supera a la TRM.

#### 5.5.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

### RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CORRIENTES

**Cuadro No. 76 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CORRIENTES**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	TIEMPO
0	-176.915,81			
2012		27.393,78	27.393,78	1 año
2013		39.313,79	66.707,57	2 año
2014		50.016,87	116.724,44	3 año
2015		60.163,75	29.127,02	5 meses
2016		171.952,12		

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

El tiempo donde se recupera la inversión del proyecto para el caso en estudio es 3 años, 4 meses.

### RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CONSTANTES

**Cuadro No. 77 FLUJO NETOS DEFLACTADOS**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR 14,52%	ENTRADAS ACTUALES	RECUPERACIÓN CAPITAL	TIEMPO
0	-176.915,81			-176.915,81		
2012		27.393,78	0,87	23.920,52	23.920,52	1 año
2013		39.313,79	0,76	29.976,59	53.897,11	2 años
2014		50.016,87	0,72	36.062,70	89.959,81	3 años
2015		60.163,75	0,58	34.979,17	124.938,98	4 años
2016		171.952,12	0,51	87.297,30	51.976,82	7 meses
				<b>35.320,48</b>		

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

Con valores constantes el tiempo de recuperación es más largo, dicha inversión se recuperaría en 4 años, 2 meses.

### 5.5.6. Costo beneficio

*Este evaluador indica cuanto se asigna en el servicio y cuanto genera*

**Cuadro No. 78 INGRESOS Y EGRESOS DEFLACTADOS**

Año	Inversión Inicial	Ingresos	Egresos	Deflact (TRM)	Ingresos Act	Deflactor
	176.915,81					
2012		43.303,93	15.910,15	0,87	37.763,96	13.874,73
2013		57.047,59	17.733,80	0,76	43.384,81	13.486,59
2014		69.783,34	19.766,47	0,66	46.280,96	13.109,31
2015		83.871,72	23.707,97	0,58	48.508,33	13.711,82
2016		196.509,59	24.557,47	0,50	99.113,93	12.386,10
		<b>450.516,17</b>	<b>189.136,02</b>		<b>275.051,98</b>	<b>66.568,54</b>

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

$$C/B = \frac{\Sigma FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{275.051,98}{66.568,54}$$

$$C/B = 4,13$$

*Por cada dólar invertido en el proyecto se genera 4,13 dólares adicionales siendo el rubro más rentable el de la gastronomía.*

### 5.5.7. Punto de equilibrio del proyecto

El punto de equilibrio refleja el nivel de ventas en cantidad o dinero que se necesita realizar para llegar al punto muerto donde no se gana ni se pierde. Utilizando la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{Pvu - Cvu}$$

$$PE = 30.309,95$$

## Cuadro No. 79 PUNTO DE EQUILIBRIO

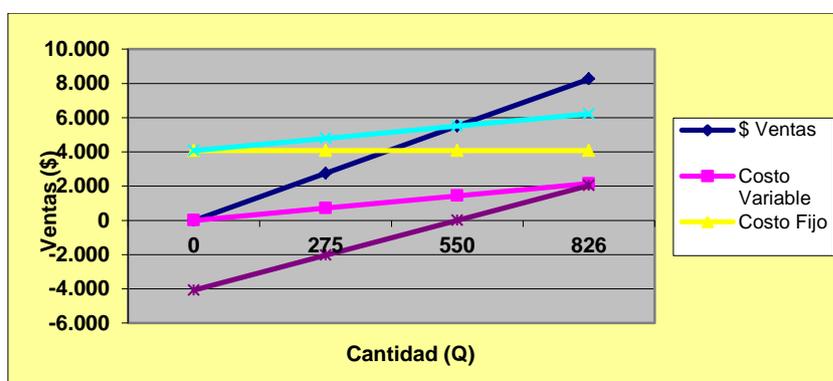
### Datos iniciales

Precio Venta	10,00
Coste Unitario	2,60
Gastos Fijos Mes	4.074
Pto. Equilibrio	550
\$ Ventas Equilibrio	5.505

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: la autora

## Gráfico No 17 PUNTO DE EQUILIBRIO



El Punto de Equilibrio en Cantidad refleja que la empresa tiene que recibir 550 turistas al mes, para comenzar a recuperar sus activos fijos y costos fijos.

### 5.5.8. Resumen de la Evaluación de la Inversión Financiera

## Cuadro No. 80 RESUMEN DE EVALUADORES FINANCIEROS

EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		15%	
VAN =	VAN > 0	76.174,02	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	27%	Aceptable
PRI =		3 años, 4 meses	Años bueno
B/C =	R B/C > 1	4.75	Aceptable

Elaborado por: la autora

Una vez concluido el análisis financiero se puede señalar que el proyecto es factible en el horizonte de vida útil, hay que recalcar que los escenarios estudiados son volátiles, razón por la cual la característica de factibilidad puede cambiar, por ello es recomendable realizar reajustes de presupuestarían al momento de su implementación.

## CAPITULO VI

### 6. PROPUESTA ESTRATÉGICA

#### 6.1. ASPECTO ESTRATÉGICO

##### 6.1.1. Nombre del complejo

El centro recreacional llevará el nombre de “Complejo Turístico El Puente Ayora”, se encuentra ubicado junto al Puente Ayora, razón por la que lleva su nombre.

