



**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 CENTRO TURÍSTICO EN EL CANTÓN  
HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI.**

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

**AUTOR:** Villarreal Erazo Jhonny Vladimir

**DIRECTOR:** Econ. Rubén Santacruz.

**Ibarra, Octubre del 2013**

## RESUMEN EJECUTIVO

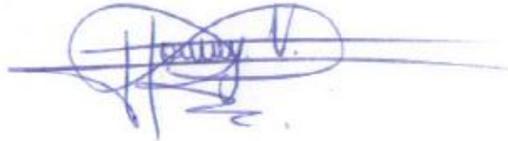
El presente proyecto es un estudio de factibilidad el cual brinda directrices para la implementación del Centro Turístico denominado “Cóndor Mirador”, con enfoque a la práctica de deportes recreativos y al mejoramiento de las actividades turísticas en la ciudad de Huaca. Los hallazgos de la presente investigación se resumen en: Diagnostico Situacional, en el que se detalla la Matriz AOOD, aplicado al entorno del proyecto, se determinó que existe situaciones favorables (aliados) más que aspectos desfavorables (oponentes) por otra parte las oportunidades son bastantes significativas y los potenciales riesgos pueden ser amortiguados. Se encuentra todo lo relacionado con los Fundamentos teóricos, base que se obtuvo por medio de la recopilación de información en libros, folletos e Internet. Al realizar el Estudio de Mercado se demuestra la existencia de un mercado potencial insatisfecho que puede ser captado a través de un adecuado esfuerzo de mercadotecnia. Esto conlleva que a través del estudio técnico se pueda determinar el tamaño del proyecto y la infraestructura requerida para la operación del mismo, de tal manera que se pueda satisfacer las necesidades de los clientes. La inversión del proyecto se justifica, así lo demuestran los estudios financieros realizados donde, se logró determinar que el proyecto cuenta con bases sólidas que garantizan su rentabilidad durante el periodo horizonte que tiene el proyecto. El análisis organizacional permitió determinar todos los aspectos jurídicos y la estructura organizacional de la empresa, donde se detalla las funciones de cada área administrativa que forma parte de la empresa. Sin embargo, al realizar el análisis de impactos, donde se hizo énfasis del impacto Económico, Impacto Educativo; Impacto Ambiental e Impacto Empresarial. Se estableció que el impacto ambiental no es tan satisfactorio de tal manera que se debe buscar soluciones que permitan reducir al mínimo los efectos negativos. Se finaliza con las debidas conclusiones y recomendaciones que merecen el desarrollo del proyecto planteado.

## **ABSTRACT**

The present project is a study of feasibility which offers guidelines for the implementation of the denominated Tourist Center "Condor Mirador", with focus to the practice of recreational sports and the improvement of the tourist activities in the you take care of Huaca. The discoveries of the present investigation summary in: I diagnose Situational, in which the Main AOOD is detailed, applied to the environment of the project, it was determined that it exists favorable situations (allies) more than unfavorable aspects (opponents) on the other hand the opportunities are enough significant and the potential risks can be muffled. He/she is all the related with the theoretical Foundations, base that it was obtained by means of the summary of information in books, pamphlets and Internet. When carrying out the Study of Market the existence of an unsatisfied potential market it is demonstrated that can be captured through an appropriate marketing effort. This bears that through the technical study you can determine the size of the project and the infrastructure required for the operation of the same one, in such a way that you can satisfy the necessities of the clients. The investment of the project is justified, they demonstrate this way it the carried out financial studies where, it was possible to determine that the project has solid bases that guarantee its profitability during the period horizon that has the project. The organizational analysis allowed to determine all the juridical aspects and the organizational structure of the company, where it is detailed the functions of each administrative area that it is part of the company. However, when carrying out the analysis of impacts, where emphasis of the Economic impact was made, I Impact Educational; I impact Environmental and Managerial Impact. He/she settled down that the environmental and social impacts are not so satisfactory in such a way that should be looked for solutions that allow to reduce to the minimum the negative effects. You concludes with the due conclusions and recommendations that deserve the development of the outlined project.

## AUTORÍA

Yo, **Villarreal Erazo Jhonny Vladimir**, portador de la cédula de ciudadanía N° 040164293-9 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN EL CANTÓN HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI”** y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



.....  
Jhonny V. Villarreal E.  
040164293-9

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado, **Sr. Jhonny Vladimir Villarreal Erazo**, para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN EL CANTÓN HUACA PROVINCIA DEL CARCHI".

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 10 días del mes de Junio del 2013.

  
.....  
Econ. Rubén Santacruz.  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

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

Yo, **Jhonny Vladimir Villarreal Erazo**, con cédula de ciudadanía Nro. **040164293-9** 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 del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN EL CANTÓN HUACA PROVINCIA DEL CARCHI, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma): .....

Nombre: JHONNY VLADIMIR VILLARREAL ERAZO

Cédula: 040164293-9

Ibarra, a los 21 días del mes de Octubre del 2013.

# 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 Técnica del Norte.

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 DEL CONTACTO</b>	
<b>Cédula de Identidad</b>	040164293-9
<b>Apellidos y nombres</b>	Villarreal Erazo Jhonny Vladimir
<b>Dirección</b>	Huaca Calle 8 de Diciembre y Raúl Burbano
<b>E-mail</b>	jvve_1988@yahoo.com
<b>Teléfono Fijo</b>	062973-602
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>Título</b>	Estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el cantón Huaca, Provincia del Carchi.
<b>Autor</b>	Villarreal Erazo Jhonny Vladimir
<b>Fecha</b>	2013 / 10 / 21
<b>SOLO PARA TRABAJO DE GRADO</b>	
<b>Programa</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado
<b>Título por el que opta</b>	Ingeniero Comercial
<b>Asesor / Director</b>	Econ. Rubén Santacruz

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo Jhonny Vladimir Villarreal Erazo, con cédula de ciudadanía No 040164293-9, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte 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 144.

## **3. CONSTANCIAS**

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es el autor de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra a los 21 días del mes de Octubre del 2013

### **AUTOR:**

Firma: .....

Jhonny V. Villarreal E.  
C.I.: 040164293-9

### **ACEPTACIÓN:**

Firma: .....

Ing. Betty Chávez  
JEFE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---

## **DEDICATORIA**

*El esfuerzo realizado en el presente trabajo investigativo, en mi vida estudiantil y personal lo dedico en especial y con mucho amor a mis padres Miltón Villarreal y Marcela Erazo a mis hermanas Yajaira Villarreal, Dayana Villarreal y Daniela Villarreal quienes me han sabido guiar en muchas áreas de mi vida y me han brindado su apoyo incondicional para alcanzar esta meta. Es a ellos a quienes les debo todo lo que hoy soy; ya que con su comprensión, cariño, apoyo y esfuerzo me han sabido guiar e inculcar valores en todo momento y hoy quiero dedicarles este triunfo porque sin su inspiración no tendría sentido el haber alcanzado esta meta.*

***Jhonny V. Villarreal E.***

## **AGRADECIMIENTO**

*A mis padres quienes fueron el fundamento para poder estudiar y han estado siempre a mi lado en las buenas y en las malas, a mis hermanas que las amo mucho por ser esas amigas incondicionales en todo tiempo, de la misma manera quiero agradecer a mi tutor Econ. Rubén Santacruz el cual ha sabido guiarme en el desarrollo y hasta la culminación de mi tesis. Además a la Universidad Técnica del Norte ya que día a día mejora pensando en sus estudiantes.*

*A mi familia en general que de una u otra forma han compartido momentos agradables en mi trayectoria estudiantil, también les agradezco a mis amigos más cercanos, amigos que siempre me han acompañado y con los cuales he contado desde que los conocí son ellos con quien prácticamente he vivido las mismas historias y hemos querido vernos como profesionales son sin lugar a duda una referencia que nunca los podre dejar de lado.*

**Jhonny V. Villarreal E.**

# PRESENTACIÓN

## TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN EL CANTÓN HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI”

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es desarrollado en base a una investigación descriptiva de campo que ha permitido justificar la viabilidad y factibilidad en la; “CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN EL CANTÓN HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI”, el mismo que consta de siete capítulos expuestos de la siguiente manera:

**Capítulo I:** Diagnóstico Situacional, que detalla la información de la ciudad de Huaca mismo que permitió conocer a profundidad las circunstancias en las que se encuentra el mercado turístico, de donde se conocieron los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos llegando a concluir con la determinación del problema diagnóstico principal.

**Capítulo II:** Marco Teórico, corresponde a las bases teóricas y científicas que respaldan los contenidos de la propuesta utilizando material bibliográfico actualizado.

**Capítulo III:** Estudio de Mercado, es un análisis cuantitativo y cualitativo de la oferta, demanda, y precios actuales respecto del producto / servicio a comercializar en la ciudad de Huaca, establecer la demanda potencial a satisfacer así como también evaluar factores como la comercialización y la competencia.

**Capítulo IV:** Propuesta, estructurada mediante propósitos que definen: aspectos técnicos para la creación de la microempresa, macro y - micro localización, diseño de planta así como la descripción de áreas operativas de la pequeña empresa.

**Capítulo V:** El análisis y la evaluación económica financiera estructurada de conformidad a las exigencias del manual de grados vigente en la facultad con un añadido que es el análisis económico coyuntural específicamente el efecto multiplicador del empleo, evitando la sobreestimación y el exagerado optimismo que puedan afectar al posible éxito que se pretende conseguir en el presente proyecto.

**Capítulo VI:** La Propuesta Estratégica describe de forma general todo lo referente a la estructura organizativa y corporativa con la que cuenta la pequeña empresa, así como también se muestra la perspectiva de misión y visión que la pequeña empresa mostrara ante su mercado objetivo.

**Capítulo VII:** El proyecto con su posterior ejecución presentara algunos impactos los cuales han sido detallados cada uno de ellos; tomando en cuenta que algunos tienen mayor impacto que otros.

## **ANTECEDENTES**

En la provincia de Carchi se ubica uno de los rincones más hermosos del país, el cantón Huaca siempre vivo por sus fiestas y tradiciones, sede de uno de los santuarios más admirados de la provincia, la Iglesia de la Virgen de la Purificación o Purita, pureza que se refleja en el corazón de su gente y de su naturaleza compuesta de bosques, cascadas y ríos que en conjunto forman un área de incalculable valor.

La demanda de un centro turístico a nivel local y provincial es insatisfecha, ya que esta actividad no es impulsada por las autoridades locales ni provinciales sino más bien por iniciativa de su gente. El turismo representa un factor muy importante en economía del Cantón Huaca y la Provincia del Carchi.

La solución que se plantea, es la creación de un nuevo centro turístico, manejado de una forma técnica, planificada y organizada, con la prestación de servicio de calidad y eficiente; por ende generar fuentes de empleo para los habitantes del Cantón Huaca.

## **JUSTIFICACIÓN**

La creatividad y el emprendimiento son factores fundamentales para iniciar un negocio o una actividad productiva que libere de la preocupación o de la búsqueda de empleo, que cada vez es un problema por la falta de personal cualificado para generar empleo, hoy más que nunca es necesario tener una visión de empresa tomando en cuenta el capital humano que sea capaz de tomar decisiones oportunas.

El presente proyecto comprende el Estudio de factibilidad para la Creación de un Centro turístico en el cantón San Pedro de Huaca, cuyo propósito fundamental será brindar a los habitantes de este cantón, una alternativa para mejorar la calidad de vida, mediante la generación de empleo, la reactivación económica del sector y el aprovechamiento óptimo del Recurso Natural existente en la zona de afluencia.

La importancia de realizar este centro turístico, es de aprovechar de una manera eficiente los recursos naturales y atractivos turísticos antes mencionados, y que se brinde una nueva alternativa de desarrollo en el cantón y sus alrededores ya que se llegara a constituir en una organización sólida en el campo del turismo comunitario.

## OBJETIVOS

**GENERAL:** Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el Cantón Huaca, provincia del Carchi, aprovechando y convirtiendo este paisaje natural en un elemento importante de la oferta turística, que brinde ingresos económicos a la población.

### ESPECIFICOS:

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno donde se vaya mejorando el medio urbano y natural del sector donde se desarrollara el centro turístico.
- Desarrollar una investigación bibliográfica para establecer las bases teóricas que servirán de soporte científico y de elementos esenciales que comprende el turismo para el perfeccionamiento de la propuesta.
- Efectuar un estudio de mercado en base a la oferta y la demanda del turismo sustentable, introduciendo nuevos productos para satisfacer de forma eficiente al turista.
- Realizar un estudio técnico del proyecto; tomando en cuenta los aspectos básicos para la instauración de un centro turístico como son: tamaño, localización, cuestiones técnicas y valoración de la inversión.
- Realizar un estudio económico y financiero de la propuesta para la creación de un centro turístico; valorando ingresos, egresos, rentabilidad y factibilidad del proyecto.
- Desarrollar una estructura organizativa y de funciones de la organización; para analizar la administración efectiva que comprende el buen funcionamiento de la entidad.

- Determinar los principales impactos que genere el proyecto en los ámbitos; social, económico, empresarial, educativo y ambiental.

### **TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo se enmarca dentro de un estudio científico, inductivo, deductivo, analítico, sintético y de observación directa; con lo cual se busca determinar las características principales que el mercado potencial requiere al contratar servicios turísticos. Esto se alcanzará a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como encuestas, entrevistas, etc., a posibles clientes y competidores. Además, se utilizará fuentes secundarias de información, tales como textos, tesis y otro tipo de estudios, que busquen sustentar el plan de negocios.

## ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	I
RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT	iii
AUTORIA	iv
CERTIFICACION	v
CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACION DE USO Y PUBLICACION A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ANTECEDENTES	xii
JUSTIFICACIÓN	xiii
OBJETIVOS	xiv
OBJETIVO GENERAL	xiv
OBJETIVOS ESPECIFICOS	xiv
TIPO DE INVESTIGACION	xv
ÍNDICE GENERAL	xvi
ÍNDICE CUADROS	xxi
ÍNDICE GRÁFICOS	xxiii

## CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO	25
Antecedentes Históricos	25
Objetivos Diagnósticos	28
General	28
Específicos	28
Variables Diagnosticas	28
Indicadores	29

Instrumentos de recopilación de información	32
Información primaria	32
Información secundaria	32
Información de la población	32
Calculo de la muestra	33
Evaluación de la Información	34
Diagnóstico Externo	42
Aliados	42
Oponentes	42
Oportunidades	43
Riesgos	44
Identificación de la oportunidad de Inversión	44

## **CAPÍTULO II**

<b>BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS</b>	<b>45</b>
Centro turístico	45
Características	46
Clasificación	46
Turismo	47
Definición de turismo	48
Historia de turismo	49
Objetivos del turismo	50
Ventajas del turismo	51
Características	52
Clasificación	52
Turismo según actividades desarrolladas	53
Convencional	53
Por Negocios	53
Alternativo cultural histórico	53
Costumbres y tradiciones	54
De acontecimientos singulares	54
Aventura-Ecológico	54

Rural-Agroturismo	54
Demanda del turismo	56
Demanda del turismo en el mundo	56
Demanda turística en el ecuador	57
Demanda turística en la Provincia del Carchi	59
La Gruta de La Paz	59
El Bosque de los Arrayanes	59
El Cementerio de Tulcán	60
Los Baños de Tufiño	60
Lagunas Verdes	60
Reserva Forestal y Étnica Awa	60
Los Tres Chorros	61
Estación Biológica Guanderas	61
Reserva Ecológica el Ángel	61
Cascada de Paluz	61
Laguna del Salado	62
Termas la Calera	62
Complejo Turístico Uyama	62
Estudio de Mercado	62
Oferta	63
Demanda	63
Mercadeo	64
Precio	65
Publicidad	65
Misión	66
Visión	66
Mensaje	67
Medios	67
Medición	68
Promoción	68
Contabilidad Financiera	68
Presupuesto	69

Costos y gastos	71
Definición de la Contabilidad de Costos	71
Elementos del Costo	71
Estados Financieros	73
Libros Base utilizados en la Contabilidad	73
Balance General	73
Libro Mayor General	74
Diarios	75
Estado de Resultados	76
Estado de Situación Inicial	76
Estado de Ingresos y Egresos	77
Estado de Flujo de Efectivo	78
Objetivos de los Estados Financieros	79
Clases de Inversión	80
Inversión	80
Inversión Fija	80
Inversión Diferida	80
Capital de Trabajo	81
Activos Fijos	81
Financiamiento	82
Indicadores de Evaluación financiera	82
Flujo de Caja Proyectado	88
Valor Actual neto (VAN)	88
Tasa Interna de Retorno (TIR)	90
Punto de Equilibrio	91
Tiempo de Recuperación de la Inversión	92
Sensibilidad	93
Relación Beneficio Costo	94

### **CAPÍTULO III**

ESTUDIO DE MERCADO	95
Antecedentes del Estudio de Mercado	95

Descripción del Mercado Turístico	96
Identificación del Servicio	97
Características de los Servicios	98
Mercado Meta	99
Estructura y Segmentación del Mercado	101
Variables de Macro Segmentación	102
Variables de Micro Segmentación	103
Análisis de la Información (Encuestas)	105
Resultado de la entrevista dirigida a un funcionario del Gobierno descentralizado del Cantón Huaca	116
Análisis y Proyección de la Demanda	118
Definición y Características del Servicio Propuesto	119
Análisis subjetivo	121
Demanda Actual del Servicio	122
Análisis Objetivo	124
Análisis y Proyección de la Oferta	125
Oferta Histórica	126
Caracterización de Complejos Turísticos	126
Complejo Turístico “La Paz”	126
Complejo Turístico “La Calera”	127
Complejo Turístico “El Capuli”	129
Balneario “Aguas Hediondas”	130
Análisis Subjetivo	133
Análisis de la Competencia	134
Balance entre Oferta y Demanda	134
Estimación de la Demanda Insatisfecha	134
Sensibilidad del Estudio	136
Precio Actual a Nivel del Mercado	136
Precio del Proyecto	137
Comercialización del Servicio	138
Conclusiones del Estudio	140

## **CAPÍTULO IV**

<b>ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>142</b>
Localización del Proyecto	143
Macro Localizacion	143
Provincia	145
Cantón	146
Parroquia	147
Micro localizacion	147
Criterios de Selección de Alternativas	148
Ventajas de la Ubicación	148
Ubicación del Complejo	150
Factores de Localización	152
Tamaño del Proyecto	153
Factores que inciden en la definición del tamaño del proyecto	154
Determinación de la Capacidad del Proyecto	155
Fijación de la capacidad del Complejo Turístico “Cóndor Mirador”	155
Objetivos de Crecimiento	157
Disponibilidad de Recursos Financieros	158
Materias primas e insumos	159
La Organización	159
Distribución Física del Complejo Turístico	160
Diagrama de flujo del proceso	161
Proceso de entrada y tratamiento del agua al complejo Turístico	169
Proceso de entrada del cliente al complejo Turístico	169
Diseño y descripción de instalaciones	170
Áreas del Proyecto	172
Estructura	175
Ingeniería del Proyecto	176
Requerimientos de Servicios	176
Presupuesto Técnico “Inversiones”	177
Activos Fijos	177
Activos Diferidos	187

Capital de Trabajo	187
Resumen de la Inversión Total	192

## **CAPÍTULO V**

<b>ESTUDIO ECONÓMICO</b>	<b>193</b>
Presupuesto de Inversión	193
Activos Fijos	193
Activos Diferidos	194
Capital de Trabajo	195
Resumen de la Inversión Total	195
Costo De Oportunidad y Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento	196
Proyeccion de Ventas; Costos y Gastos	197
Ingresos	197
Ingresos Proyectados	197
Egresos	199
Costos y Gastos de los servicios	199
Financiamiento	201
Amortización	201
Depreciación	205
Estados Proforma	206
Balance de Resultados	207
Flujo de Caja	208
Evaluación De La Inversión	209
Valor Presente Neto o (VPN)	209
Tasa Interna de Retorno (TIR)	210
Período de Recuperación de la Inversión (PRI)	211
Análisis Play Back	212
Relación Beneficio Costo	212
Punto de Equilibrio	214
Resumen de la Evaluación Financiera	215

## **CAPÍTULO VI**

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA	216
Tipo de Empresa	216
Elementos Estratégicos	218
Objetivos	219
Principios	220
Estructura Orgánica del Centro Turístico	223
Funciones y Responsabilidades	225
Estructura Administrativa	225
Base legal para la Constitución	236
Constitución de la Empresa	238
Tramitar el Registro único de Contribuyentes	240
Ventajas y Desventajas de la Legalización	245
Desventajas de un negocio turístico no legalizado	246
Importancia del Marco Legal	247
Seguimiento y control	247

## **CAPÍTULO VII**

PRINCIPALES IMPACTOS	248
Valoración cualitativa y cuantitativa	249
Impacto Social	250
Impacto Económico	252
Impacto Educativo	254
Impacto Ambiental	255
Conclusiones	257
Recomendaciones	259
Bibliografía	261
Lincografía	263
Anexos	264

## **ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro N° 1 Matriz de Relacion Diagnostica	30
Cuadro N° 2 Identificacion de la Poblacion	33
Cuadro N° 3 Edad de la Población	35
Cuadro N° 4 Nivel de instrucción	36
Cuadro N° 5 Situacion civil de la población	37
Cuadro N° 6 Lugar de origen	38
Cuadro N° 7 Actividades económicas	39
Cuadro N° 8 Ingresos económicos	40
Cuadro N° 9 Vías de Acceso al cantón	41
Cuadro N° 10 Diferentes Atractivos Turísticos que Ofrece el Ecuador	58
Cuadro N° 11 Matriz de segmentacion	101
Cuadro N° 12 Tipo de cliente	102
Cuadro N° 13 Variables de Macro Segmentación	103
Cuadro N° 14 Variables de Micro Segmentación	103
Cuadro N° 15 Frecuencia con que acude a destinos turísticos	105
Cuadro N° 16 Conocimiento de lugares turísticos	106
Cuadro N° 17 Lugar de ubicación del centro turístico	107
Cuadro N° 18 Con quien acudiría al centro turístico	108
Cuadro N° 19 Beneficios que aportaría el centro turístico	109
Cuadro N° 20 Con que frecuencia usted visitaría el Cantón	110
Cuadro N° 21 Medios de comunicación	111
Cuadro N° 22 Hospedaje	112
Cuadro N° 23 Restaurante	112
Cuadro N° 24 Areas de recreacion	113
Cuadro N° 25 Paseos por senderos	113
Cuadro N° 26 Piscina, sauna, turco e hidromasaje	114
Cuadro N° 27 El centro turístico realizaría promociones; especifique cual es de su mayor agrado	115
Cuadro N° 28 Demanda turistica real año 2010	118
Cuadro N° 29 Atractivos Turísticos Inventariados por el MINTUR	121

Cuadro N° 30 Calculo de la demanda actual	123
Cuadro N° 31 Proyeccion de la demanda anual	123
Cuadro N° 32 Servicios que ofrecen los centros turisticos	125
Cuadro N° 33 Complejo turistico La Paz	126
Cuadro N° 34 Capacidad Instalada del Complejo turístico “Gruta de La Paz”	127
Cuadro N° 35 Complejo turistico La Calera	128
Cuadro N° 36 Capacidad Instalada del Complejo turístico La Calera	128
Cuadro N° 37 Complejo turistico El Capuli	129
Cuadro N° 38 Capacidad Instalada del Complejo turístico El Capulí	130
Cuadro N° 39 Balneario Aguas Hediondas	131
Cuadro N° 40 Capacidad Instalada del Balneario Aguas Hediondas	131
Cuadro N° 41 Capacidad instalada actual de los complejos	132
Cuadro N° 42 Informacion historica real de la oferta	132
Cuadro N° 43 Proyeccion de la oferta	133
Cuadro N° 44 Proyeccion de la demanda insatisfecha	135
Cuadro N° 45 Lista de precios en los diferentes lugares turisticos	137
Cuadro N° 46 Proyeccion del Precio	138
Cuadro N° 47 Factores de localizacion	151
Cuadro N° 48 Capacidad instalada del complejo turistico Condor Mirador	155
Cuadro N° 49 Objetivos de crecimiento	157
Cuadro N° 50 Distribucion fisica del complejo turistico	159
Cuadro N° 51 Simbologia de flujo grama de procesos	160
Cuadro N° 52 Proceso de entrada del agua al complejo	168
Cuadro N° 53 Proceso de entrada del cliente al complejo	169
Cuadro N° 54 Terreno	176
Cuadro N° 55 Construccion e instalaciones	177
Cuadro N° 56 Maquinaria y equipo	179

Cuadro N° 57 Equipamiento deportivo	181
Cuadro N° 58 Equipo de computacion	182
Cuadro N° 59 Muebles y encerres	183
Cuadro N° 60 Menaje	184
Cuadro N° 61 Manteleria y blancos	185
Cuadro N° 62 Resumen de la Inversion total en activos fijos	185
Cuadro N° 63 Gastos de constitucion	186
Cuadro N° 64 Mano de obra directa	187
Cuadro N° 65 Mano de obra indirecta	187
Cuadro N° 66 Presupuestos del bar	188
Cuadro N° 67 Presupuesto materiales de aseo	189
Cuadro N° 68 Presupuesto gasto publicidad	189
Cuadro N° 69 Presupuesto de servicios básicos	190
Cuadro N° 70 Presupuesto capital de trabajo	190
Cuadro N° 71 Inversión Pre - Operacional	191
Cuadro N° 72 Activos fijos	193
Cuadro N° 73 Activo diferido	193
Cuadro N° 74 Resumen total de la inversion	194
Cuadro N° 75 Costo de oportunidad	195
Cuadro N° 76 Ingresos proyectados	196
Cuadro N° 77 Ingresos proyectados bar	197
Cuadro N° 78 Gasto de sueldos y salarios	198
Cuadro N° 79 Sueldos adminsitrativos	198
Cuadro N° 80 Servicios basicos	199
Cuadro N° 81 Gasto publicidad	199
Cuadro N° 82 Gastos financieros	199
Cuadro N° 83 Resumen de los costos y gastos	200
Cuadro N° 84 Tabla de amortizacion mensual	201
Cuadro N° 85 Resumen de la tabla de amortizacion	203
Cuadro N° 86 Tabla de depreciacion	204
Cuadro N° 87 Amortizacion activos diferidos	204
Cuadro N° 88 Estado de arranque al año 0	205

Cuadro N° 89 Estado de resultados	206
Cuadro N° 90 Flujo de caja	207
Cuadro N° 91 Valor presente neto	208
Cuadro N° 92 Tasa interna de retorno	209
Cuadro N° 93 Período de Recuperación de la Inversión	210
Cuadro N° 94 Cálculos (PRI)	211
Cuadro N° 95 Relación Costo Beneficio	212
Cuadro N° 96 Punto de Equilibrio	213
Cuadro N° 97 Valoración cualitativa y cuantitativa de impactos	249
Cuadro N° 98 Impacto social	251
Cuadro N° 99 Impacto economico	253
Cuadro N° 100 Impacto educativo	254
Cuadro N° 101 Impacto ambiental	256

## **INDICE DE GRÁFICOS**

Grafico N° 1 Ubicación Geográfica	27
Grafico N° 2 Edad de la Población	35
Grafico N° 3 Nivel de Instrucción	36
Grafico N° 4 Situación civil de la población	37
Grafico N° 5 Lugar de origen	38
Grafico N° 6 Actividades economicas	39
Grafico N° 7 Ingresos economicos	40
Grafico N° 8 Vias de acceso	41
Grafico N° 9 Frecuencia con que acude a destinos turísticos	105
Grafico N° 10 Conocimientos de complejos turisticos	106
Grafico N° 11 Lugar de ubicación del centro turístico	107
Grafico N° 12 Con quien acudiría al centro turístico	108
Grafico N° 13 Beneficios que aportaría el centro turístico	109
Grafico N° 14 Frecuencia de visita al Cantón Huaca	110
Grafico N° 15 Medios de comunicación	111

Grafico N° 16 Hospedaje	112
Grafico N° 17 Restaurant	113
Grafico N° 18 Areas de recreacion	113
Grafico N° 19 Piscina, sauna, turco e hidromasaje	114
Grafico N° 20 Paseos por Senderos	114
Grafico N° 21 Promocion del centro turistico	115
Grafico N° 22 Sistema turistico	119
Grafico N° 23 Mapa de ubicación del proyecto	143
Grafico N° 24 Provincia	144
Grafico N° 25 Croquis del Cantón San Pedro de Huaca	145
Grafico N° 26 Mapa del Cantón San Pedro de Huaca	146
Grafico N° 27 Mapa Distrital Ciudad de Huaca	150
Grafico N° 28 Sitio y Ubicación Exacta del Proyecto	150
Grafico N° 29 Implantación del proyecto	171
Grafico N° 30 Logotipo de la empresa	216
Grafico N° 31 Licencia Única de Funcionamiento para Lugares Turísticos	242

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

Ecuador es un país que se caracteriza por ser una región turística, agrícola y ganadero. Siendo el turismo una fuente de ingresos económicos de suma importancia no solo para la Ciudad de Huaca si no para la Provincia del Carchi y el País.

Huaca es palabra de origen Quichua que tiene tres significados: La primera que significa Ciudad o Población Considerable; la segunda que hace referencia a un dios tutelar de todos y cada uno de los pueblos de los Incas; y la tercera que significa entierro de tesoros ocultos.

Huaca es el cantón más joven de la Provincia del Carchi, siendo un cantón religioso por excelencia en donde se venera a la Virgen de la Purificación o la “Purita” como cariñosamente se la llama, festividad que se inicia el 15 de Enero y termina el 2 de Febrero. Huaca encierra una fabulosa gama de expresiones culturales en los diversos campos del hecho religioso, folclórico, popular y cultural.

En la provincia del Carchi se ubica uno de los rincones más hermosos del país, el cantón Huaca siempre vivo por sus fiestas y tradiciones, sede de uno de los santuarios más admirados de la provincia, la Iglesia de la Virgen de la Purificación o Purita, pureza que se refleja en el corazón de su gente y de su naturaleza compuesta de bosques, cascadas y ríos que en conjunto forman un área de incalculable valor.

Luego de haber pertenecido durante muchos años al cantón Tulcán, sus principales pobladores y autoridades gestionaron ante el Congreso Nacional el decreto de su cantonización, que luego de ser sancionado fue

publicado en el Registro Oficial No. 838 del 8 de diciembre de 1995. Se eleva a categoría de cantón a la parroquia de Huaca. La gastronomía típica de este cantón ofrece una gama de exquisitos platos como ornado con mote, papas azadas, morocho con leche, cuy con papas, tortillas de tiesto, entre otras delicias culinarias de la zona.

Huaca “**La Esmeralda Andina del Ecuador**”, se encuentra recostada en la Cordillera Oriental de los Andes a las Faldas del Cerro Mirador, a una altura de 2950 metros sobre el nivel del mar, bañada por los ríos; Huaca y Obispo.

Según el censo del 2010 Huaca tenía 7624 habitantes de ambos sexos, 2260 en el sector Urbano y 5364 en el Rural.

Huaca, basa su economía en la agricultura y en la ganadería, actividades principales que la identifica a la población como agrícola, ganadera.

Cuenta con el servicio de buenas carreteras, ya que las condiciones económicas en la actualidad son buenas por poseer un gobierno seccional autónomo, aunque durante la mayor parte del año su clima es irregular o malo.

Huaca se conecta con la capital provincial Tulcán y los otros cantones mediante busetas y Taxis de las cooperativas: Huaca- Julio Andrade y Ciudad de Huaca. En cuanto a infraestructura básica el cantón cuenta con los servicios de agua potable, alcantarillado sanitario y pluvial, telecomunicaciones, registro civil correo tenencia política y saneamiento ambiental. En cuanto a educación se cuenta con planteles de pre-escolar, primarios, secundarios y técnicos.

### **1.1.1 Ubicación Geográfica**

## Ilustración N° 1



**Fuente:** [www.turismo.gov.ec](http://www.turismo.gov.ec)

**Elaborado por:** [www.carchi.gov.ec](http://www.carchi.gov.ec)

Huaca se ubica a  $000^{\circ} 38' 29''$  de latitud Norte,  $77^{\circ} 43' 35''$  de latitud Sur, tiene una altura promedio de 2950 metros sobre el nivel del mar.

Se encuentra localizada en el noreste geográfico del Carchi, a 23.5 kilómetros de Tulcán y 34 kilómetros de límite fronterizo con Colombia.

Su temperatura promedio es de  $12.2^{\circ}\text{C}$ ; la mínima de  $3.4^{\circ}\text{C}$  y la máxima de  $20^{\circ}$ . La humedad atmosférica es de 83 por ciento, siendo los meses de mayor evaporación julio, agosto y septiembre, sobrepasan los 100 milímetros. Los meses de verano: julio y agosto soportan mejores índices de la velocidad del viento que soplan desde el este.

Con la realización del presente diagnóstico se pretende conocer la situación actual del sector turístico en todos sus aspectos; pero con mayor énfasis sobre la realización de un centro turístico en la Ciudad de Huaca para tener un marco de referencia que sustente la viabilidad económica financiera de la implementación de este centro.

## **1.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS**

### **1.2.1 General**

Determinar la situación actual en la que se encuentra el Cantón San Pedro de Huaca, con el fin de identificar las condiciones óptimas para implantar el nuevo centro turístico, permitiendo identificar los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

### **1.2.2 Especifico**

- Determinar las principales actividades económicas- productivas del Cantón San Pedro de Huaca.
- Determinar el nivel de ingresos de la población del cantón Huaca.
- Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- Identificar los niveles de educación de la población del cantón San Pedro de Huaca.
- Establecer la normativa legal vigente con relación al proyecto a implantarse.

### **1.3.3 Variables Diagnósticas**

Una vez establecidos los objetivos del diagnóstico y teniendo en claro el tipo de investigación que se realizara con la finalidad de brindar un mejor entendimiento y análisis se ha identificado las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación se detalla:

- Actividades Económicas.
- Nivel de Ingresos.
- Aspectos geográficos.
- Nivel Educativo.
- Normativa legal.

## **1.4 INDICADORES**

### **1.4.1. Variable:** Actividades Económicas.

- a) Agricultura
- b) Ganadería
- c) Turismo
- d) Comercio

### **1.4.2. Variable:** Nivel de Ingresos

- a) Permanente
- b) Ocasional
- c) Eventual
- d) Por obra

### **1.4.3. Variable:** Aspectos geográficos

- a) Ubicación
- b) Vías de Acceso
- c) Clima
- d) Superficie

### **1.4.4. Variable:** Nivel Educativo

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior

### **1.4.5. Variable:** Normativa Legal

- a) Hecho
- b) Derecho
- c) Leyes de Medio Ambiente
- d) Ordenanzas

**CUADRO Nº 1**

**1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Determinar las actividades económicas del área de influencia del proyecto a implantarse.	Actividades Económicas.	Agricultura	Primaria	Encuesta
		Ganadería		Encuesta
		Turismo		Encuesta
		Comercio		Encuesta
Determinar el nivel de ingresos de la población del cantón Huaca.	Nivel de Ingresos.	Permanente	Primaria	Encuesta
		Ocasional		Encuesta
		Eventual		Encuesta
		Por obra		Encuesta
Determinar la ubicación geográfica		Ubicación	Secundaria	Bibliografía
		Vías de Acceso		Bibliografía
		Clima		Bibliografía

del área de Investigación.	Aspectos geográficos.	Superficie		Bibliografía
Identificar los niveles de educación de la población del cantón San Pedro de Huaca.	Nivel Educativo	Primaria	Primaria	Encuesta
		Secundaria		Encuesta
		Superior		Encuesta
Establecer la normativa legal vigente con relación al proyecto.	Normativa Legal	Hecho	Secundaria	Documentos
		Derecho		
		Ordenanzas		Registros oficiales
		Leyes del medio ambiente		

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** El Autor

## **1.6. INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN**

### **1.6.1. Información Primaria**

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

- a) Encuesta:** Las encuestas fueron realizadas a los habitantes de la ciudad de Huaca, en aspectos relacionados con la actividad turística.
  