##### 6.1.2. Slogan

El paraíso mas cercano al cielo

##### 6.1.3. Logotipo

##### Gráfico No 18 LOGOTIPO



##### 6.1.4. Misión

Diversificar el turismo en el Cantón Espejo, dando al turista una alternativa diferente para su sana diversión con familia y amigos,

convirtiéndonos en una entidad que contribuya al desarrollo social y económico con la generación de empleos.

#### **6.1.5. Visión**

Convertir en el lapso de 5 años al “Complejo Turístico Puente Ayora” en una empresa líder en la prestación de servicios turísticos en el norte del país, con servicio de calidad y excelencia e innovación continua, haciendo de la estadía del turista formidable para un seguro retorno.

#### **6.1.6. Objetivo**

Captar mercado turístico, mediante la diversificación y eficiencia del servicio, para beneficio del cliente.

#### Principios y Valores

**Responsabilidad:** El cumplimiento de las tareas encomendadas debe hacerse con responsabilidad para mejores resultados y evitar inconvenientes perjudiciales para la entidad y por ende al cliente.

**Honradez:** La honradez es uno de los valores y principios más importantes de una institución de cualquier índole debido a que depende el buen nombre e imagen de la empresa.

**Respeto:** El respeto mutuo es de vital importancia para unas buenas relaciones, cliente – colaborador o entre compañeros de trabajo, esto ayudará al trabajo en equipo ayudando a conseguir con más eficiencia los objetivos institucionales.

**Cooperación:** La cooperación es muy importante, ya que se lleva de la mano con el trabajo en equipo, disminuyendo esfuerzos y recursos, aumentando la eficiencia y la productividad.

### 6.1.7. Políticas institucionales

Colaboradores

- Ser puntual en los horarios de trabajo;
- Respeto y cortesía al cliente ya que es la razón de ser de la empresa;
- Darle siempre la razón al cliente;
- Usar el respectivo uniforme en los horarios de trabajo.

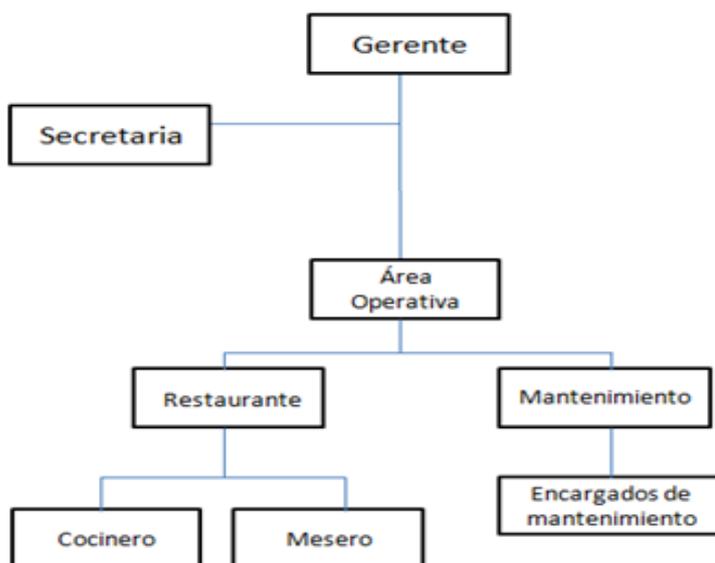
Clientes

- Ducharse antes de entrar a la piscina;
- Usar ropa de baño para ingresar a la piscina, sauna, turco e hidromasaje;
- No ingresar alimentos a la piscina, sauna, turco e hidromasaje.

## 6.2. ASPECTO ORGANIZATIVO

### 6.2.1. Organización estructural

El formato del organigrama de la empresa es de tipo vertical- estructural, ideal para todo tipo de empresa. Este tipo de modelo permitirá modificar el organigrama con el crecimiento continuo de la organización.



## 6.2.2. Descripción de puestos y funciones

Nombre del cargo	Gerente general
Funciones básicas	Supervisar todas las áreas para saber las necesidades de la empresa y tomar decisiones inteligentes que mejoren la situación de la misma
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer buenas relaciones a todos los niveles internos y externos para establecer el correcto uso de los recursos de la empresa.</li> <li>• Tomas de decisiones prontas e inteligentes basadas en un análisis que ayude a coordinar y actualizar las diferentes áreas.</li> <li>• Debe estar al día en noticias a cerca de la competencia y de nuevas formas tecnológicas para elaborar planes de acción y no quedarse rezagados.</li> <li>• Es necesario que mantenga una línea directa de comunicación con sus colaboradores para estar bien informado.</li> <li>• Hacer una empresa inteligente, dinámica creativa y rentable.</li> <li>• Lograr ventajas competitivas para la empresa que se vean reflejadas en una mayor remuneración económicamente necesaria para seguir siendo líder en su rama.</li> </ul>
Características requeridas	<b>Educación:</b> la persona que ejerza el cargo de gerente general debe ser una persona con un

	<p>alto nivel de educación profesional en carreras afines a la administración de empresas.</p> <p><b>Experiencia:</b> haber trabajado en empresas turísticas por lo menos un año.</p> <p><b>Habilidades:</b> ser una persona con actitud de liderazgo, saber comunicarse con las personas y saber llevarlas. Tiene que ser un sujeto con principios y ética que no revele información importante acerca de la empresa, así como tener los conocimientos, actitud y aptitudes propias de un buen empresario: emprendedor, con carácter y capacidad para tomar decisiones en situaciones de estrés.</p> <p><b>Edad:</b> la edad para este cargo está limitada en un rango de 25 años en adelante.</p>
--	---