- b) Entrevista:** Esta técnica fue realizada a las autoridades del Gobierno Municipal del Cantón San Pedro de Huaca personas que están directamente involucradas con el proyecto a realizar.
  
- c) La observación directa** se la realizara visitando el lugar donde se ubicara el proyecto de estudio.

### **1.6.2. Información Secundaria**

La información secundaria utilizada es: Textos especializados, Documentos oficiales, Publicaciones, Periódicos, Revistas, Internet.

## **1.7 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN**

Para determinar la población se utilizó la información proporcionada por el Ilustre Municipio de San Pedro de Huaca, y verificando con la información del INEC del último censo realizado en el año 2010. Además se logro identificar que existe una tasa de crecimiento del 0.71% desde el año 1990 y un 0.81% desde el año 2010 en adelante. También como un punto de suma relevancia que no existe ningún centro turístico dentro del cantón.

## CUADRO Nº 2

### Población del Cantón Huaca Censo 2010

POBLACIÓN DEL CANTON S.P. DE HUACA CENSO 2010			
AREA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
URBANA	1281	1260	2541
RURAL	2566	2517	5083
<b>TOTAL</b>	<b>3847</b>	<b>3777</b>	<b>7624</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El Autor

### 1.8 CÁLCULO DE LA MUESTRA

El número de personas a investigar en la población de San Pedro de Huaca es realmente significativa por lo que se ha visto conveniente trabajar con la fórmula para población finita con la finalidad de conseguir mayor confiabilidad en la información obtenida.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

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

#### **Simbología:**

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

$\delta^2$  = Varianza

Z= Nivel de Confianza

## Datos

$N = 7624/5$  promedio de personas que conforman una familia= 1525

$\delta^2 = 0.25$

$Z=95\%$  1,96

$e = 5\%$  0,05

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25) (1525)}{(0.05)^2(1525-1) + (1.96)^2(0.25)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(1525)}{(0.0025) (1524) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{1464.61}{4.7704}$$

$$n = 307$$

Aplicando la fórmula, se obtiene como muestra 307 personas ubicadas en la ciudad de Huaca a las que se deben levantar la información.

## 1.9 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

### 1.9.1 Presentación de Resultados de encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de Huaca, Provincia del Carchi.

1. ¿En qué intervalo ubicaría su edad?

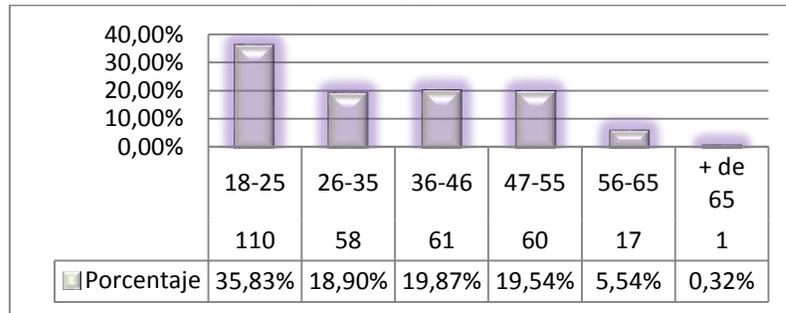
**Cuadro N° 3**

**EDAD DE LA POBLACIÓN**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
18-25	110	35.83%
26-35	58	18.90%
36-46	61	19.87%
47-55	60	19.54%
56-65	17	5.54%
+ de 65	1	0.32%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N°. 2**



**1.1 ANÁLISIS**

De acuerdo a la tabla la población encuestada en su mayoría es joven; este segmento de la población es el que le permitirá al proyecto incidir en su posicionamiento dentro del cantón ya que brindara áreas de esparcimiento; pero a su vez las personas adultas también pueden ser un factor determinante para la constitución del centro turístico ya que ninguna persona puede estar exenta de estos atractivos. Llegando a determinar que en el cantón Huaca la mayor parte de su población es joven se creara este centro para cubrir la demanda turística ya que la población desea tener un lugar donde recrearse con sus familiares y amigos.

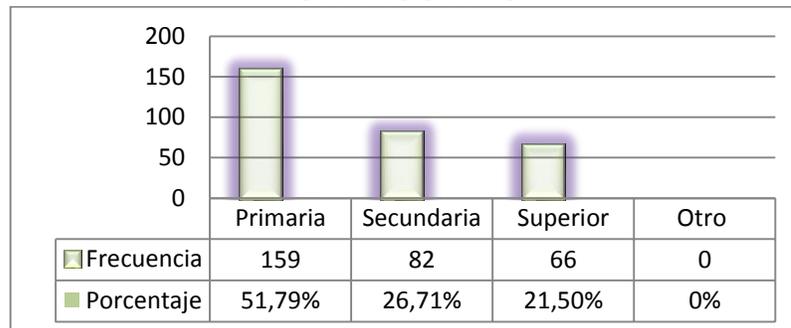
## 2. ¿Cuál es su grado de instrucción?

**Cuadro Nº 4**  
**NIVEL DE INSTRUCCIÓN**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	159	51.79%
Secundaria	82	26.71%
Superior	66	21.50%
Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO Nº. 3**



### 2.1 ANÁLISIS

Tomando en consideración las encuestas realizadas la población respondió que su grado de instrucción es primaria siendo un número significativo por lo que da a notar la falta de emprendimiento por parte de la población dedicándose en su mayoría al cultivo de sus tierras. Por otra parte los jóvenes no desean únicamente la implementación del proyecto sino además otros servicios a los cuales han sido relegados por varios años atrás. Llegando así a establecer que la educación hace 20 años en el cantón Huaca ha sido muy baja en relación a la actualidad por lo que ha influido en el adelanto del cantón siendo en la actualidad el cantón con el menor desarrollo dentro de la provincia del Carchi.

### 3. ¿Cuál es su estado civil?

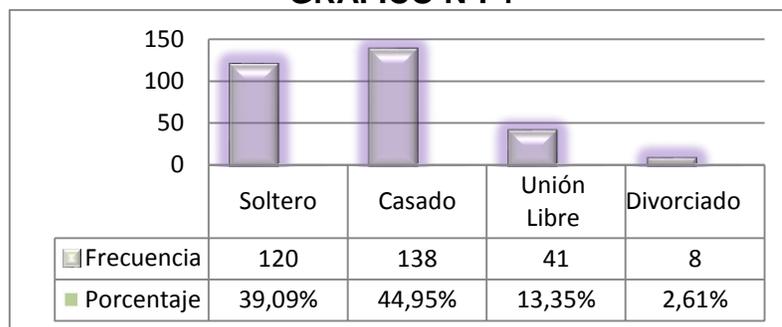
**Cuadro N° 5**  
**SITUACIÓN CIVIL DE LA POBLACIÓN**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	120	39.09%
Casado	138	44.95%
Unión Libre	41	13.35%
Divorciado	8	2.61%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)

Elaborado por: El Autor

**GRAFICO N°. 4**



#### 3.1 ANÁLISIS

Con respecto al estado civil de la población del cantón Huaca existe un gran porcentaje de gente soltera, llegando a ser este grupo el más importante para el proyecto ya que son los que mayor esparcimiento demandan; Las personas adultas que tienen un hogar estable dan a apreciar que las costumbres han superado todos los cambios de las sociedades actuales; siendo este un factor importante ya que son las familias la base de la sociedad y quienes demandan en su mayor parte por este tipo de lugares y finalmente un porcentaje bajo se encuentra distanciado de su familia por diferentes motivos que aquejan a cada una de las familias huaqueñas y la sociedad en general pero no siendo un factor determinante para la realización del proyecto.

#### 4. ¿Señale cual es su lugar de origen?

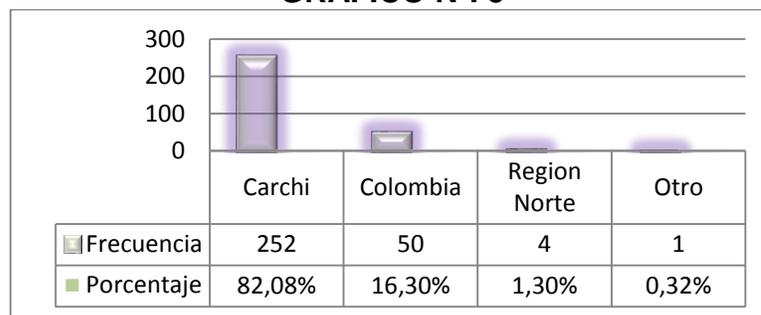
**Cuadro N° 6  
LUGAR DE ORIGEN**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Carchi	252	82.08%
Colombia	50	16.30%
Región Norte	4	1.30%
Otro	1	0.32%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)

Elaborado por: El Autor

**GRAFICO N°. 5**



#### 4.1 ANÁLISIS

De acuerdo con el cuadro expuesto la población encuestada es oriunda del cantón Huaca por lo que se ha podido rescatar en su mayor parte las costumbres y tradiciones que cobija a la población pero además la sociedad se va adecuando a las exigencias y demandas de la actualidad. Otro número pequeño pero no menos importante son las personas provenientes de la hermana república de Colombia por motivos de seguridad y trabajo siendo estos los factores determinantes para salir de su lugar de origen, se ve reflejado en el constante crecimiento de la sociedad en el cantón y la provincia siendo esta una oportunidad para el desarrollo sustentable de la economía del cantón y en si del proyecto.

5. ¿Cuál es la actividad económica a la que Ud. se dedica?

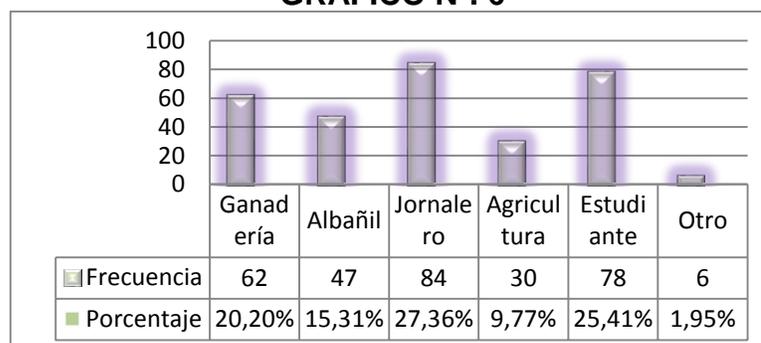
**Cuadro N° 7**  
**ACTIVIDADES ECONOMICAS**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Ganadería	62	20.20%
Albañil	47	15.31%
Jornalero	84	27.36%
Agricultura	30	9.77%
Estudiante	78	25.41%
Otro	6	1.95%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)

**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N°. 6**



### 5.1 ANÁLISIS

La población encuestada manifiesta que tiene una estabilidad en su trabajo y por ende en su economía siendo este el factor más importante ya que todo se mueve a través de la economía de las sociedades y a su vez un factor positivo para el crecimiento del centro turístico ya que se fijara precios acordes a la situación actual del cantón la provincia y el país. Un gran número de personas jóvenes no tienen ingresos económicos ya que son estudiantes pero hay que tomar en cuenta que en algunos casos la situación les obliga a realizar trabajos informales.

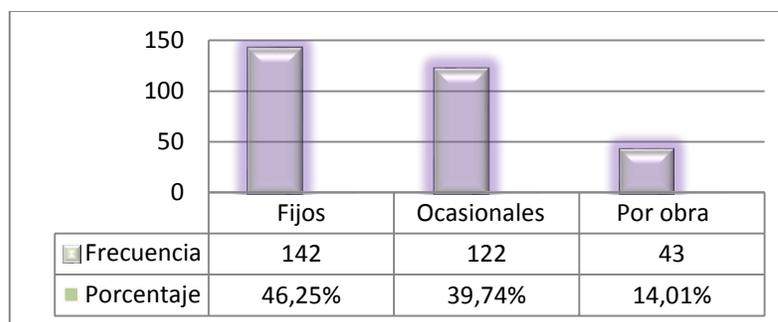
## 6. ¿Sus ingresos económicos tienden a ser?

**Cuadro N° 8**  
**INGRESOS ECONOMICOS**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Fijos	142	46.25%
Ocasionales	122	39.74%
Por obra	43	14.01%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N°. 7**



### 6.1 ANÁLISIS

Considerando las encuestadas la población tiene ingresos fijos aunque consideran que no son altos y en algunos casos estos están bajo la canasta básica familiar pero saben cómo administrar esos ingresos dando estabilidad a su familia; otro porcentaje de la población obtiene ingresos ocasionales por lo que podría ser una debilidad para el proyecto ya que con el dinero que generan viven el día a día siendo muy limitados los gastos a los que incurren y un determinado número de personas tiene ingresos por obra este tipo de pago es muy común dentro del cantón y la provincia debido a que la economía en su mayor parte se mueve a través del trabajo en la tierra.

**7. ¿Cree Ud. que las vías de acceso a la ciudad de Huaca están?**

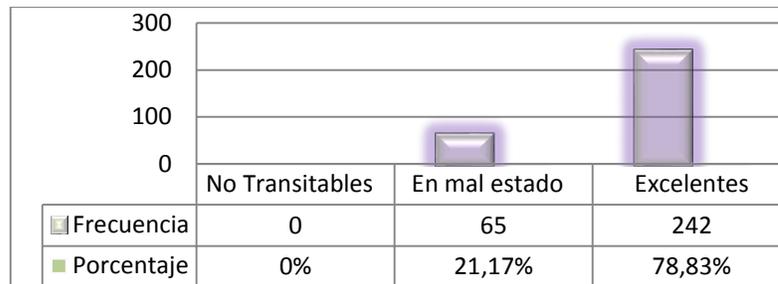
**Cuadro Nº 9**

**VIAS DE ACCESO**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No Transitables	0	0%
En mal estado	65	21.17%
Excelentes	242	78.83%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO Nº. 8**



**7.1 ANÁLISIS**

De acuerdo a las encuestas realizadas se considera que las vías de acceso de segundo orden del cantón Huaca están en mal estado ya que en el cantón se presentan las lluvias de manera continua, esto hace que las vías se deterioren constantemente; Pero la mayor parte de la población cree que en relación a lo que se vivía en años anteriores las vías se encuentran en excelentes condiciones coinciden con las demás personas que creen que están en mal estado pero por lluvias más no por falta de mantenimiento por parte de las autoridades pertinentes; contribuyendo de manera directa al

proyecto ya que se podría ubicar en cualquier lugar del cantón sin temor al deterioro vial y sin afrontar costos más elevados.

### **1.10 DIAGNÓSTICO EXTERNO**

Una vez determinado las características del entorno en donde funcionara el proyecto, se expone información relacionada con aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

#### **1.10.1 Aliados**

- El turismo es la principal actividad económica dentro del cantón Huaca, siendo este un factor determinante para el proyecto.
- Teniendo una población económicamente estable se puede obtener una relación directa con los costos que se pretenden establecer dentro del centro turístico. Por ende se fijarán precios moderados y acordes a la realidad económica de la población.
- La situación geográfica del cantón Huaca es muy favorable debido a que se encuentra atravesada por la panamericana norte teniendo así sus principales de vías de acceso en las mejores condiciones; logrando también implementar el proyecto en cualquier lugar dentro del cantón.
- Se considera que el comercio dentro del Cantón es muy alto por lo que se podría aprovechar y brindar un valor agregado al centro turístico por parte de los comerciantes.
- Predisposición de la comunidad para trabajar con el proyecto.

#### **1.10.2 Oponentes**

- Desconocimiento y Carencia de mano de obra calificada en el Cantón para la aplicación de técnicas y manejo de un centro turístico.

- La agricultura dentro del Cantón está concentrada en un solo tubérculo por lo que depende de otras ciudades cercanas no existiendo una variedad en su modelo económico.
- La competencia a nivel provincial debido a que se tiene competidores directos con más influencia que están posicionados dentro del mercado turístico.
- Cambios y expectativas por nuevas políticas socio económicas del gobierno actual.
- Falta de difusión turística por parte de los gobiernos seccionales.

### **1.10.3 Oportunidades**

- Los incentivos y beneficios en general, a las personas naturales ó jurídicas que presenten proyectos turísticos y otros que permita el desarrollo de una zona ó lugar por parte del Estado.
- El centro turístico dentro del cantón Huaca, es el primero en la Ciudad y sus poblaciones cercanas.
- Los recursos naturales con los que cuenta no solo el cantón Huaca si no la provincia y además siendo reconocido como un cantón religioso por excelencia ya que es visitado de forma continúa por la Imagen de la Santísima Virgen de la Purificación.
- La cercanía a la hermana república de Colombia y ciudades cercanas, lleva a un crecimiento de turistas en el Cantón.
- El apoyo por parte de las autoridades seccionales alentando a cumplir todas las leyes y ordenanzas que la normativa legal exige.