Nombre del cargo	Secretaria
Nivel superior	Gerente General
Subordinados	
Funciones básicas	La secretaria realiza la labor de apoyo a la gerencia general en el ordenamiento sistemático de documentos y concertación de citas.
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reclutar las solicitudes de servicios;</li> <li>• Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el</li> </ul>

	<p>cumplimiento y servicios de éstos;.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado al gerente de los compromisos y demás asuntos;</li> <li>• Colaborar en la revisión de conciliaciones bancarias;</li> <li>• Controlar las reservaciones;</li> <li>• Asegura que toda la solicitud de reserva sea contestada el mismo día;</li> <li>• Prepara la lista de personas e instituciones que llegarán al establecimiento;</li> <li>• Registra a los clientes; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayudar en la elaboración de la contabilidad de la organización;.</li> <li>• Realizar, aprobar y presentar estado de resultado;</li> <li>• Recibo, revisión y contabilización de los comprobantes que soportan las transacciones comerciales;</li> <li>• Registrar pagos de nóminas y demás gastos de la empresa;</li> <li>• Llevar y aprobar los asientos contables;</li> <li>• Realizar y diligenciar todas las disposiciones que la ley requiera en el ámbito de comercio tales como pagos de impuestos.</li> </ul> </li> </ul>
<p>Características requeridas</p>	<p><b>Educación:</b> Superior, con especialidad en contabilidad o secretariado;</p>

	<p><b>Experiencia:</b> tener dos años de experiencia en las áreas requeridas;</p> <p><b>Edad:</b> de 25 a 35 años;</p> <p><b>Habilidades:</b> dominio de los programas de contabilidad y herramientas informáticas;</p> <p><b>Condiciones personales especiales:</b> Facilidad para relacionarse, dinámico, proactivo, liderazgo, trabajo bajo presión, capacidad de negociación.</p>
--	---

### Área operativa

Nombre del cargo	Encargado de mantenimiento
Nivel superior	Gerente
Subordinados	
Funciones básicas	Cuidado y limpieza de las instalaciones del complejo turístico, y atención personalizada al turista.
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidado, limpieza y mantenimiento de los corredores, entrada, piscina, sauna, turco, sauna natural y oficinas del complejo turístico;</li> <li>• Llevar el control absoluto de las llaves maestras del complejo turístico;</li> <li>• Mantener en buenas condiciones las áreas verdes (ornamentales, árboles y pastos) mediante el riego manual y la recolección de basura en el área asignada;</li> <li>• Mantener en buen estado los utensilios y equipo necesario para realizar el trabajo, al</li> </ul>

	<p>mismo tiempo realizar el reporte requerido de las fallas en los utensilios, equipos y/o instalaciones en general, a su jefe inmediato;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar mantenimiento al área recreacional;</li> <li>• Controlar la utilización del área.</li> </ul>
Características requeridas	<p>Pareja o Matrimonio  Edad: 25-50 años  Escolaridad: Bachilleres  Tener conocimientos en el área que va aplicar</p>

Nombre del cargo	Cocinero
Nivel superior	Gerente
Subordinados	
Funciones básicas	Preparación de comida para el bar restaurante del complejo turístico
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación de alimentos;</li> <li>• Cumplir con las normas de higiene y seguridad necesarias para preservar la salud y evitar accidentes;</li> <li>• Mantener en perfecta limpieza y orden la cocina, equipo e instalaciones, incluyendo vajillas, cubiertos, platos de cocina, etc.</li> </ul>
Características	Educación: Chef profesional;

requeridas	<p>Edad: 18 en adelante;</p> <p>Experiencia: 3 años en adelante</p> <p>Género: Femenino o masculino</p>
------------	---

Nombre del cargo	Mesero
Nivel superior	Cocinero
Subordinados	
Funciones básicas	Servir y mantener el orden y la limpieza de mesas y corredores del bar restaurante.
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servir y recoger el servicio del comedor.</li> <li>• Controlar la vajilla, cubiertos, etc.</li> <li>• Realizar la limpieza de mesas y corredores del bar-restaurante</li> <li>• Recibir los pedidos y entregar a cocina.</li> </ul>
Características requeridas	<p>Educación: primaria o secundaria</p> <p>Edad: 18 – 35</p> <p>Experiencia: mínimo 6 meses</p> <p>Género: Femenino o masculino</p>

## **6.3. ASPECTO LEGAL**

### **6.3.1. Permisos de funcionamiento**

Aprobación de los planos de construcción

- Informe del Reglamento Urbano, compra en la ventanilla 11, llena y va a EMAPA por los sellos e ingresan en Atención al Cliente del Municipio más una tasa por servicios técnicos administrativos;
- Tasa por servicios técnicos administrativos. Compra en la ventanilla 11;
- Copia de las escrituras y/o Certificado del Registro de la Propiedad y copias de la cédula del propietario;
- Comprobante de pago del impuesto Predial y Certificación de Tesorería de no adeudar al Municipio;
- Hoja de estadística del INEC;
- Formulario FPA compra en la ventanilla 11;
- Dos (2) copias del Plano Arquitectónico;
- Planos y documentos digitalizados en formato PDF;
- Nota: \*Indicar del profesional la reinscripción Municipal actualizada en planos y formularios;.
- En los Planos Arquitectónicos se incluirá el cuadro de áreas de construcción, indicando su uso y porcentaje del COS y CUS.