### **1.10.4 Riesgos**

- Ausencia e inexperiencia en la práctica del servicio prestado con una asistencia técnica para la actividad turística.
- Falta de ética profesional para el manejo de los recursos dentro del centro turístico.
- Migración de la gente joven y la Mano de Obra Calificada al no tener fuentes de empleo.
- Depredación de los recursos naturales con los que cuenta el cantón.
- El clima del cantón cambia constantemente por lo que no ayudaría a la culminación del proyecto en el tiempo establecido y no atraería a personas constantemente.

### **1.11 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN**

Después de haber realizado el diagnóstico situacional y externo, se concluye que en el cantón San Pedro de Huaca existen las condiciones suficientes para la ejecución de un proyecto económico en base a un centro turístico acorde a las expectativas y realidad de la población la que sus recursos naturales no han sido explotados.

Además que posee suficientes características económico–sociales, especialmente ambientales y potencialidades turísticas como para implantar un proyecto económico – productivo. De allí la necesidad de desarrollar todo el proceso investigativo que conlleve formular la propuesta con el siguiente tema:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO TURISTICO EN EL CANTON HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI”.**

## **CAPÍTULO II**

### **2. BASES TEORICAS Y CIENTIFICAS**

Debido a que en la actualidad las empresas para permanecer en un mercado deben ser completamente competitivas es indispensable que tengan a la mano el conocimiento y las herramientas necesarias para poder desarrollar sus actividades optimizando de la mejor manera todos los recursos con los que cuenta.

El sector turístico ha sido uno de los pilares de generación de fuentes de ingresos en el país, siendo una actividad no muy bien explotada en algunos sectores, debido principalmente al poco seguimiento y preocupación que han tenido las autoridades seccionales y además por la poca iniciativa que ha existido por parte de la población.

#### **2.1 CENTRO TURÍSTICO**

##### **2.1.1 Definición de Centro Turístico**

***Según TURISMO, O. M. (2010). LEY DE TURISMO. "Es un lugar diseñado para las actividades turísticas orientadas a la relajación y la recreación, especialmente durante las vacaciones. Generalmente, una estación turística se distingue por una gran selección de actividades, como las relacionadas con la hotelería (comida, bebida, alojamiento), el ocio, el deporte, el entretenimiento y las compras. Se concreta como un lugar donde la actividad humana tiende a desplazarse de un lugar a otro por diferentes motivos". (Pág. 9)***

### **2.1.2 Características**

- Servicios de primera categoría, pero no de lujo.
- Preferencia por los lugares naturales. Estancias breves en cada punto.
- Nula intervención de las agencias de viajes.
- Lugares de descanso, estancias en una sola localidad.
- Estancias cortas, según la relación del nivel de precios del país o zona visitada.
- Utilización de medios de transportes económicos.
- Poco gasto por día.
- Obtienen contribución de las empresas del Estado y las asociaciones.
- Es de carácter vacacional. Brevidad de tiempos en los viajes.
- Especiales ventajas por parte de los gobiernos.
- Alojamiento de tiendas de campañas, refugios, posadas y otros.

### **2.1.3 Clasificación**

- **Turismo itinerante:** Cuando el turismo incluye movilizaciones a varios lugares (ciudades, pueblos, etc.) siendo además aquel tipo de turista que se desplaza en función a un determinado itinerario o planificación.

- **Turismo Receptivo:** Este tipo de turismo lo realizan turistas de países foráneos y que entran al territorio de un país receptor.
- **Turismo Sedentario:** Cuando el viaje tiene un sentido de permanencia más o menos pronunciado en un lugar determinado, he incluso lleva al turista a adquirir una propiedad para seguir acudiendo a dicho lugar.
- **Turismo de Aventura:** Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas, deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.
- **Turismo residencial:** Es aquel en que la estancia se realiza en un centro turístico desplazándose del mismo únicamente con fines recreativos.
- **Turismo nacional:** Incluye el turismo interno y el turismo emisor, el cual se entiende como los desplazamientos que efectúan los residentes dentro de su país, fuera de su lugar normal de domicilio.
- **Turismo internacional:** Se compone del turismo receptor y el turismo emisor. Está contemplado por los residentes nacionales que viajan fueran del país.

En consecuencia de estos tipos de turismo, se logra realizar una clasificación basados básicamente en el lugar de residencia del visitante y el ámbito de su desplazamiento. Para efectuar todas estas acciones y otras es necesario coordinación, cooperación, concertación entre las distintas Administraciones Públicas, el sector privado y la comunidad. “El Patrimonio Natural y Cultural pertenece a todos los pueblos. Cada uno de nosotros tiene el derecho y la responsabilidad de comprender, valorar y conservar sus valores universales.” II Carta Internacional del Turismo Cultural. ICOMOS.

## 2.2 TURISMO

El turismo puede ser útil para promover el desarrollo especialmente para mejorar los niveles de bienestar de la población de menores ingresos. Generalmente se asocia la expansión de este sector a un mayor crecimiento económico del área en que se localiza, por lo que frecuentemente se busca fomentar su desarrollo, y así alcanzar ciertos objetivos sociales y económicos. Es así como, diferentes asociaciones se han organizado con el énfasis de que en el turismo se logre la generación de empleo y reducción de la pobreza. Los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con los ingresos por divisas, empleo y oportunidades de negocio.

### **2.2.1 Definición de Turismo**

***Gómez, L. M. (2008). Patrimonio Historico y Turismo. Manifiesta que: "El turismo siendo un fenómeno económico y social en todas sus dimensiones representa una manifestación del comportamiento humano que resulta de las interacciones sociales generadas al introducirse en una determinada comunidad". (Pág. 15)***

***Luna, R. (2009). Guía para Elaborar Proyectos de ecoturismo. Manifiesta que: "El turismo no es una actividad inofensiva: ello quiere decir que siempre por doquiera genera impactos y cambios en las sociedades y las economías en donde se implanta". Ello significa que el turismo incurre en costos que alguien tendrá que absorberlos: la sociedad la comunidad local, las empresas o los individuos. (Pág. 20)***

Tomando estos conceptos de distintos autores se manifiesta que el turismo es una de las bases económicas de los diferentes países y las sociedades inmersas en el mismo, logrando el desarrollo de cada uno de estos, generando cambios e impactos en las sociedades debido a que el comportamiento humano genera este tipo de migraciones dentro y fuera de su lugar de origen por varios motivos que las sociedades actuales lo requieren.

Así mismo se le atribuyen múltiples beneficios por lo que es percibido como un factor de desarrollo, sobre todo por su impacto económico y las situaciones de bienestar humano. Sin embargo mientras que para algunas personas tiene una incidencia social positiva para otros es un fenómeno percibido como un problema ya que provoca en numerosos destinos turísticos un cambio en la actitud de las personas, indiferencia, pérdida de valores y de solidaridad y en algunos casos hasta pérdida de identidad.

Finalmente, cabe indicar que el estado ecuatoriano mediante sus políticas y diferentes ministerios de coordinación, incentivan a que el turismo sea una actividad de gran auge, es por ello que con este estudio se pretende focalizar los resultados a posibles soluciones a estos inconvenientes sociales.

Es así que el turismo viene a ser uno de los factores pre dominantes para el desarrollo de los pueblos y la reducción de la pobreza de los mismos es por esto que el estado y sus diferentes autoridades brindan el apoyo necesario para la ejecución de todo tipo de iniciativas.

### **2.2.2 Historia del Turismo**

***www.turismo.gov.ec. El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.***

Es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. El siglo XIX fue testigo de una gran

expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo.

Con la Revolución industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos.

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejora la formación desarrollando planes educativos especializados. El objetivo de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.

### **2.2.3 Objetivos del Turismo**

- Promocionar y comercializar los destinos de turismo comunitario que ofertan las organizaciones.
- Dinamizar la actividad turística local a través de la generación del empleo y el incremento de ingresos, en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población.
- Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador.

- Sistematizar y fortalecer los sistemas de gestión de las iniciativas de turismo.
- Fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos locales para alcanzar la eficiencia y eficacia de la actividad.
- Posicionar a una determinada zona y en este caso al cantón Huaca como destino turístico a nivel provincial, regional y del país, así como difundir el potencial turístico de la región entre los operadores, mayoristas, agencias, inversionistas y prensa especializada.
- Formar y capacitar a los estudiantes y profesionales a través de cursos y seminarios, para dar a conocer todo lo extraordinario que tiene nuestra provincia.
- Ofrecer una asesoría a todas las personas y turistas para poder brindarles todo lo que tenemos en nuestro cantón, provincia y país.

#### **2.2.4 Ventajas del Turismo**

- La Integración de las familias: Esta es una de las más importantes generada por el turismo, puesto que permite el dialogo, la interacción y el esparcimiento del núcleo familiar en determinadas ocasiones.
- Aprovechamiento y Explotación de los recursos Naturales: este se realiza con el fin de crecer y brindar nuevas alternativas para el turista, teniendo siempre en cuenta la capacidad de carga que posee el lugar.
- Seguridad: Gracias a los programas implementados por el Gobierno se ha mejorado mucho en este aspecto, así se ha logrado que los turistas se sientan más seguros en el momento de salir de vacaciones, ya sea vía terrestre, aérea o marítima.
- La Conservación de lugares Históricos y turísticos: Con el fin de mejorar y de conservar, nuestra historia para el turista y la comunidad.
- Creación de nuevas infraestructuras: Este se lleva a cabo en todo lugar que se desea utilizar como destino Turístico, ya que se hace necesario

la mejora y renovación de estos lugares, para así brindar un excelente servicio.

- Generación de empleos: Gracias a las grandes inversiones que se realizan para llevar a cabo estos proyectos turísticos, muchas personas se ven beneficiadas.
- Desarrollo de nuevas tecnologías: A través del tiempo se crean nuevas herramientas tecnológicas, lo que hace necesario estar siempre actualizados.
- Genera grandes cambios Sociales, Culturales y Religiosos: Esto genera la interacción con otras personas y darnos a conocer, como gente que posee grandes cualidades.
- Destinos para todos los Gustos y Exigencias: Gracias a la gran variedad de destinos naturales podemos brindarle a todos los turistas nacionales e internacionales una mayor cobertura y satisfacción de estos.
- Importancia de la Administración Turística y Hotelera: Para el buen desarrollo del Turismo se hace necesario especializar y utilizar todo el recurso humano posible, con el fin de brindar un servicio de alta calidad y así obtener reconocimiento por esto.

### **2.2.5 Características**

Es para fines de recreación y ocio, aunque también existe el turismo por negocio, industrial etc.

- El desplazamiento es voluntario y menor a un año.
- Aumenta en las épocas vacacionales.
- Ayuda al comercio con otros países.
- Actividad social y económica (de las más importantes en el mundo).
- Es una fuente generadora de empleos. (El hospedaje privado no se incluye como turismo).

## **2.2.6 Clasificación**

El turismo en si tiene una gran gama de incorporaciones según la actividad que se realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo en lo: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional.

### **2.2.6.1 TURISMO SEGÚN ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

#### ➤ CONVENCIONAL

- De descanso
- Sol y playa

El turismo convencional, conocido también como el modelo de "sol y playa", es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.

#### ➤ POR NEGOCIOS

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.

Cuando se va a algún lugar con la intención de hacer un estudio de mercado para la instalación de una empresa.

- De incentivo

- De empresa ( negocios)
- De familiarización
- De congresos y convenciones
- Juvenil

#### ➤ ALTERNATIVO CULTURAL HISTORICO

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.

- Artístico Monumental
- De arquitectura popular
- De exposiciones
- Étnico
- Étnico Folklore

#### ➤ COSTUMBRES Y TRADICIONES

Uno de los aspectos que hacen parte del arraigo es su tradición religiosa. Por ello, son varias los lugares que acostumbran visitar los turistas motivados por este motor.

- Religioso
- De formación

#### ➤ DE ACONTECIMIENTOS SINGULARES

Turismo gastronómico: Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.

- Lúdico-Festivo
- Literario
- Gastronómico
- Industrial
- De compras o Shopping

#### ➤ AVENTURA – ECOLÓGICO

El ecoturismo se define como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pensadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados.

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor.

La problemática comienza desde su propio nombre, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes. Estas denominaciones generan confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de estos servicios.

- De Montaña (deportivo/rural)
- Verde (con mayor interés científico)
- Fluvial

## ➤ RURAL – AGROTURISMO

El turismo rural contribuye a diversificar la oferta de productos y a sostener la economía de las comunidades rurales. Tiene como finalidad mostrar y explicar una serie de experiencias relativas a la vida rural campesina.

Una de las ventajas del Agroturismo es que las compras de productos alimenticios se hacen en la misma granja, o en otras vecinas, de modo que la demanda económica favorece directamente a la comunidad. Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza aun cuando se trate de espacios sometidos a procesos productivos intensos, conocer los rasgos de una actividad dependiente de ella, pasear en bicicleta o en caballo, alimentarse con productos frescos y sanos.

- Agroturismo
- Residencial

### 2.3 DEMANDA DEL TURISMO

***Nacionales, S. d. (2010). Principios y Normas del Turismo. "Se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes".***

En los últimos años se han producido una gama de elecciones de viajes, como el turismo alternativo, dicha opción de desplazamiento es incluida entre otras, el turismo cultural, de aventura, el rural, el ecológico o ecoturismo. Todos ellos, lógicamente, son una serie de variantes que dependen de las características, motivaciones y posibilidades económicas de los turistas.

Es por ello que el turismo es uno de los principales factores y generadores de recursos económicos ya que el turista está dispuesto a adquirir lo que el lugar a donde se dirija le ofrezca; siendo este el factor primordial para estar en constante innovación manteniendo la cultura y satisfaciendo las exigencias de sus visitantes.

### 2.3.1 Demanda del Turismo en el Mundo

***TURISMO, O. M. (2010). LEY DE TURISMO. "El turismo es un fenómeno mundial que genera relaciones e intercambios de diversa índole estimulando el encuentro entre personas de diversas características sociales, culturales y económicas. En efecto el turismo puede aportar grandes beneficios al desarrollo económico y social de un país, una región, una ciudad o una comunidad".***

La OMT lleva adelante una campaña denominada "el turismo es riqueza" en la que se resalta los beneficios económicos, que son, probablemente la razón por la cual muchos países están interesados en el desarrollo del turismo.

Actualmente la tendencia a nivel mundial es el turismo alternativo, la gente desea conocer, tener un contacto más estrecho con los pueblos y sus manifestaciones culturales; experimentar nuevas emociones o realizar alguna actividad fuera de lo común; conocer, disfrutar las prácticas de las labores cotidianas o simplemente, aprovechar de los beneficios de la naturaleza de la historia y el patrimonio de nuestros antepasados.

En este sentido la contribución de este sector a la economía mundial es evidentemente importante: el turismo es actualmente la segunda industria más grande del mundo siendo su contribución estimada 10% del PIB mundial. En nuestro país este representa el 2.2% con relación al PIB del año 2008. Para muchos países el turismo es uno de los mayores empleadores y

exportadores de servicios, a pesar de ello, en nuestro país recién se están implantando políticas de desarrollo para el turismo.

### 2.3.2 Demanda Turística en el Ecuador

*www.turismo.gov.ec. "El Ecuador es considerado como uno de los países con mayor diversidad biológica, riqueza que se sustenta en una gran variedad de condiciones ambientales, que generan una impresionante diversidad de hábitat y tipos de vegetación, que se convierten en óptimos escenarios para el desarrollo de actividades como el turismo, que permite a los visitantes nacionales y extranjeros recorrer sus escenarios y deslumbrarse con cada una de las expresiones socio culturales que poseen los grupos humanos que residen en cada una de sus provincias".*

Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2001 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %. La mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa (en especial de Alemania) y América Latina (mayoritariamente colombianos). También hay turismo interno, el cual viaja por vacaciones (24%) o por negocios o trabajo (62 %).

En cuanto al ecoturismo, el Ecuador ofrece muchas opciones debido a su gran variedad de condiciones ambientales, lo que genera una impresionante diversidad y tipos de vegetación. Se han inventariado más de 920 atractivos turísticos, de éstos, alrededor de 520 son naturales, destacándose los parques nacionales, la selva, los ríos y lagos, las montañas, etc.

**Cuadro N° 10**

#### **DIFERENTES ATRACTIVOS TURISTICOS QUE OFRECE EL ECUADOR**

<b>PRODUCTO URBANO</b>	
Viaje de Negocios	Quito y Guayaquil y en menor escala Cuenca
Convenciones, Ferias y Congresos	Quito y Guayaquil

PRODUCTO CULTURAL	
Centros Históricos Arqueológicos	Conjuntos urbanos Conjuntos monumentales Artesanía y Shamanismo
Etnografía	
PRODUCTO NATURAL	
Ecoturismo	Áreas protegidas del Patrimonio Nacional Reservas Privadas
Turismo Científico	Zoología Botánica Geología Ecología etc.
Turismo deportivo y de aventura	Andinismo Pesca de altura Canotaje Velerismo Buceo etc.
Turismo Rural	Agroturismo (embrionario) Rutas vernáculas

**Fuente:** Folleto "Desarrollo del Ecoturismo" 2000

**Elaborado por:** El Autor

### 2.3.3 Demanda Turística en la Provincia del Carchi

***www.carchituristico.gov.ec."La Provincia del Carchi, se caracteriza por la magia de su gente, su solidaridad, amistad y bondad de sus pueblos. En el Carchi empieza y termina la Patria Ecuatoriana, puerta de entrada para el Turismo y el Comercio".***

Está conformada por 6 Cantones de los cuales todos son conocidos por sus lugares tan hermosos para el turismo, jardines botánicos, infraestructura colonial, monumentos, lugares de recreación y parques. En este caso, el cantón Huaca cuenta con un sin número de manifestaciones culturales.

Carchi, ubicada en la zona norte de la región Sierra, muy cerca de la frontera con Colombia y en ella sus residentes han desarrollado actividades industriales, comerciales, empresariales, culturales vinculadas con el turismo, llegando a posicionarla como una de las "provincias turísticas" del Ecuador.

#### ➤ **La Gruta de la Paz**

La Gruta de la Paz es uno de los sitios de mayor atracción turística de la provincia del Carchi, se encuentra a 26 km, al suroeste de la ciudad de San Gabriel y a 6 Km, al oriente de la parroquia La Paz.

➤ **El Bosque de los Arrayanes**

Otro lugar favorito para el Ecoturismo, localizado a 11 Km de San Gabriel, está constituido por arboles de arrayán de tronco rojizo y espeso follaje en cuyas ramas crecen musgos y orquídeas de varias clases; teniendo una extensión aproximada de 10 hectáreas. Se dice que el bosque tiene centenares de años y que existen muy pocos bosques parecidos a este en Latinoamérica, por lo cual se ha convertido en un lugar muy visitado.

➤ **El Cementerio de Tulcán**

Es considerado único a nivel de América Latina. Esta joya arquitectónica esculpida en verde (árbol de ciprés) destacando las distintas formas de la mitología Griega, Romano, Árabe y Francés y además mascarar prehistóricas. Lleva el título de Patrimonio Cultural del Ecuador, octava maravilla del mundo y museo de arte mundial, reconocida así por las embajadas de China y Rusia.

➤ **Los Baños de Tufiño**

Son celebres y muy concurridos estos baños de aguas termales calientes que se encuentran a 45 Km de Tulcán en dirección a Maldonado. El sitio es reconocido como aguas hediondas debió al alto contenido de azufre y al olor concentrado de este mineral, nacen en la montaña en medio de grandes murallones, resultado del desplazamiento volcánico alcanzan una temperatura de 50°C.

➤ **Lagunas Verdes**

En la vía Tufiño Maldonado, en las faldas del volcán Chiles y en medio de un paisaje exuberante se encuentran 5 hermosas lagunas que a la distancia presentan una coloración verde turquesa en la que se reflejan los extensos páramos.

➤ **Reserva Forestal y Étnica Awa**

Hacia el occidente de la provincia, continuando por la vía que une Maldonado Chical se llega a la población más apartada de la provincia Tobar Donoso (a 145 Kms de Tulcán) lugar donde se puede iniciar una caminata para adentrarse al corazón de la reserva forestal y étnica Awa. Está constituida por un área de bosque natural dentro de una variada flora y fauna esta área ha sido considerada de reserva y conservación por su biodiversidad siendo el hábitat de la comunidad Awa.

➤ **Los Tres Chorros**

Dentro del perímetro urbano de Tulcán y la vía que conduce a Tufiño se encuentra el balneario Tres Chorros sitio de recreación y esparcimiento junto al río Bobo.

➤ **Estación Biológica Guanderas**

Ubicada a 14 Km del sur de la ciudad de Huaca, conformada de bosques primarios y secundarios. El árbol Guandera alcanza una altura de 30 metros, alberga a 140 especies de aves endémicas, en los alrededores se han instalado jardines botánicos e invernaderos para así poder conservar el medio.

➤ **Reserva Ecológica el Ángel**

Ubicada a 17 Km al norte de la ciudad del Ángel, tiene una extensión aproximada de 15715 hectáreas su altitud varía entre los 3644 hasta los 4768 m.s.n.m, esta área responde a los depósitos volcánicos siendo un espacio natural rodeado de montaña de media altura, guarda una diversidad biótica y abiótica atravesada por quebradillas que mantienen el recurso hídrico del lugar.

➤ **Cascada de Paluz**

Se encuentra a 4 Km al oeste de la ciudad de San Gabriel siendo una hermosa caída de agua de 25 metros de altura, formado por el río del mismo nombre, rodeado de una exuberante vegetación la cual ha servido de inspiración para poetas, pintores y músicos de la zona.

➤ **Laguna del Salado**

En el sector de la hacienda el salado a 4 Km de la ciudad de San Gabriel y 2782 m.s.n.m, con una extensión de 500 metros de largo por 200 metros de ancho, rodeada de flora como sauces, totoras, orquídeas habitada por colibríes lechuzas y aves del sector.

➤ **Termas la Calera**

Se ubica al sur de la parroquia San Isidro enclavadas en un bello balneario de aguas termales, ricas en sales minerales con una temperatura de 28°C, son aptas para el tratamiento de enfermedades se identifica la presencia de abundantes minas de cal en el sector.

➤ **Complejo Turístico Uyama**

Ubicado al ingreso de San Nicolás a 20 Km del sur de la ciudad de Mira, se ingresa por una carretera de segundo orden, la calidad natural de sus aguas

permiten tomar un refrescante baño teniendo un clima comparado con el clima de Ambuquí.

## **2.4 ESTUDIO DE MERCADO**

***Según JACOME, W. (2005). Afirma: “El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la pre factibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto” (Pág. 25)***

Cada empresa es propia y prefiere unos datos distintos a otros según sus objetivos. Los métodos de investigación clásicos deben considerarse desde una perspectiva referencial y orientadora. Las principales áreas de investigación son: consumidores, mercados y comunicación.

Se ha considerado el criterio de este autor ya que nos indica claramente que para la puesta en marcha de un proyecto es indispensable realizar un estudio tanto de la oferta como demanda, con el propósito de determinar la cantidad del servicio o producto que se va a ofrecer, así como la aceptación del mismo en el mercado.

### **2.4.1 Oferta**

***Según VELEZ, G. A. (2008). Manifiesta: “El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes dentro de sus actividades proveen de bienes o servicios a quienes los demandan” (Pág. 46)***

***JACOME, W. (2005). Manifiesta La oferta constituye el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y esté constituya competencia para el proyecto. (Pág. 101.)***

La oferta es la forma de como el oferente de un bien o servicio brinda al consumidor por medio de diferentes mecanismos para su total satisfacción valorado a un precio y siendo limitado por la capacidad de producción y abastecimiento en un período determinado.

Entonces la oferta viene a ser todo bien o servicio que se brinda a un determinado segmento de personas por parte de uno o varios proveedores que tienen la capacidad de producir; pero a su vez convirtiéndose cada uno de estos en competencia.

#### **2.4.2 Demanda**

***VILLAMARIN, M. (2008). Dice: "La demanda de un determinado bien ha sido definida, principalmente desde el ámbito de la Teoría Económica", en función de:***

- ***La renta o ingresos de la unidad de consumo.***
- ***El precio del bien.***
- ***El precio de los demás bienes.***
- ***Los gustos de los consumidores.***

Esta aproximación elemental supone, en primer lugar, que habitualmente el precio de un bien influye de forma inversa sobre su demanda, es decir, cuanto mayor sea el precio menor será la cantidad demandada."

La demanda está conformada por todos los individuos que tienen la necesidad de adquirir un bien o servicio en determinado tiempo.

Claramente se puede definir que la demanda está en función de sus precios ya que la sociedad tiende a adquirir sus bienes o servicios de acuerdo a sus necesidades pero aquí se debe tener en cuenta que los precios estén al alcance de la economía del demandante ya que si estos son elevados la sociedad se limita en la compra de un bien o adquisición de cualquier tipo de servicios.

## 2.5 MERCADEO

***KOTLER, P. (2008). Principios de Marketing. "Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico". (Pág. 127.)***

Entonces el estudio de mercado se refiere a una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios. Además se entiende como el análisis de la información recolectada a través de una encuesta o entrevista, esta información tiene que ver con, gustos y preferencias de los consumidores, precios de la competencia, demanda, oferta, etc. Ayudando a establecer las estrategias adecuadas para enfrentar a la competencia.

### 2.5.1 Precio

***KOTLER, P. (2008). Principios de Marketing. "Una economía de mercado es un sistema económico en el cuál los precios determinan como se usarán los recursos. Los precios también determinan como se distribuirá la producción de un producto, siendo éste el valor monetario que se le da a los bienes y servicios. El valor de mercado de los servicios turísticos, están medidos en términos de lo que un comprador (turista) está dispuesto a dar para obtenerlos. Siendo entonces el precio el principal mecanismo de ajuste de la oferta y la demanda ya que el precio en cualquier economía de libre mercado, tiene que alcanzar el punto donde se equilibre la producción y el consumo". (Pág. 57)***

El autor determina que el precio tiene una combinación de elementos que le permiten a la empresa lograr una ganancia aceptable a fin de cubrir sus costos. Por lo tanto, los precios determinan que y cuanto se produce además de cómo se produce y quien puede comprarlo.

## 2.5.2 Publicidad

***IBID. (2009). Asevera que: “La promoción es el esfuerzo por parte del vendedor para persuadir a los compradores de aceptar la información del vendedor y almacenarla en una forma que pueda ser consultada, promoción de ventas”. (Pág. 482)***

Entonces se puede decir que sirve para indicar, decidir y recordarle al mercado la presencia de un producto con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del beneficiado.

Por lo tanto se refiere la transmisión del mensaje a través de los medios de comunicación, pero exclusivamente de índole personal. La publicidad debe estar estructurada de la siguiente manera:

### ➤ Misión

***Jons, C. W. (2008). Afirma: “Misión es una descripción o afirmación del porqué una empresa está en operación”.***

***Según Michael Hitt Black Porter (2009) en su obra Administración manifiesta: “Es la que articula el propósito fundamental de la organización y a menudo incluye varios componentes.” Pág. 198.***

Entonces la misión refleja la naturaleza del negocio, el porqué de la organización, cuál es su razón de ser, se compone básicamente de tres elementos: la definición de negocio, metas principales de la organización y sus principios filosóficos.

Mediante la contrastación de estos conceptos se puede decir que la misión es la declaración de lo que se va hacer la organización y para quien se lo va

hacer, tomando en cuenta componentes importantes como, la oferta, demanda, estrategia competitiva. Con una misión bien definida la empresa utiliza los recursos más eficazmente, es una guía de cómo hacer las cosas para ser una organización exitosa.

### ➤ **Visión**

***Según FRACÉS, Antonio. (2006) en su obra Estrategias y planes para la empresa dice: “Es Ambición de la empresa o corporación (u organismo) ser alcanzada en un horizonte de tiempo dado”. (Pág. 45)***

***Para D´ ALESSIO, Fernando (2008) en su obra El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia, afirma: “La visión de una organización es la definición deseada de su futuro, responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”. (Pág. 61).***

Se entiende por visión al sueño de la organización, la aspiración máxima a la cual se desea llegar en el futuro., es decir, como se visualiza la empresa en cierto tiempo. Además es una estrategia emprendedora donde toda la organización trabaja para conseguirlo, para establecer una buena visión es necesario tener en cuenta aspectos como: involucramiento de toda la empresa, compartida con el talento humano.

### ➤ **Mensaje**

Es la idea básica que se quiere transmitir en los medios de comunicación. Para la elaboración del mensaje se tiene que elaborar un “texto” el mismo que sintetizará cual va a ser la idea principal que se quiere transmitir a la mente de los consumidores.

## ➤ **Medios**

### **a. Medios Impresos**

- Revistas
- Periódicos
- Correo Directo
- Folletos
- Páginas Amarillas

### **b. Medios Electrónicos**

- Radios (AM-FM)
- Televisión

### **c. Otros**

- Vallas Publicitarias
- Muestras gratis
- Punto de venta
- Tele mercado (ventas por teléfono)

## ➤ **Medición**

Tiene que ver con la cobertura que ha generado la campaña publicitaria por los diferentes medios que ha elegido la empresa para dar a conocer sus servicios y productos con sus diferentes características.

### **2.5.3 Promoción**

***Para D´ ALESSIO, Fernando (2008) en su obra El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia, afirma: “Es una herramienta de mercadotecnia cuyo objetivo principal es el de generar un mayor volumen de ventas para las empresas y producto, en este elemento se tienen las siguientes herramientas: la oferta, el valor agregado del producto, crédito (la creación de facilidades de pago a los consumidores), regalos, descuentos, tiendas de descuentos, canjes y sorteos, ferias de exposición, cocteles de lanzamiento, ruedas de prensa”. (Pág. 127)***

De acuerdo al autor los instrumentos normales de las promociones son la publicidad, ventas personales entre otras. Por ello se determina que la promoción es una herramienta de marketing donde el consumidor puede palpar los beneficios que le ofrece un producto o servicio.

## **2.6 CONTABILIDAD FINANCIERA**

***CHILQUINGA, Manuel (2008), manifiesta: “Constituye un instrumento de la actividad empresarial, que se ocupa principalmente de los estados financieros para uso externo de quienes proveen recursos de la entidad y de personas que puedan tener intereses en las operaciones financieras de la empresa”. Entre los proveedores de fondos se encuentran los accionistas (propietarios) y los acreedores (quienes proporcionarán préstamos). (Pág. 325)***

La contabilidad permite conocer oportunamente los costos y sus cambios periódicos, es una imagen organizada de cada empresa, además muestra cómo va su negocio si las ventas son buenas regulares o bajas.

Se puede determinar que es la forma más idónea de interpretar todas y cada una de las transacciones que se realizaran en el centro turístico, que a su vez nos permitirán dar un diagnóstico de cómo se encuentra la empresa, previo a la toma y aplicación de acertadas decisiones.

## 2.6.1 Presupuesto

***CHILQUINGA, Manuel (2008), manifiesta: “Es un plan de acción dirigido a cumplir las metas previstas, expresada en valores y términos financieros que deben cumplirse en un determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas para que los planes trazados permitan la obtención de la utilidad máxima, de acuerdo con las condiciones que se presenten”(Pág. 245)***

Determinar un presupuesto de mercadotecnia es en esencia un informe de ganancias y pérdidas proyectadas. Por el lado de los ingresos, muestra el número de unidades que se piensan vender y el precio neto promedio; por el del gasto muestra el costo de producción, la distribución física y las ventas, la diferencia entre ambos es la ganancia proyectada.

A continuación se presenta las diferentes clases de presupuestos:

### **a. De Operación**

En forma directa tiene que ver con la parte neurológica de la empresa, desde la producción misma hasta los gastos que conlleve ofertar el producto o servicio con todos sus componentes:

- Presupuesto de Venta (estimados producidos y en proceso)
- Presupuesto de Producción (incluye los gastos directos e indirectos)
- Presupuesto de requerimiento de materiales (materia prima, insumos auto parte etc.)
- Presupuesto de mano de obra ( fuerza bruta, calificada y especializada)
- Presupuesto gasto de Fabricación.
- Presupuesto de costo de producción (sin el margen de ganancia)
- Presupuesto de gastos de ventas (capacitación, vendedores, publicidad)
- Presupuesto gasto de Administración (requerimiento de todo tipo de mano de obra y distribución de trabajo)

## **b. Financiero**

Consiste en fijar los estimados de inversión de venta, ingresos varios para elaborar al final un flujo de caja que mida el estado económico y real de la empresa.

- Presupuesto de Caja o Tesorería

Se estima con los fondos disponibles en caja, bancos y valores de fácil realización ya que consolida las diversas transacciones relacionadas con la entrada de fondos monetarios o con la salida de fondos líquidos ocasionados por la congelación de deudas o amortizaciones de créditos, proveedores o pago de nomina. Se formula en periodos cortos de meses o trimestres.

- Presupuesto de erogaciones capitalizables

Controla las diferentes inversiones en activos fijos como son las adquisiciones de terrenos, construcciones o ampliaciones de edificios y compra de maquinarias y equipos, sirve para evaluar posibles alternativas de inversión.

## **c. De Efectivo**

El presupuesto de efectivo es un informe de las entradas y salidas planeadas de la empresa que se utiliza para calcular sus requerimientos de efectivo a corto plazo, con particular atención a la planeación en vista de excedentes y faltantes de efectivo. Una empresa que espera un excedente de efectivo debe disponer del financiamiento a corto plazo.

- **Costos y Gastos**

Los costos y gastos tienen como objetivo facilitar un oportuno y eficaz servicio de información y el control de todo lo que se relaciona con la producción por lo que es el aspecto más importante dentro de este estudio ya que es un sistema contable que proporciona información para determinar los costos de un bien o servicio, además el beneficio y el control de las operaciones.

➤ **Definición de la Contabilidad de Costos**

***MOLINA, Antonio (2005) dice: “La contabilidad de costos es la aplicación de los principios contables con el fin de determinar el valor total de la materia prima mano de obra y otros insumos utilizados en la obtención de un producto terminado o en la prestación de un servicio”.***

➤ **Elementos del Costo**

Para determinar el costo de un bien o servicio debemos tomar en cuenta y clasificar los rubros utilizados en costos y gastos que se distribuyen dependiendo el caso.

**a. Materia Prima Directa**

***CHILQUINGA, Manuel (2008), manifiesta que: “Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado.”***

Al ser la Materia Prima un rubro de fácil identificación dentro del producto o servicio se convierte en el más representativo dentro del costo.

## **b. Materia Prima Indirecta**

***CHILQUINGA, Manuel (2008), afirma que: “Estos pueden o no formar parte del producto terminado”.***

Estos costos que le dan imagen al servicio que ofrecemos los cuales pueden ser los acabados de un servicio o producto dándole así un valor agregado y manteniendo diferencia con productos similares.

## **c. Mano de Obra Directa**

***CHILQUINGA, Manuel (2008), dice que: “Es la Fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervienen manualmente o accionando una máquina”.***

Es el Talento Humano que labora directamente en la ejecución de proyecto, producto o servicio para la transformación de los materiales en productos acabados.