## **MINISTERIO DE TURISMO**

### **REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO**

- 1) Copia certificada de la escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma del estatuto, tratándose de personas jurídicas.
- 2) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina de Registro Mercantil, tratándose de Personas Jurídicas.
- 3) Certificado del Instituto Ecuatoriano De Propiedad Intelectual IEPI, de no encontrarse registrado la razón social.

Quito: Av. Republica # 396 y Diego de Almagro Edif. FORUM 300  
(Mesanine)

Teléf. 02 2508-000, / 2508-002

- 4) Copia del Registro Único de Contribuyente (RUC)
- 5) Fotocopia de la Cedula de Ciudadanía, según sea la persona Natural Ecuatoriana o Extranjera.
- 6) Fotocopia del Certificado de Votación.
- 7) Lista de precios (original y copia).
- 8) Fotocopia del título de propiedad o carta de pago del impuesto predial en caso de ser propietaria del local, caso contrario, el contrato de arrendamiento registrado en un juzgado de inquilinato.
- 9) Fotocopia del Contrato de Compra- Venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE PODER UTILIZAR LA RAZÓN SOCIAL.

**Plazo:** Máximo 30 días después del inicio de la actividad

**Sanción:** El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del Establecimiento.

**Base Legal:** Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo.

### **AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE TURISMO**

**Obligación:** Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagarcuotas sociales.

**Base Legal:** Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento

Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional

Art. 4.- Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicados a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, que afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción.

Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

#### Reglamento a la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo

Art. 4.- Para efectos de la organización de las Cámaras Provinciales y de su afiliación a ellas, se considerarán como asociados a todas las personas, naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, propietarias de empresas y establecimientos dedicados a actividades turísticas, domiciliadas en el Ecuador, que realicen servicios relacionados con la actividad turística, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del turismo su profesión habitual.

Art. 5.- Las personas determinadas en el artículo anterior, estarán en la obligación de afiliarse a la Cámara de Turismo respectiva, y al así hacerlo, no tendrán la obligación de afiliarse a ninguna otra Cámara.

Las Cámaras Provinciales procederán, de inmediato, a levantar el censo de aquellas personas dedicadas a la actividad turística, notificándoles por escrito para que, en el plazo de sesenta días, cumplan con esta obligación. Transcurrido este plazo, las Cámaras harán uso de la facultad que les concede la Ley y el presente Reglamento.

### **LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**

**Obligación:** A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá POR UNA SOLA VEZ a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio de Quito (Servipagos, Administraciones Zonales) y Cancelará:

- ✓ **Patente Municipal**
- ✓ **Tasa de Turismo**
- ✓ **Aporte Anual a CAPTUR**
- ✓ **Permiso de Bomberos.**

**Plazo:** hasta el 31 de marzo de cada año.

**Un solo trámite:** Con el comprobante de este pago, el contribuyente turístico se acercará a las Ventanillas Únicas Turísticas que funcionan en tres sitios de Quito:

1. Corporación Metropolitana de Turismo (García Moreno 1201 y Mejía) de 09H00 a 13H30 y de 14H00 a 16H30.
2. Administración Zona Norte (Amazonas y Pereira) acercarse directamente a la ventanilla 21 de 08H00 a 14H00.
3. Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR (Patria y Amazonas, Edif. COFIEC, 3er. Piso) de 09H00 a 13H00 y de 14H00 a 18H00.

En estas Ventanillas se deben presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el “Formulario de Solicitud de Autorización de funcionamiento” debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento que incluye el permiso de Bomberos.

**Requisitos:**

1. Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente Municipal.
2. Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal.
3. Permiso de Uso de Suelo.
4. Copia del RUC (si hubieren cambios, el RUC actualizado)

**Sanción:** La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento.

**Base Legal:** Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

## **PERMISO SANITARIO**

El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

## **REQUISITOS**

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud

- Certificado de uso de suelo;
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control

## **SANITARIO;**

- Comprobante de pago de patente del año;
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original);
- Certificado (s) de salud;
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad;
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

## **TASAS:**

Para la concesión de permisos sanitarios, se deben cancelar las tasas fijadas en el **REGLAMENTO DE TASA POR CONTROL SANITARIO Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO** publicado en el Registro Oficial.

## **CERTIFICADOS DE SALUD EMPLEADOS**

**Obligación:** Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud.

**Plazo:** hasta el 31 de marzo de cada año

**Base Legal:** Código de la Salud; Reglamento de Tasas

**PATENTE MUNICIPAL**

- Copia de la cedula y papeleta de votación.
- Copia del RUC
- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos
- Copia del título del predio donde se ubica la actividad
- Copia del permiso de funcionamiento de Salud
- Copia de la Licencia Única Anual de Funcionamiento
- Copia del permiso de intendencia

## CAPITULO VII

### 7. IMPACTOS

De la creación del Complejo Turístico en el Balneario El Puente Ayora se desprenderán varios impactos los cuales se analizarán tanto de manera cuantitativa como cualitativa tomando en cuenta los siguientes ámbitos: Aspecto social, económico y ambiental.

Para la medición de los impactos se basó en una Matriz de Valoración, aplicando la siguiente puntuación:

**Cuadro No. 81 VALORACIÓN DE IMPACTOS**

VALORACION CUANTITATIVA	VALORACION CUALITATIVA
3	Alto positivo
2	Medio positivo
1	Bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Bajo negativo
-2	Medio negativo
-3	Alto negativo

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Para el respectivo cálculo se aplicará la siguiente fórmula:

$$NI = \frac{\sum}{n}$$

En donde:

NI = Nivel de Impacto

$\Sigma$  = Sumatoria de la valoración cuantitativa

$n$  =Número de indicadores

### 7.1. SOCIAL

El impacto social se refiere a como el funcionamiento del proyecto afectará a la sociedad o a la comunidad en donde se desarrollará el proyecto.

**Cuadro No. 82 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL**

NIVEL DE IMPACTO INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Bienestar comunitario	x							
Migración			x					
Calidad de vida			x					
Seguridad Familiar			x					
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>		<b>3</b>					<b>6</b>

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** La Autora

Formula:

$$NI = \frac{\Sigma}{n} \qquad NI = \frac{6}{4}$$

NI=1,5    2- Medio positivo

## ANÁLISIS:

*El desarrollo del proyecto tendrá un impacto medio positivo (2), mejorando el bienestar comunitario del Cantón Espejo, optimando las condiciones de vida de los pobladores con la actividad turística. Se espera la creación de negocios externos por parte de los habitantes de la comunidad los cuales generarán nuevos empleos, al fomentar fuentes de trabajo, disminuirá la migración de los habitantes del Cantón impulsando la seguridad familiar de las diferentes comunidades involucradas*

## 7.2. ECONÓMICO

**Cuadro No. 83 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO**

NIVEL DE IMPACTO								
INDICADOR	3	2	1	0	-1	-2	3	TOTAL
Estabilidad económica		x						
Creación de microempresas			x					
Generación de nuevos empleos			x					
TOTAL		2	2					4

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

Fórmula:  $NI = \frac{\sum}{n}$        $NI = \frac{4}{3}$

NI = 1,33 → Bajo positivo 1

## ANÁLISIS:

*Con la concurrencia de los turistas al balneario El puente Ayora, en el Cantón Espejo se espera un impacto bajo positivo (1), con la interrelación económica entre los turistas y los habitantes involucrados al proyecto, se*

genera un efecto multiplicador que beneficia al Cantón y sus comunidades, ya que se pueden crear pequeños negocios cercanos a la ubicación del proyecto. Además se generará nuevas fuentes de trabajo, creando estabilidad laboral y familiar.

### 7.3. AMBIENTAL

**Cuadro No. 84 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL**

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Reciclaje de basura	x							
Contaminación			x					
Aguas negras	x							
Sustancias tóxicas					x			
Desechos sólidos					x			
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>1</b>		<b>-2</b>			<b>5</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Fórmula:

$$NI = \frac{\sum}{n} \qquad NI = \frac{5}{5}$$

NI=1 → 1 Bajo Positivo

#### **ANÁLISIS:**

*El proyecto reciclará la mayoría de los desechos producidos y buscará la manera para que la comunidad y los turistas colaboren de manera permanente y progresiva.*

*Por ser un proyecto dirigido a la sociedad es inevitable que no genere contaminación, para esto se invertirá dinero necesario para que la misma no sea significativa para la comunidad y su entorno natural.*

*Las aguas grises se las reutilizará para el riego de las áreas verdes, como ahorro y desperdicio innecesario de este líquido vital para la vida de los seres vivos.*

*Se reciclará la mayoría de los desechos sólidos, y para los que no se los pueda reusar se los arrojará a los tachos de basura según los programas*

establecidos por el Municipio del Cantón para evitarlos en los carros recolectores. La utilización de los desechos tóxicos en el proyecto es mínima.

#### 7.4. IMPACTO GENERAL

**Cuadro No. 85 MATRIZ DE IMPACTO GENERAL**

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Impacto Social		X						
Impacto Económico			X					
Impacto Ambiental			X					
TOTAL		2	1					3

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Fórmula:

$$NI = \frac{\sum}{n} \quad NI = \frac{3}{3}$$

Ni= 1 → 1 Bajo positivo

#### **ANÁLISIS:**

*El estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el Balneario "El Puente Ayora" de la ciudad El Ángel, Cantón Espejo, generará un impacto positivo de forma general de (1), por lo que el sector donde se va a desarrollar este proyecto tendrá que experimentar algunos cambios para la implementación de la propuesta y que funcione en base a lo planeado.*

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional aplicado permitió evidenciar la oportunidad de inversión del proyecto ya que en la actualidad no existen complejos similares a la propuesta en la zona de influencia del proyecto
- La existencia de recursos naturales y paisajes turísticos en el Cantón Espejo como las vertientes del “Puente Ayora” los cuales pueden ser aprovechados y valorados mediante la implementación de proyectos turísticos evitando que se deterioren con el paso del tiempo.
- Las encuestas aplicadas reflejan una gran aceptación del proyecto en cuanto a la creación de un Complejo turístico en las vertientes naturales y medicinales del “Puente Ayora”
- El Estudio de Mercado permitió evidenciar una gran afluencia de turistas al Cantón Espejo, además se logró determinar una demanda potencial suficiente para el proyecto
- Los evaluadores financieros aplicados al proyecto demuestran su factibilidad porque están dentro de los rangos esperados.
- La ejecución del proyecto generará un impacto positivo en el área ambiental por lo que se pretende que todos los involucrados del proyecto concienticen y difundan la importancia de la conservación del medio ambiente.