## **d. Mano de Obra Indirecta**

***CHILQUINGA, Manuel (2008), afirma que: “Fuerza de trabajo que participa indirectamente en la transformación de un producto.”***

Viene a ser el personal de apoyo que tiene una empresa siendo los que intervienen en la presentación del producto final.

## **e. Gastos Generales de Fabricación**

***CHILQUINGA, Manuel (2008), afirma que: “Llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifican con un solo producto o proceso productivo”.***

Son los gastos en los que la empresa incurre en personal administrativo y de servicio, que son los que se encargan de controlar la optimización de los recursos materiales y económicos, en todos los procesos del servicio.

## 2.7 ESTADOS FINANCIEROS

***BRAVO, Mercedes (2005), dice que: “Los Estados Financieros se elaboran al finalizar un periodo contable con el objetivo de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía”.***

Para tener una evaluación financiera clara debemos reflejar la información en los diferentes estados como son:

### ➤ **Libros Base utilizados en la Contabilidad**

#### **a. Balance General**

***DAVALOS Nelson; (2008); Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría. “El diario General es el registro contable básico en el que se registran las transacciones u operaciones financieras agrupándolas según su naturaleza de tal manera que su movimiento presente la secuencia cronológica conforme se hayan suscitado y de conformidad con la igualdad contable entre los asientos de debito y crédito debidamente documentados” (Pág. 173)***

Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada. Al elaborar el balance general el empresario obtiene información valiosa sobre su negocio, como el estado de sus deudas, lo que debe cobrar o la disponibilidad de dinero en el momento o en un futuro próximo.

## LIBRO DIARIO GENERAL

Del.....al.....del 20XX

FECHA	DESCRIPCION	REFER.	DEBE	HABER

### b. Libro Mayor General

**DAVALOS Nelson; (2008); Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría, “El mayor general es el libro básico de contabilidad en el que se registra y clasifica el movimiento de las operaciones y transacciones financieras, mediante la acumulación de los débitos y créditos de cada cuenta principal con la determinación del saldo de cada una de ellas.” (pág. 318).**

## LIBRO MAYOR

Del.....al.....del 20XX

FECHA	DESCRIPCION	REFER.	DEBE	HABER	SALDO	
					DEUDOR	ACREEDOR

Se utiliza este libro para agrupar todas las cuentas sobre las referencias del Libro Mayor General; van de acuerdo a sus correlaciones.

### c. Diarios

- **De Compras:** No se debe confundir con la factura de Compra, puesto que es el registro de todas las adquisiciones que hace la empresa día a día.

### Diario de Compras

FECHA	DESCRIPCION	CONDICION DE PAGO	CTAS. DEBITO			CTAS. CREDITO	
			COMPRAS	TRANSP	IVA	DSCTS.	CTAS. PAGAR

- **De Ventas:** Es el registro de las ventas de productos confeccionados que se han realizado en el transcurso del día.

### Diario de Ventas

FECHA	DESCRIPCION	CONDICION DE PAGO	CTAS. DEBITO			CTAS. CREDITO	
			TRANSP.	DSCTOS.	C.xC.	VENTAS	IVA

- **De Ingreso de Caja:** Registra los ingresos en efectivo.

### Diario de Ingreso de Caja

Del.....al.....del 20XX

FECHA	DESCRIPCION	CTAS. DE CREDITO			DSCTOS.			BANCOS
		C.xC.	D.xC.	INTER.	DEBITO	NOMBRE CUENTA	CREDITO	DEBITO

- **De Egreso de Caja:** Es el registro de egresos de la empresa.

## Diario de Egreso de Caja

Del.....al.....del 20XX

FECHA	DESCRIPCION	CTAS. DE DEBITO		DSCTOS. DEBITO	GENERAL		BANCOS
					NOMBRE CUENTA	DEBITO	CREDITO

### 2.7.2 Estado de Resultados

Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se mide el rendimiento que ha generado la actividad de la empresa. La utilidad neta se genera cuando los ingresos superan a los gastos, en caso contrario, se presenta una pérdida neta.

#### a. Estado de Situación Inicial

***Aut. Cit.. Contabilidad General, “El balance de Situación Inicial es un informe que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado.” (Pág. 72)***

Aquí se expresa que el balance general contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa es decir los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Además es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital de acuerdo con los principios de la contabilidad.

Empresa ABC

Estado de Situación Inicial Al.....del 20XX

ACTIVOS	Parc.	Total
<b>ACTIVOS CIRCULANTES</b>		<b>000</b>
Inversiones Variables	000	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>000</b>
Inversión Fija	000	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>000</b>
Inversión Diferida	000	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>USD \$000</b>
<b>PASIVOS</b>		
Documentos por Pagar		000
Préstamo Bancario (L/p)	000	
Cuentas por Pagar		000
Proveedores (c/p)	000	
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>USD \$000</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Inversión Propia		000
Aporte 1	000	
Aporte 2	000	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>USD \$000</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>USD \$000</b>

Fuente: ZAPATA Pedro. (2004)

Elaborado por: El Autor

**b. Estado de Ingresos y Egresos**

***Aut. Cit.. Contabilidad General. "El estado de ingresos y egresos es el informe contable que representa de manera ordenada, las cuentas de rentas, costos y gastos. Se elabora con el fin de medir los resultados y la situación económica de una empresa durante un periodo determinado". (Pág. 214)***

El autor establece que el estado de resultados permite identificar claramente los ingresos y egresos realizados por la microempresa en un determinado periodo de tiempo, en el cual se establecerá la utilidad o pérdida obtenida. Los valores deben corresponder exactamente a los que se presentan en el libro mayor.

Empresa ABC  
Estado de Pérdidas y Ganancias

Del.....de.....al.....del 20XX

	Ventas Netas		xx
(-)	Costo de Ventas		(xx)
=	Utilidad Bruta en Ventas		xx
(-)	Gastos Operacionales		(xx)
	Gastos Administrativos	(xx)	
	(+ Depreciaciones	xx	
	(+ Imprevistos	xx	
	Gasto de Ventas	(xx)	
	(+ Depreciaciones	xx	
	(+ Imprevistos	xx	
=	Utilidad Neta en Operaciones		xx
(-)	Gasto Financiero		(xx)
	Intereses	xx	
	(+ Comisiones	xx	
=	Utilidad Neta antes de participación utilidades		xx
(-)	15% Participación Trabajadores		(xx)
=	Utilidad Neta antes de Impuestos		xx
(-)	25% Impuesto a la Renta		(xx)
=	Utilidad Neta		xx

**Fuente:** JÁCOME, W; (2001) "Bases Teóricas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión." Pág. 71

**c. Estado de Flujo de Efectivo**

**Aut. Cit.. Contabilidad General. "Es el informe contable principal que presenta en forma significativa, resumida y clasificada las actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero así como la capacidad financiera de la empresa". (Pág. 220)**

Los flujos de efectivo representan el informe neto financiero, líquido que la empresa desea obtener siendo comparados con la inversión inicial y llegando a proyectarla a un tiempo de 5 años.

**Formato:**

Empresa ABC  
Flujo de Efectivo

	<b>INGRESOS</b>		<b>Valor \$</b>
	Utilidad Neta Proyectada		00
	Reinversión		00
	Valor de Rescate		00
	Depreciación		00
	Otros Ingresos		00
	<b>Total Ingresos</b>		00
(-)	<b>EGRESOS</b>		<b>00</b>
	Pago del Principal		
	Otros Egresos		
	<b>Total Egresos</b>		00
	<b>FLUJO NETO</b>		
	<b>(INVERSIÓN INICIAL)</b>	(00)	00
=			<b>00</b>
			<b>00</b>

Fuente: BACA Urbina Gabriel (2005) "Evaluación de Proyectos" Pág. 127  
Elaborado por: El Autor

### 2.7.3 Objetivos de los Estados Financieros

Tanto la administración de la empresa como el público en general están interesados en conocer las fortalezas y debilidades de la entidad, para esto se debe analizar y estudiar los estatutos financieros.

Los Estados Financieros sirven para:

- Tomar decisiones de inversión y crédito.
- Evaluar la gestión gerencial, la solvencia y la liquides de la empresa, además su calidad para generar fondos.
- Conocer el origen y las características de sus recursos para estimar la capacidad financiera.

- Formular un juicio sobre los resultados financieros de la administración en cuanto a la rentabilidad, secuencia, generación de fondos y capacidad de crecimiento.

## **2.8 CLASES DE INVERSIÓN**

Todo tipo de empresa o microempresa sea cual fuere su tipo de actividad, por lo general requiere en su etapa un antes, durante y después de sus operaciones normales, de fuentes de ingresos que le permitan financiarse a fin de lograr subsistir, iniciarse y mantenerse dentro del mercado al que incurra.

### **2.8.1 Inversión**

- **Inversión Fija**

***BACA Urbina Gabriel (2005) “Evaluación de Proyectos”  
“Denominada también activo tangible (que se puede tocar) o fijo, los cuales representan los bienes de propiedad de la empresa, tales como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello ocasione problemas a sus actividades productivas. (Pág. 169)***

Entonces la inversión fija es la parte tangible o la parte que se puede palpar lo cual hace ver en muchas ocasiones la fortaleza que posee una microempresa en torno al equipamiento.

- **Inversión Diferida**

***Aut. Cit; “Evaluación de Proyectos” “Es conocida también como activo intangible representa el conjunto de bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento como”: patentes de inversión, marcas, diseños, nombres comerciales,***

***contratos de servicios (luz, agua, teléfono) entre otros (estudios administrativos o de ingeniería). (Pág. 170).***

El autor manifiesta que la inversión diferida constituye aquellos tipos de bienes intangibles, o denominados de ingeniería, pre operativos o de constitución legal de la empresa.

- **Capital de Trabajo**

***Aut. Cit; "Evaluación de Proyectos" "Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con el que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa" (Pág. 172).***

Aunque el capital de trabajo es también una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental con respecto a la inversión en activo fijo y diferido, y tal diferencia radica en su naturaleza circulante. Este activo circulante se compone de caja y bancos, inventarios y cuentas por cobrar.

- **Activos Fijos**

Para la valoración de los activos fijos, se realizará un desglose de los mismos lo más detallado posible, sea que ya se posean o se vayan a adquirir; los valores serán reales ya que si los subvaloramos aparecerá una inversión baja y con un costo de producción inferior al real, en cambio, si los sobrevaloramos afectará a todo el proyecto, debido a que subirán los precios del servicio prestado y pueden ser superiores a los del mercado y no podremos ofrecer un servicio en forma apropiada y esperada. Los principales rubros componentes de los activos fijos son: terrenos,

edificaciones, instalaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres vehículo, entre otros.

## **2.8.2 Financiamiento**

Por lo general el financiamiento puede ser analizado desde tres tipos de fuentes:

- Fuentes Propias

Denominadas así por cuanto sus capitales (bienes físicos o valores monetarios), son de propiedad de las personas dueñas de la microempresa o negocio, en mucho de los casos se le suele denominar el capital social.

- Fuentes por Créditos a Corto y Mediano Plazo

Suelen estar representados por los denominados préstamos sobre firmas o hipotecas. Los que conceden este tipo de préstamos son bancos, cooperativas, financieras, mutualistas e incluso prestamos de terceros (chulqueros recurriendo a este tipo de financista por la facilidad de entrega del dinero).

- Proveedores

Por lo general se consideran aquellos tipos de préstamos menores a un año, en donde por efecto de la compra a crédito de materiales, insumos, e incluso mercaderías se suele emplear este tipo de fuente a fin de obtener de forma inmediata lo que se requiere.

## 2.9 INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

El análisis de las razones de los estados financieros de una empresa es importante para sus accionistas, sus acreedores y para la propia gerencia esta información se obtiene del estado de resultados y del balance general de la empresa. Además que facilita la toma de decisiones a los inversionistas o a terceras personas que estén interesadas en la situación financiera de la empresa para poder invertir en la misma.

### a) Grupo de Razones Financieras

#### a. Análisis de la Liquidez

Refleja la capacidad de una empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo conforme se vencen.

#### b. Capital de Trabajo Neto

Es una medida común de la liquidez de una empresa. Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Capital de Trabajo Neto} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$$

#### c. Razón Circulante

Determina la capacidad de la empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo, se expresa así:

$$\text{Razón Circulante} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

## Pasivo Circulante

### d. Razón Rápida (Prueba del Acido)

Es similar a la razón, excepto porque excluye el inventario, el cual generalmente es el menos líquido de los activos circulantes, debido a dos factores que son:

- Muchos tipos de inventarios no se venden con facilidad.
- El inventario se vende normalmente al crédito, lo que significa que se transforma en una cuenta por cobrar antes de convertirse en dinero. Se calcula así:

$$\text{Razón Rápida} = \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

### e. Análisis de Actividad

Miden la velocidad con que diversas cuentas se convierten en ventas o en efectivo.

### f. Rotación de Inventarios

Mide la actividad o liquidez, del inventario de una empresa. Se calcula así:

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventario}}$$

### g. Periodo Promedio de Cobro

Se define como la cantidad promedio de tiempo que se requiere para recuperar las cuentas por cobrar. Se calcula de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} \text{Periodo Promedio de Cobro} &= \frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Ventas Promedio por Día}} \\ \text{Periodo Promedio de Cobro} &= \frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\frac{\text{Ventas Anuales}}{360}} \end{aligned}$$

#### h. Periodo Promedio de Pago

Es la cantidad promedio de tiempo que se requiere para liquidar las cuentas por pagar. Se calcula de manera similar al Periodo Promedio de Cobro.

$$\begin{aligned} \text{Periodo Promedio de Pago} &= \frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Compras Promedio por Día}} \\ \text{Periodo Promedio de Pago} &= \frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\frac{\text{Compras Anuales}}{360}} \end{aligned}$$

#### i. Rotación de Activos Totales

Indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas. Por lo general cuanto mayor sea la rotación de los activos totales de una empresa, mayor será la eficiencia de utilización de sus activos. Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Rotación de Activos Totales} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$$

#### **j. Análisis de la Deuda**

El nivel de deuda de una empresa indica la cantidad de dinero prestado por otras personas que se utiliza para tratar de obtener utilidades. Cuanto mayor sea la deuda que la empresa utiliza en relación con sus activos totales, mayor será el apalancamiento financiero.

#### **k. Razón de la Deuda**

Mide la proporción de los activos totales financiados por los acreedores de la empresa, cuanto más alta sea esta razón, mayor será la cantidad de dinero prestado por terceras personas que se utiliza para generar utilidades. Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Razón de la Deuda} = \frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}}$$

#### **l. Razón de la Capacidad de Pago de Intereses**

Mide la capacidad de la empresa para efectuar pagos de intereses contractuales, es decir, para pagar su deuda. Cuanto menor sea la razón, mayor será el riesgo tanto como para los prestamistas como para los propietarios. Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Razón de la Capacidad de Pago} = \frac{\text{Utilidad antes de impuestos}}{\text{Intereses Pagados}}$$

de Intereses

Intereses

**m. Análisis de la Rentabilidad**

Existen muchas medidas de rentabilidad, la cual la cual relaciona los rendimientos de la empresa con sus ventas, activos o capital contable.

**n. Margen de Utilidad Bruta**

Mide el porcentaje de cada dólar de ventas que quede después que la empresa pagó sus productos. Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Margen de Utilidad Bruta} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$$

**o. Margen de Utilidad Operativa**

Calcula el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de deducir todos los costos y gastos, incluyendo los intereses e impuestos. Se usa comúnmente para medir el éxito de la empresa en relación con las utilidades sobre las ventas. Cuanto mayor sea mejor para la empresa. Se calcula así:

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta después de Impuestos}}{\text{Ventas}}$$

**p. Rendimiento sobre Activos**

Determina la eficacia de la gerencia para obtener utilidades con sus activos disponibles; también conocido como rendimiento sobre la inversión. Cuanto más alto sea mucho mejor. Se calcula así:

$$\text{Rendimiento sobre Activos} = \frac{\text{Utilidad Neta después de Impuestos}}{\text{Activos Totales}}$$

#### q. Rendimiento sobre el Capital Contable

Estima el rendimiento obtenido de la inversión de los propietarios de la empresa. Cuanto mayor sea el rendimiento mejor para los propietarios. Su formula se presenta así:

$$\text{Rendimiento sobre el Capital Contable} = \frac{\text{Utilidad Neta después de Impuestos}}{\text{Activos Totales}}$$

### 2.9.1 Flujo de Caja Proyectado

***GUTIERRES M, Luís, asevera: El flujo neto de caja es un estado financiero en el cual se registran los ingresos y egresos generados en un periodo determinado, es decir que el flujo neto de caja es el saldo entre los ingresos y egresos de un periodo determinado.***

Al realizar la proyección de flujo, se asegura la posibilidad de una quiebra o fracaso del negocio en forma repentina por subestimar el tiempo que tomará recibir los pagos de sus compradores o clientes.

Entonces se puede decir que el flujo de caja representa el dinero que se encuentra entre los ingresos y gastos por lo que se puede observar claramente si la empresa puede llegar a una quiebra ya que es el valor donde se observa las utilidades que genera dicho servicio.

## 2.9.2 Valor Actual neto (VAN)

***GUTIERRES M, Luís, asevera: “Si el valor actual de los ingresos supera el de los egresos, el valor actual neto es positivo y la inversión es viable; el valor actual neto de una inversión puede interpretarse como el máximo valor que una firma o un inversionista estaría dispuesto a pagar por la oportunidad de llevar a cabo el proyecto, sin disminución de las utilidades”.***

Para hacer el cálculo se requiere descontar el flujo de fondos propuesto por medio de una tasa de interés que es la relevante para los potenciales inversionistas. Esta tasa es, por supuesto, la misma tasa mínima atractiva de retorno.