## RECOMENDACIONES

Se debería implementar el proyecto para que el Cantón Espejo cuente con un lugar turístico de calidad y que a futuro pueda desarrollarse en un polo de desarrollo.

Sugerir al municipio que inicie una campaña de aprovechamiento de los recursos naturales existentes y un apoyo especial al proyecto

Aprovechar la gran aceptación del proyecto y tomar especial cuidado en que los servicios que se vayan a ofertar satisfagan plenamente a los usuarios mostrando una calidad incomparable creando fidelidad por parte del turista dando paso a la publicidad boca a boca

Persuadir al turista mediante publicidad, buena imagen y excelente servicio manteniéndolos contentos para su seguro retorno al complejo turístico.

Si los evaluadores demuestran una factibilidad potencial del proyecto se debería mantener los escenarios proyectados asegurando la viabilidad del proyecto.

Mitigar en lo posible el impacto ambiental generado con campañas de reciclaje y reforestación de áreas naturales.

## BIBLIOGRAFÍA

- CURRIA Manuel, (2008) Introducción al Turismo, Editorial Trillas, México
- DORADO José, (2006), Organización y control de Empresas en hotelería y turismo, Segunda Edición, Síntesis, Madrid España
- RAMIRES David, (2008), Turismo de negocios, Segunda Edición, Madrid, Síntesis
- JOBBER David y FAHY John,(2007), Fundamentos del Marketing, Segunda edición, McGraw-Hill, Madrid España.
- LÓPEZ R. José, (2008), Conceptos Mercantiles y Laborales en el Turismo, Editorial Trillas, México.
- MONTANER Jordi, (2006), Estructura del Mercado Turístico, Editorial Sintesis, Madrid España.
- PULIDO F. Juan (2008), Turismo Rural, Editorial Sintesis, Madrid España.
- DAHDA Jorge, (2007), Elementos del turismo, Editorial Trillas, México.
- RAMÍREZ Esthela (2006), Turismo de negocios, Editorial Trillas, México.
- ZAMORANO C. Francisco, (2007), Turismo Alternativo servicios turísticos diferenciados, Editorial Trillas, México.
- CASTELLANOS H Eulogio (2010) Turismo y recreación, Editorial Trillas, México.
- HERNÁNDEZ Clotilde, Fundamentos del Marketing (2009), Editorial Pearson Educacion, México.

Charles W. Lamb, Jr/ Josep F, (2008), Marketing, Octavaedisi3n, Editorial Cengage Learning.

*JÁCOME, Walter, (2005), Bases Te3ricas y pr3cticas para el dise1o y evaluaci3n de proyectos y de inversi3n, Edici3n CUDIC Editorial Universitaria. Ecuador.*

*HILL Charles W. y GARETH R Jons (2008) Administraci3n Estrat3gica un Enfoque Integrado, Tercera Edici3n, Thomson Editores, M3xico.*

*HITT Black Michael Porter (2009) Administraci3n, Novena Edici3n, Pearson Educacion, M3xico.*

*FRAC3S, Antonio. (2006) Estrategias y planes para la empres, Primera Edici3n, Pearson Educacion, M3xico.*

*DALESSIO, Ipinza Fernando (2008) El Proceso Estrat3gico un Enfoque de Gerencia, Primera Edici3n, Pearson Educacion, M3xico.*

*RIVERA Mart3nez Francisco, (2010), Administraci3n de Proyecto,*

*BACA URBINA Gabriel (2010), evaluaci3n de proyectos, 2010, Sexta Edici3n, M3xico, Mc Graw Hill*

*BRAVO VALDIVIESO Mercedes (2007), Contabilidad General, S3ptima Edici3n, Editora Nuevodia, Ecuador*

ZAPATA S3nchez Pedro,(2005) Contabilidad General

STANLET B. block y Geoffrey A. Hir (2005), Administraci3n financiera

WARREN, Carl S; REEVE James M; DUCHAC Jonathan E, (2010) Contabilidad Financiera

## LINKOGRAFIA

[www.mexicoforestal.gob.mx/glossary/7/lettert](http://www.mexicoforestal.gob.mx/glossary/7/lettert)

qq<http://es.wikipedia.org/wiki/Ecoturismo>

<http://www.monografias.com/trabajos41/turismo-de-salud/turismo-de-salud.shtml#quees>

<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/estructura-organizacional/estructura-organizacional.pdf>

# ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTADA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Encuesta dirigida a los habitantes del cantón Espejo

El propósito de esta encuesta es conocer la situación actual de la actividad turística del cantón Espejo.

**1. Sus ingresos económicos mensuales para la canasta básica en su hogar varían desde**

100-250	
250-300	
300-500	
más de 500	

**2. ¿Con qué frecuencia realiza usted recreación en familia y amigos?**

Cada fin de semana	
Cada 15 días	
Cada mes	
Cada tres meses	
Cada año	

**3. ¿Para su distracción qué lugares de recreación prefiere?**

Parques	
Piscinas	
Bosques	
Reservas Ecológicas	
Se queda en casa	

4. A su criterio, la calidad del servicio de los lugares turísticos del Cantón Espejo es:

Alto	
Medio	
Bajo	

5. ¿Qué mejoras debería tener los sitios turísticos antes mencionados?