Mide el flujo del dinero en el momento presente, es decir la rentabilidad de la inversión en moneda real, tomando en cuenta una tasa de rendimiento promedio de mercado. Si el valor actual es positivo, significa que la inversión es atractiva o rentable, y si es negativo no es procedente la inversión, si tenemos un valor cero en cambio es independiente, el valor actual neto es la suma de los valores obtenidos y corridos durante el período que demora menos el valor distribuido para la misma:

### ***Simbología:***

-P = Inversión inicial

FNE = Flujo Neto de Efectivo

VS = Valor de salvamento

i = Tasa de Rendimiento

$\wedge$  = Tiempo u horizonte de la vida útil del proyecto o inversión

$$\text{VAN} = \text{VP} - \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{VAN} = -P + \frac{\text{FNE} + \text{VS}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^n}$$

Cuando se usa el valor presente neto para decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el VAN es mayor que \$ 0, se acepta el proyecto.
- Si el VAN es menor que \$ 0, se rechaza el proyecto.

Si el VAN es mayor que \$ 0, la empresa ganara un rendimiento mayor y su costo de capital siendo además un factor en el que se puede analizar el autofinanciamiento, es decir la posibilidad de que el proyecto genere un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión.

### 2.9.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

***GUTIÉRREZ M, Luís, afirma: “Esta medida también recibe los nombres de tasa interna de rendimiento, rédito, eficiencia marginal del capital y otros, equivale a decir que es la tasa que hace el valor actual neto igual a cero, la tasa interna de retorno es la máxima tasa de interés con la cual el inversionista tomaría dinero prestado para financiar la totalidad del proyecto, repagado con lo producido la totalidad del capital y de sus intereses, sin perder dinero”***

***JÁCOME, Walter: “No considera el valor del dinero en relación al tiempo y trata de que todos los flujos son comparables en el horizonte de la inversión”.***

Relacionando estos 2 conceptos se puede determinar que la Tasa Interna de Retorno es el dinero que se transforma en el tiempo por lo que genera un valor adicional al que se invirtió inicialmente logrando que los inversionistas financien el proyecto.

La rentabilidad se obtiene con la siguiente ecuación:

$$\text{RENTABILIDAD} = \frac{(\text{Ingresos Netos} - \text{Depreciación})}{(\text{Valor en Libros} - \text{Depreciación})}$$

El cálculo de la tasa interna de retorno conlleva ciertos errores matemáticos, que es importante tomarles en cuenta y que son:

- Por la forma indiscriminada de llevar los ingresos y egresos.
- No toma en cuenta el tiempo en que se producen.

$$\text{TIR} = \left\{ \frac{\text{Ti} + (\text{Ts} - \text{Ti}) \text{VAN Ti}}{\text{VAN Ti} - \text{VAN Ts}} \right\}$$

Esta tasa sirve para identificar la rentabilidad del capital invertido en el proyecto, es decir la TIR que debe obtener el negocio para saber si es rentable por un periodo con el cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

Cuando se utiliza el TIR para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa ganara al menos el rendimiento requerido y por lo tanto la riqueza de sus propietarios.

#### 2.9.4 Punto de Equilibrio

***CHILQUINGA, Manuel (2008) manifiesta que: “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en éste punto la empresa no gana ni pierde”.***

El punto de equilibrio esta dado cuando los beneficios son igual a cero, esto significa que el margen de contribución (MC) solo está destinado para absorber los Costos Fijos, lo que queda bajo el punto de equilibrio significa pérdida y lo que queda sobre él ganancias. Algebraicamente el punto de equilibrio puede demostrarse en cantidades y en unidades monetarias, además el punto de equilibrio permite analizar las características financieras de los sistemas alternativos de producción, esto es la relación entre ingresos y costos totales.

El punto de equilibrio viene a ser el factor predominante donde se muestra que una empresa ni gana ni pierde la inversión que se ha realizado. Por lo que en nuestro centro turístico se evidenciara cuando no genere ganancias ni perdidas de la inversión prevista.

El cálculo se realiza mediante la aplicación de las fórmulas siguientes por parte de las empresas y microempresas, cuando estas ya se encuentran debidamente establecidas y tienen un sistema de producción permanente y estable más bien con tendencias al crecimiento.

**Costo Total**  $CT = CF + CV * Q$

**Ingreso Total**  $IT = P*Q$

**Punto de Equilibrio**  $CT = IT$

$P*Q = CF + CV*Q$

$Q = CF / (P-CV)$

***Simbología:***

CF= Costo Fijo

CV = Costo Variable

Q = Cantidad

P = Precio

### 2.9.5 Tiempo de Recuperación de la Inversión

***TRUJILLO, Gonzalo (2007), afirma que: “Es la operación financiera que consiste en calcular el plazo que se requiere para recuperar el costo original de una inversión a partir de los flujos de efectivo esperados. “Para calcular el periodo de recuperación de un proyecto, sólo se debe añadir los flujos de efectivo esperados de cada año hasta que se recupere el monto inicialmente invertido en el proyecto”***

El tiempo de recuperación de la inversión viene a ser el lapso de tiempo en el cual se lograra recuperar el dinero o la inversión que se produjo en el momento que se puso en marcha el proyecto. Este cálculo me permitirá establecer en que tiempo se recuperara la inversión.

Cuando se utiliza el periodo de recuperación para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios son los siguientes:

- Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
- Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

### 2.9.6 Sensibilidad

***CUESTA, Rafael (2008) lo define como: "Las hipótesis y estimaciones que necesariamente han de realizarse en un proceso de evaluación introducen cierto nivel de incertidumbre en los resultados. El análisis de sensibilidad tiene por objeto determinar la variación que se produciría en dichos resultados como consecuencia de las posibles desviaciones de los valores asignados a las variables que intervienen en los cálculos de los distintos indicadores que permiten medir la bondad financiera de un proyecto.***

Dado que todas las variables no afectan en la misma medida a los indicadores de rentabilidad el primer paso de la sensibilidad es identificar aquellas variables cuyas variaciones influyen en mayor grado en los resultados. Los más comunes son:

- Tasa de interés
- Precio de venta
- Tasa de impuestos
- Alto porcentaje en los costos de instalación y operación.

### **2.9.7 Relación Beneficio Costo**

***CUESTA, Rafael (2008) lo define como:"una manera práctica de evaluar la conveniencia de proyectos en los que es importante tener una visión de largo alcance y una visión amplia es decir, implica la enumeración y evaluación de todos los costos y beneficios pertinentes".***

Este factor nos da la conveniencia o no de realizar el proyecto ya que podremos saber el monto que se invertirá y los beneficios que tendremos por el dinero que se invertirá en el centro turístico.

El análisis de costo-beneficio es una herramienta de toma de decisiones para desarrollar sistemáticamente información útil acerca de los efectos deseables e indispensables del proyecto.

El cálculo se realiza con el siguiente procedimiento:

$$\frac{B}{C} = \frac{\Sigma \text{INGRESOS (i)}}{\Sigma \text{EGRESOS (i)}}$$

***Simbología:***

B/C = Beneficio – Costo = 1.71

ΣINGRESOS (i)= Total Ventas Proyectadas

ΣEGRESOS (i)= Total costos y Gastos de Producción Proyectadas

Todos los indicadores de evaluación financiera son herramientas que permiten tener una idea a los inversionistas de lo que puede suceder a futuro y establecer si el proyecto es viable desde el punto de vista financiero y su posterior financiamiento.

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado no puede ser considerado como gasto o costo dentro de un proyecto sino una inversión que sirve de base para la toma de decisiones.

En la actualidad el mercado y sus componentes son factores llenos de incertidumbre para el desarrollo de los proyectos, razón por la cual el estudio y el análisis son de vital importancia para poder ingresar productos o servicios con éxito al mercado de consumidores.

Siendo el objetivo principal del estudio de mercado la ciudad de Huaca, se debe realizar un proceso de recopilación y análisis de datos relevantes acerca del tamaño de la pequeña empresa, aceptación de la población, y perfiles del usuario, con la finalidad de tener bases para tomar decisiones, determinar la demanda, oferta, precios, competencia a nivel local, nacional y regional, usando las encuestas, documentos estadísticos e información referente a las actividades turísticas del Cantón San Pedro de Huaca.

El mercado de productos y servicios es uno de los principales aspectos en un proyecto, por lo que hay que determinar con exactitud cada uno de sus componentes. Es por ello que se ha llegado a determinar que la ciudad de Huaca es un sitio que presenta algunas riquezas turísticas, tanto a nivel de flora y fauna, siendo poco aprovechadas por los pobladores de dicho sector.

Por lo tanto para realizar el estudio de mercado se partirá del concepto de Marketing Social, el cual nos dice que debemos determinar las necesidades, los deseos y los intereses de nuestro mercado meta, solo así podremos brindar un valor superior a los clientes de tal manera que se mantenga o mejore el bienestar del turista y de la sociedad en general.

### ➤ **Descripción del Mercado Turístico**

El Gobierno Municipal del Cantón Huaca, dentro de su política ha considerado al turismo como una de las principales alternativas para fomentar el desarrollo económico cantonal, lo cual es consecuente con la visión del país de considerar esta actividad como prioritaria.

Las tendencias de estas actividades van en aumento lo que hace que se diversifiquen ofertas basadas en los recursos naturales, culturales, sociales e históricos como nuevas alternativas de distracción y recreación acordes a la creciente demanda turística que busca satisfacer las necesidades de conocimiento, ocio, relajación, viajando hacia áreas naturales con el propósito de entender las culturas, así como la historia natural del ambiente cuidando de no alterar la integridad de los ecosistemas y al mismo tiempo generar oportunidades económicas en beneficio de la sociedad.

Desde años anteriores la práctica del turismo despierta gran emotividad a los turistas que vienen habitualmente de un medio urbano, a buscar contacto con la naturaleza, con la gente y en si con todo el medio que nos rodea. Es por ello que el turismo es una alternativa positiva para mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón lo cual les convierte en los principales

actores de esta actividad y receptores de importantes recursos para el mejoramiento de sus condiciones de vida.

### **3.1.1 Identificación del Servicio**

Al hablar de centro turístico, lo relacionamos con actividades recreativas. Bajo esta relación el turismo y la gastronomía se postula en el mundo como una alternativa económica, insertada en los principios del manejo sustentable de los recursos naturales, integrando aspectos fundamentales como: La conservación del ambiente, fortalecimiento de su identidad cultural y los recursos económicos derivados de toda actividad turística, hoy en día el turismo es una actividad económica en crecimiento.

El nuevo centro turístico permitirá aprovechar los recursos existentes en la zona derivados de la producción agraria y pecuaria, logrando consolidar a la población del cantón Huaca quienes serán los proveedores de la materia prima requerida. Por lo que se plantean los siguientes objetivos:

- a. Uso óptimo de los productos a utilizarse y demás recursos materiales y naturales de la zona, beneficiando de esta manera a los productores de la zona.
- b. Diversificación e integración de los productos agrícolas y pecuarios con el fin de autoabastecerse de Materias primas e insumos de calidad.
- c. Conservar la forma tradicional y presentación de los productos que vayan en beneficio directo de quienes lo consuman.
- d. Preservar el ambiente de la zona en base a un correcto manejo de desechos.

- e. Uno de los aspectos más difíciles en la actualidad es encontrar productos que provengan de la agricultura sana, que garantice la seguridad alimentaria de las personas, sin embargo de ello el proyecto tratará en lo posible proveerse de productos generados con insumos orgánicos, para que garantice su consumo y no sea perjudicial a la salud de las personas.

El componente de la alimentación es un factor eminentemente importante ya que los centros turísticos además de promover el turismo son identificados por su calidad de servicio, y su gastronomía, motivo por el cual se pondrá el mayor énfasis en la gastronomía que puede ofrecer el cantón Huaca y la Provincia del Carchi.

Los servicios que se ofrecerá al cliente serán:

- a. Alojamiento
- b. Alimentación
- c. Piscinas
- d. Hidromasaje
- e. Bar
- f. Información Turística
- g. Esparcimiento y Canchas Deportivas
- h. Transporte

➤ **Características de los Servicios**

- a. Mediante recamaras de dormitorio y áreas comunales de descanso.

- b. Alimentación de calidad tanto gastronomía de la zona como diferentes platos típicos de la Provincia del Carchi.
- c. Piscinas temperadas y de agua fría con un tobogán en forma de embudo para mayor protección del Turista.
- d. Sala de hidromasaje con elementos de aroma terapia (sauna en seco).
- e. Un bar con aditamentos de discoteca, coctelería y bebidas.
- f. Se contara con un centro de información turística para aquel turista que desea contactarse y hacer reservaciones.
- g. Contemplación de la naturaleza y canchas deportivas tanto para futbol, básquet y vóley, a fin de que exista ejercitación del turista.

### **3.1.2 Mercado Meta**

El mercado potencial para la implementación del nuevo centro de recreación turística en un principio serán los turistas y los habitantes de las poblaciones cercanas al Cantón ya que se pretende introducir servicios del sector turístico que se prestan en todas las partes del país. Teniendo además una visión a futuro de lograr la aceptación de provincias aledañas como Imbabura y el sur de Colombia. Lo que se pretende es cubrir una parte de las necesidades de recreación y esparcimiento de las personas que se acogen a realizar actividades de turismo en sus diferentes dimensiones, tomando en cuenta que la provincia ha tenido un crecimiento del 10% en turismo en comparación con el resto de provincias (***Fuente: cámara de turismo del Carchi al 2011***).

El cantón Huaca es muy conocido en el norte del Ecuador gracias a su exquisito plato típico que es el cuy asado, satisfaciendo a propios y extraños,

lo que le ha permitido posesionarse en el mercado con un aporte a los servicios turísticos que ofrece el cantón y la provincia.

Para el presente estudio de mercado, el perfil del segmento seleccionado, se considera el siguiente:

- a. Adolescentes y mayores de edad tanto hombres como mujeres, nacionales y extranjeros.
- b. Edades comprendidas entre 18 y 65 años.
- c. Que tenga gusto o preferencias por efectuar actividades turísticas al menos una vez al año.
- d. Que tengan preferencias por actividades relacionadas al turismo que consideren entre los lugares nacionales al realizar turismo, los correspondientes al norte de la Provincia del Carchi (Huaca).
- e. Los turistas extranjeros tienen una motivación y orientación hacia los productos enfocados a cultura 42%, naturaleza 34% y aventura 24%. En cuanto al primer segmento la motivación está bien definida y se relaciona con las culturas locales, museos, ciudades, la arqueología, la fotografía y la gastronomía local. La motivación de naturaleza y vida silvestre sigue siendo un excelente motivo de viajes, finalmente el turismo de aventura de bajo riesgo se ubica con un 24%.

Una vez definido el perfil del mercado meta, se puede añadir que es aquel para el cual se ofertara los servicios del proyecto, dicho mercado comprende los clientes potenciales que tienen necesidades por satisfacer,

especialmente de alojamiento, esparcimiento y contemplación de la naturaleza.

El presente estudio de mercado establece la factibilidad de poner en marcha el proyecto, tomando en cuenta que no existe competencia y satisfaciendo las expectativas del cliente, además que se establecerán las estrategias más adecuadas para conseguir una diferenciación del servicio.

### **3.2 ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Lo que se pretende es ubicar al centro turístico a nivel de turistas locales (del mismo sector), nacionales y extranjeros; de género masculino y femenino; de todo nivel de estrato social e ingresos. Este tipo de segmentación se plantea así:

**Cuadro N° 11**

#### **MATRIZ DE SEGMENTACION**

<b><i>PRIMERA SEGMENTACION</i></b>	<b><i>SEGUNDA SEGMENTACION</i></b>
Residentes Locales	Población del cantón San Pedro de Huaca, y barrios rurales además las parroquias de Julio Andrade, Mariscal Sucre y Santa Martha de Cuba.
Turista Nacional	Turismo receptivo de la Sierra, Costa y Oriente.
Turista Internacional	Turismo receptivo de Norteamérica; y Colombia.

**Elaborado por:** El Autor

En lo que respecta al tipo de cliente, se toma en cuenta los aspectos geográficos y demográficos expresados en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 12**

**TIPO DE CLIENTE**

<b>TIPO DE CLIENTE</b>	<b>GEOGRÁFICO</b>	<b>DEMOGRÁFICO</b>
Local	El cantón Huaca está ubicado al norte del país en la Provincia del Carchi, posee una población de 7624 habitantes con una distancia de 30 Km de la ciudad de Tulcán Capital de la Provincia, cuenta con una extensión de 76,32 Km <sup>2</sup> con una altura de 2.950 m.s.n.m. y una temperatura promedio de 12°C. Además posee una diversidad de flora y fauna.	Edad desde los 10 años y más de 50 años, género masculino y femenino; el nivel de ingresos menos de \$400 USD, más de \$400 USD; el nivel de ocupación es agrícola, ganadero, artesanal, comercial, productivo, posee un nivel de educación primaria y secundaria; más del 90% son católicos; una población mestiza.
Nacional	En este grupo se encuentran los turistas provenientes de la región sierra (Pichincha, Imbabura, Ambato, etc); Costa (Esmeraldas, Guayas) y el Oriente (Sucumbíos, Napo, Orellana)	Son turistas cuyas edades están comprendidas entre los 10 a 60 años; de género masculino y femenino; de nivel de instrucción primaria, secundaria y superior, católicos y otras religiones y de población mestiza, negra e indígena.
Extranjero	Comprende aquel turista Norteamericano (EE.UU);	Turistas de edades comprendidas entre los 20 a 70 años de edad,

	Sudamericano (Colombia, Perú, Venezuela).	estudiantes, profesionales y jubilados de todas las razas de un nivel social medio, medio alto y alto.
--	---	--

**Fuente:** Cámara de Turismo del Carchi al 2010

**Elaborado por:** El Autor

### 3.2.1 Variables de Macro Segmentación

La segmentación no es más que la identificación de la población a la cual nos queremos dirigir con nuestro servicio llegando a determinar sus gustos y preferencias para así poder llegar a ofrecer el servicio que ellos esperan.