Atención al cliente	
Aseo del local	
Variedad en el servicio	
Infraestructura	

6. ¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar?

Paseos a caballo	
Paseos en bicicleta	
Caminatas	
Juegos deportivos	

- 7.Cuál de los siguientes servicios le gustaría que se dé prioridad par implementación en un complejo turístico

ALTERNATIVA	
Áreas deportivas	
Áreas Naturales	
Áreas de recreación infantil	
Áreas de juegos de mesa	

8. ¿Cuándo sale de paseo a lugares turísticos al momento de la alimentación prefiere:

ALTERNATIVA	
Hace uso del restaurante del lugar turístico	
Lleva comida de casa	
Sale a comer fuera del sitio turístico	

9. Cuando acude al servicio de un restaurante prefiere:

Platos a la carta	
Menú del día	

10. ¿Qué cantidad considera Ud. que se destina para la entrada a un sitio turístico?

De 0 a 2.50 dólares	
Mayor a 2.5 dólares	

11. Está de acuerdo en la creación de un complejo turístico en el balneario “El Puente Ayora” de la ciudad El Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi.

Si	
No	

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTADA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Encuesta dirigida a los propietarios de los centros turísticos con fines de lucro del cantón Espejo

**Indique cuáles son las épocas o fechas más visitadas por los turistas ?**

**El turista que visita su centro turístico es local, regional, nacional o extranjero.**

**¿Cuáles son los motivos principales para que el turista visite nuestro Cantón?**

**¿Qué monto de gasto diario en dólares tiene aproximadamente cada turista?**

**Indique cuáles son los primordiales obstáculos existentes en el Cantón que impiden un eficiente servicio turístico.**

**Qué servicios ofrece Ud. en su establecimiento turístico, como atractivo al turista?**

**Por qué medios publicitarios promociona el servicio que presta?**

**El personal que trabaja en sus instalaciones, recibe o ha recibido capacitaciones profesionales en cuanto a la función que desempeña.**

**Ofrece usted estabilidad laboral a sus empleados?**

**Cree usted que la actividad turística en la actualidad es rentable.**

**De los ingresos anuales que tiene que porcentaje destina para gastos operacionales y administrativos.**

**Como es el flujo turístico de su establecimiento?**

## **Entrevista aplicada al encargado de la Oficina de Turismo (ITUR)**

- 1. ¿Cuáles son las principales actividades económicas del Cantón Espejo?**
- 2. ¿Cuáles son obstáculos primordiales que se debería mejorar para el desarrollo turístico en el Cantón Espejo?**
- 3. ¿Cuál cree usted que es el principal problema para el desarrollo turístico del Cantón Espejo?**
- 4. ¿Cómo se maneja el turismo dentro del Cantón Espejo?**
- 5. ¿Cómo se llevó a cabo este cambio y cuáles son los resultados que se ha obtenido con la descentralización?**
- 6. ¿Cuáles son los proyectos turísticos que actualmente se están llevando a cabo dentro del Cantón Espejo?**
- 7. ¿Qué material promocional existe del Cantón Espejo por parte del Municipio?**
- 8. ¿Posee políticas de desarrollo turístico para el cantón?**
- 9. ¿Tiene apoyo económico por parte del Estado para el desarrollo turístico del Cantón?**
- 10. ¿Cuál es el ingreso que recibe por el Turismo?**
- 11. ¿Cuáles son los lugares más visitados en el Cantón?**
- 12. ¿Cuáles son las festividades que se realizan dentro del Cantón y en qué fechas?**
- 15. ¿En qué meses del año cree usted que el Cantón Espejo es más visitado por los turistas?**
- 16. ¿Cuál cree usted que son los principales competidores?**

## ACTIVOS DIFERIDOS

<b>Gastos de Constitución</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Estudios y Diseños		0,00
Tramites de Constitución		450,00
Gastos de Instalación		2000,00
<b>Total</b>		<b>2450,00</b>

<b>Tramites de Constitución</b>	<b>Costos</b>
Afiliación a la Cámara de Comercio	100,00
Permiso de funcionamiento del M	200,00
Registro Notaria pública	80,00
Apertura de una Cuenta	50,00
Pago bomberos	10,00
Pago patente municipal	5,00
Tramites del RUC	5,00
<b>TOTAL</b>	<b>450,00</b>

<b>Gastos de Instalación</b>	<b>Costos</b>
I. Eléctrica	1700,00
I. Agua Potable	200,00
I. Maquinaria	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>2000,00</b>

## COSTOS DE PRODUCCIÓN DE RESTAURANTE

Secos de pollo (10 porciones )				
Ingredientes	cantidad		costo unitario (\$)	costo total (\$)
pollo	1	u	5,5	5,5
arroz	3	libras	0,45	1,35
papas	2	libras	0,2	0,4
lechuga	1	u	0,3	0,3
cebolla	4	u	0,1	0,4
pimiento	2	u	0,1	0,2
tomate	4	u	0,2	0,8
cilantro	1	ramita	0,1	0,1
ajo	1	fundita	0,05	0,05
comino	1	fundita	0,05	0,05
Costo Total				9,15
Costo Unitario				<b>0,915</b>

Secos de carne (10 porciones )				
Ingredientes	cantidad		costo unitario (\$)	costo total (\$)
Carne	2,5	libras	2	5
3 libras de arroz	3	libras	0,45	1,35
2 libras de papas	2	libras	0,2	0,4
lechuga	1	u	0,3	0,3
cebolla	4	u	0,1	0,4
pimiento	2	u	0,1	0,2
tomate	4	u	0,2	0,8
cilantro	1	ramita	0,1	0,1
ajo	1	fundita	0,05	0,05
comino	1	fundita	0,05	0,05
Costo Total				8,65
Costo Unitario				<b>0,865</b>

Apanados (100 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		costo unitario (\$)	costo total (\$)
lomo	40	u	2,5	100
libras de arroz	30	libras	0,45	13,5
libras de papas	2	@	3	6
Apanadura	5	Libras	0,6	3
Aceite	10	litros	1	10
huevos	100	u	0,12	12
aguacates	13	u	0,5	6,5
tomate	20	u	0,15	3
ajo	2	fundita	0,25	0,5
comino	2	fundita	0,25	0,5
sal	1	kilo	0,35	0,35
Costo Total				155,35
Costo Unitario				<b>1,5535</b>

Churrascos (100 porciones)				
Ingredientes	cantidad		costo unitario (\$)	costo total (\$)
lomo	40	u	2,5	100
libras de arroz	30	libras	0,45	13,5
libras de papas	2	@	3	6
Aceite	10	litros	1	10
huevos	100	u	0,12	12
aguacates	13	u	0,5	6,5
tomate	20	u	0,15	3
ajo	2	fundita	0,25	0,5
comino	2	fundita	0,25	0,5
sal	1	kilo	0,35	0,35
Costo Total				152,35
Costo Unitario				<b>1,5235</b>

## CONSUMO DE GAS

Consumo de gas industrial					
Descripción	precio u.	semanal	mensual	anual u	costo total
cocina	20	2	8	96	1920
maquinaria	20	2	8	96	1920
Costo total					3840

## DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

Valor del activo 144.789,19

Vida útil (Años) 20,00

### Depreciación de Infraestructura

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	7.239,46	7.239,46	137.549,73
2	7.239,46	14.478,92	130.310,27
3	7.239,46	21.718,38	123.070,81
4	7.239,46	28.957,84	115.831,35
5	7.239,46	36.197,30	108.591,893

Valor del activo 1.590,00

Vida útil (Años) 3,00

### Depreciación de Equipo de Computación

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	530,00	530,00	1.060,00
2	530,00	1.060,00	530,00
3	530,00	1.590,00	-

Valor del activo 720,00  
 Vida útil (Años) 10,00

**Depreciación Equipo de Oficina**

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	72,00	72,00	648,00
2	72,00	144,00	576,00
3	72,00	216,00	504,00
4	72,00	288,00	432,00
5	72,00	360,00	360,00

Valor del activo 1.511,00  
 Vida útil (Años) 10,00

**Depreciación muebles y enseres**

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	151,10	151,10	1.359,90
2	151,10	302,20	1.208,80
3	151,10	453,30	1.057,70
4	151,10	604,40	906,60
5	151,10	755,50	755,50

Valor del activo 6.840,00  
 Vida útil (Años) 10,00

**Depreciación Maquinaria y equipo**

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	684,00	684,00	6.156,00
2	684,00	1.368,00	5.472,00
3	684,00	2.052,00	4.788,00
4	684,00	2.736,00	4.104,00
5	684,00	3.420,00	3.420,00

## CHORROS TERMALES “EL PUENTE AYORA”



## COMPLEJO TURÍSTICO “LA CALERA”



## RESERVA ECOLÓGICA EL POLYLEPIS



## AFICHES

**Complejo Turístico**  
*Puente Ayora*

Complejo turístico "El Puente Ayora", un paraíso en este pequeño oasis, "El Ángel".  
Contamos con:  
Piscina;  
Sauna;  
Tennis;  
Infraestructura natural y artificial;  
Áreas recreativas e infantiles;  
Canchas deportivas;  
Parqueadero privado;  
Restaurante;  
Y mucho más para su sana diversión.....

Imagen

**Ahora la salud.....es diversión!**

Reserva Ecológica Polylepis, Puente Ayora es un espacio de Ángel, Ciudad del Ángel.  
Reserva Ecológica Polylepis, Puente Ayora es un espacio de Ángel, Ciudad del Ángel.  
Reserva Ecológica Polylepis, Puente Ayora es un espacio de Ángel, Ciudad del Ángel.

## TARJETAS DE PRESENTACIÓN

<p><i>AHORA LA SALUD ES DIVERSIÓN</i></p> <p>Teléfono: <a href="tel:085-593-009">085-593-009</a> Correo: <a href="mailto:punteayora@yahoo.com">punteayora@yahoo.com</a> Atiguo "Puente Ayora" El Ángel, Espejo Carchi-Ecuador</p>	<p>Ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Sauna, turco, hidromasaje natural y artificial</li><li>Áreas naturales y deportivas</li><li>Juegos infantiles</li><li>Parqueadero privado</li><li>Servicio de Restaurante y mucho más.....</li></ul>
<p><a href="#">Lilian Janiva Romero</a></p> <p>Gerente Administrador</p>	 <p><b>Complejo Turístico</b> <i>Puente Ayora</i></p>