Luego de su definición pasamos a identificar las variables de segmentación que se a de utilizar para determinar nuestro mercado objetivo.

**Cuadro N° 13**

Tipo de Segmentación	Tipo de Variable	Nombre de la Variable	Segmentos
Macro segmentación	Geográfica	Turismo Recreacional	Tulcán San Gabriel La Paz El Ángel Bolívar

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)

**Elaborado por:** El Autor

En la macro segmentación el tipo de variable que se escogió, es el que se lo denominará “Turismo” y los segmentos escogidos comparativos son: Tulcán, San Gabriel, La Paz, El Ángel y Bolívar.

### 3.2.2 Variables de Micro Segmentación

Para la micro segmentación el tipo de variable que se escogió, es el que se lo denominará “Turismo Selectivo” y los segmentos escogidos comparativos son: Visitantes locales, nacionales, extranjeros; de Clase media, Clase media alta y clase alta.

**Cuadro N° 14**

Tipo de Segmentación	Tipo de Variable	Nombre de la Variable	Segmentos
Micro segmentación	Demográfica	Turismo Selectivo	Visitantes locales, nacionales, extranjeros. Clase media Clase media alta

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)

**Elaborado por:** El Autor

➤ **Análisis de la información**

Para el análisis de la información, los datos obtenidos de las encuestas se organizan en tablas estadísticas, las mismas que son presentadas con un gráfico demostrativo en el que se observa el comportamiento de cada uno de los indicadores de las variables consultadas.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

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

**Simbología:**

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

$\delta^2$  = Varianza

Z= Nivel de Confianza

## Datos

N = 7624/5 promedio de personas que conforman una familia= 1525

$\delta^2 = 0.25$

Z=95% 1,96

e = 5% 0,05

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25) (1525)}{(0.05)^2(1525-1) + (1.96)^2(0.25)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(1525)}{(0.0025) (1524) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{1464.61}{4.7704}$$

**N = 307**

Aplicando la fórmula, se obtiene como muestra 307 personas ubicadas en la ciudad de Huaca a las que se deben levantar la información.

## 8. ¿Con que frecuencia acude Ud. a destinos turísticos?

**Cuadro N° 15**

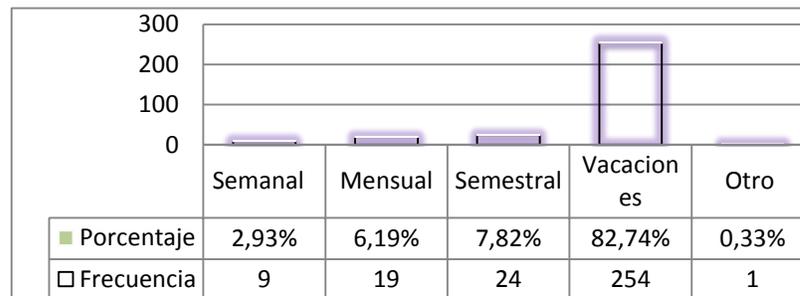
### **FRECUENCIA CON QUE ACUDE A DESTINOS TURÍSTICOS**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	9	2.93%
Mensual	19	6.19%
Semestral	24	7.82%
Vacaciones	254	82.74%
Otro	1	0.33%

<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 09**



## ANÁLISIS

Las personas encuestadas consideran las vacaciones como la fecha más conveniente para poder salir a disfrutar de los diferentes atractivos que tienen la provincia y el país. Para acogerse a cualquier tipo de recreación toman en cuenta la atención, la cordialidad, agilidad en la atención, tipo de servicio, ambiente del lugar visitado y servicios complementarios, para satisfacer al máximo las exigencias de los clientes.

**9. ¿Conoce Ud. una hostería a nivel local (Cantón Huaca) que preste servicios de alojamiento, restaurante, disco- bar, paseos por senderos, piscina, sauna y turco?**

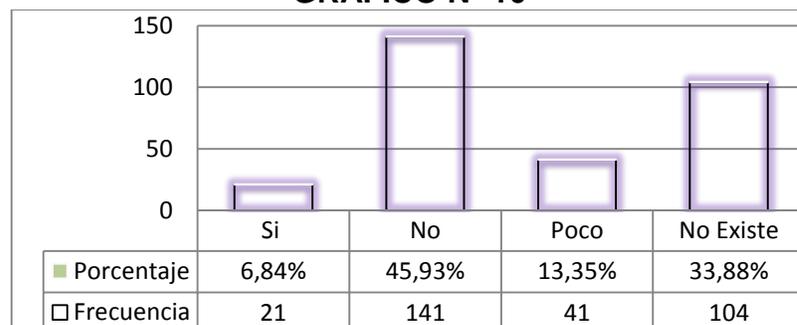
**Cuadro N° 16**

**CONOCIMIENTO DE COMPLEJOS TURÍSTICOS**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	6.84%
No	141	45.93%
Poco	41	13.35%
No Existe	104	33.88%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 10**



**ANÁLISIS**

De acuerdo a la tabla la población encuestada su mayoría respondió que no conoce que exista competencia y mucho menos complejos turísticos como el que se pretende establecer en el cantón por lo que es un factor que le impide crecer al cantón su economía y demás servicios, por lo que los turistas tienden a buscar otros sitios cercanos para obtener el servicio mencionado.

**10. ¿En qué lugar cree Ud. que sería adecuado crear un centro turístico?**

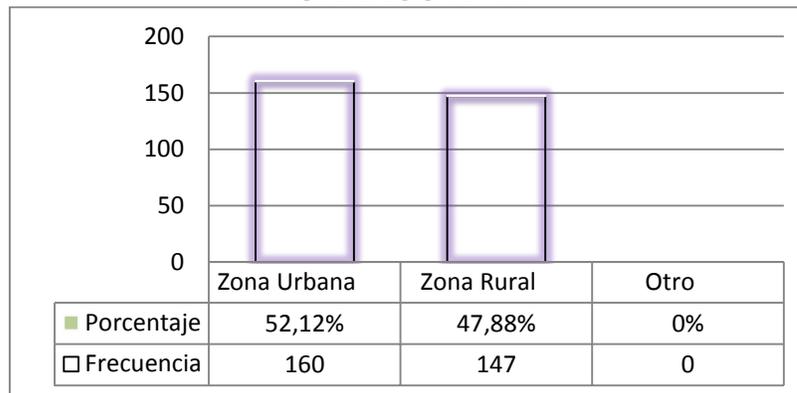
**Cuadro N° 17**

**LUGAR DE UBICACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Zona Urbana	160	52.12%
Zona Rural	147	47.88%
Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 11**



## ANÁLISIS

Huaca al estar cerca de la zona rural posee la gran ventaja de poder emprender este proyecto en cualquier sitio rural o urbano del cantón tomando en cuenta la posición de la población que le gustaría estar más en contacto con la naturaleza ya que esta tendencia se viene dando hace muchos años atrás tomando en consideración que la sociedad en general desea lugares de esparcimiento que cuenten con sitios de relajación y que mejor opción junto a la naturaleza.

**11. ¿Ud. con quien acudiría al centro turístico que se ubicara en el cantón Huaca?**

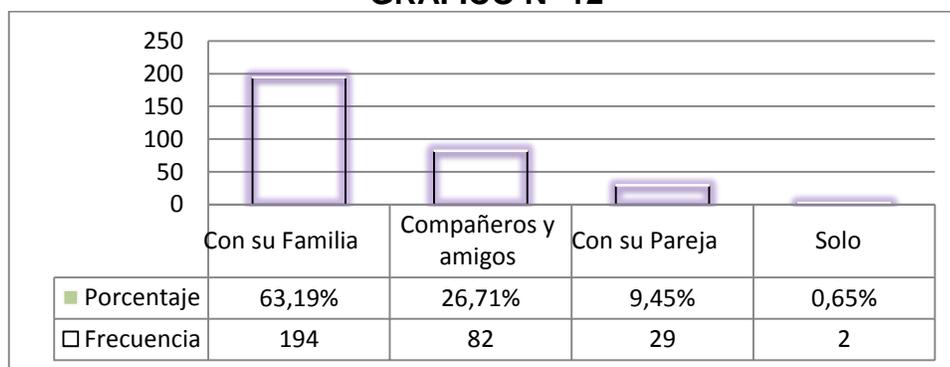
**Cuadro N° 18**

## CON QUIEN ACUDIRÍA AL CENTRO TURÍSTICO

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Con su Familia	194	63.19%
Compañeros y amigos	82	26.71%
Con su Pareja	29	9.45%
Solo	2	0.65%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 12**



## ANÁLISIS

Más de la mitad de la población expresa su conformidad con la apertura de un local que brinde éste servicio para satisfacer las expectativas que los turistas nacionales y extranjeros esperan tomando en cuenta que la sociedad en la que vivimos tiene su cultura de hacer las cosas junto a su familia. A su vez es un factor importante para el proyecto ya que se cuenta con familias completas quienes serán los que visiten el complejo.

**12. ¿Qué beneficios cree usted que aportaría la apertura de un centro turístico en el Cantón Huaca?**

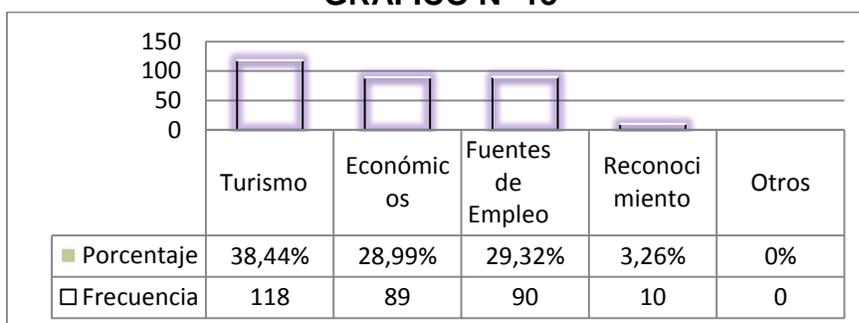
**Cuadro N° 19**

## BENEFICIOS QUE APORTARÍA EL CENTRO TURÍSTICO

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	118	38.44%
Económicos	89	28.99%
Fuentes de Empleo	90	29.32%
Reconocimiento	10	3.26%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 13**



## ANÁLISIS

Se considera que la oferta no satisface la demanda existente por que el servicio debe mejorar aún más y esto se lo consigue sólo cuando existe más competencia. Además de estabilizar la economía del cantón generando empleo y atrayendo la inversión nacional y extranjera ya que es considerada como una potencial oportunidad para el crecimiento comercial, ofreciendo servicios de calidad no únicamente en el centro sino aportar con el crecimiento de la cultura del cantón.

**13. ¿Con que frecuencia usted visitaría el Cantón San Pedro de Huaca; su zona de reserva natural, santuario de la Virgen, otros?**

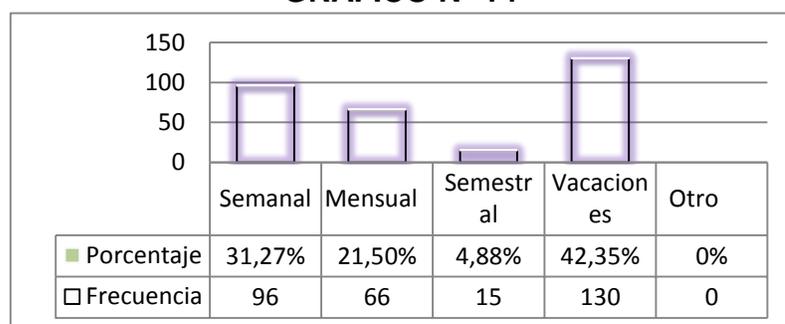
**Cuadro N° 20**

## FRECUENCIA DE VISITA AL CANTÓN HUACA

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	96	31.27%
Mensual	66	21.50%
Semestral	15	4.88%
Vacaciones	130	42.35%
Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 14**



## ANÁLISIS

Para considerar un servicio de calidad las características mínimas con las que debe contar un local de cualquier tipo que este sea son: cordialidad, agilidad en la atención, amplia visión de crecimiento, el ambiente del local y los servicios complementarios, como son espacios de recreación, parqueaderos vigilados etc. Estos aspectos son de gran importancia ya que el turista toma en cuenta la forma en la cual fue atendido y el factor que lo lleva a regresar.

### 14. ¿Qué medio de comunicación utiliza para reconocer lugares turísticos?

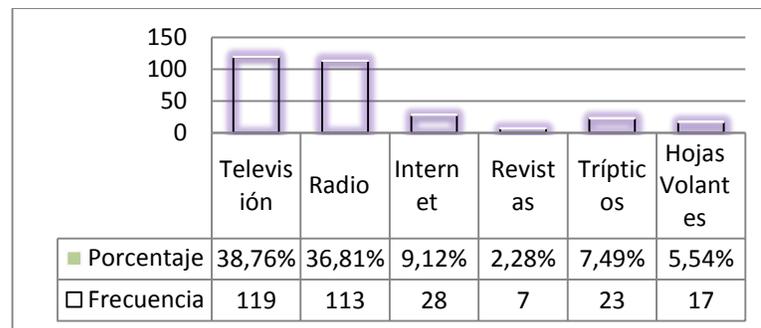
**Cuadro N° 21**

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	119	38.76%
Radio	113	36.81%
Internet	28	9.12%
Revistas	7	2.28%
Trípticos	23	7.49%
Hojas Volantes	17	5.54%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO Nº 15**



## ANÁLISIS

La mayoría de personas que visitan éstos lugares de esparcimiento prefieren informarse por radio y televisión ya que el grado de educación así lo determina tomando en consideración que la mayor parte de la gente adulta no tiene acceso a otro tipo de información contrastando con la realidad que se presenta en el cantón.

**15. ¿De acuerdo a sus ingresos, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar Ud; por los servicios del centro Turístico?**

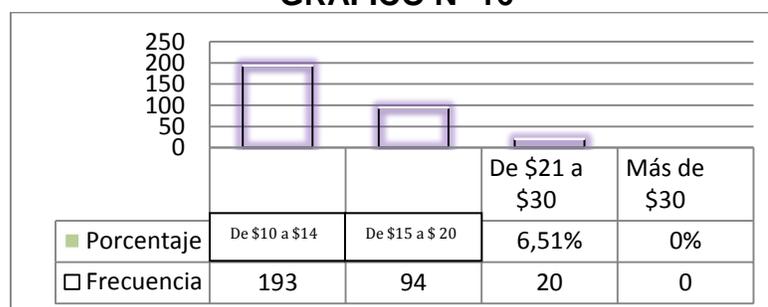
### Cuadro Nº 22

#### Hospedaje

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De \$10 a \$14	193	62.87%
De \$15 a \$20	94	30.62%
De \$21 a \$30	20	6.51%
Más de \$30	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 16**



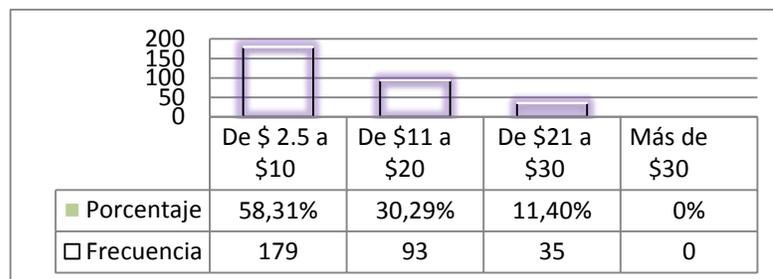
**Cuadro N° 23**

**Restaurante**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 2.5 a \$10	179	58.31%
De \$11 a \$20	93	30.29%
De \$21 a \$30	35	11.40%
Más de \$30	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Auto

**GRAFICO N° 17**



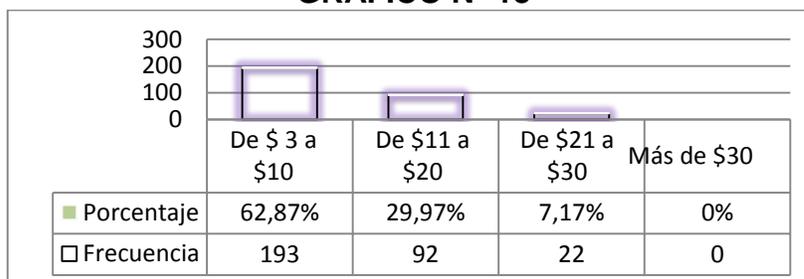
**Cuadro N° 24**  
**Áreas de Recreación**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 3 a \$10	193	62.87%
De \$11 a \$20	92	29.97%
De \$21 a \$30	22	7.17%
Más de \$30	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)

**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 18**



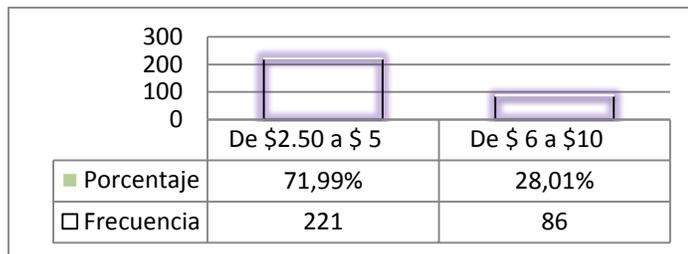
**Cuadro N° 25**  
**Paseos por Senderos**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De \$2.50 a \$ 5	221	71.99%
De \$ 6 a \$10	86	28.01%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)

**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 19**

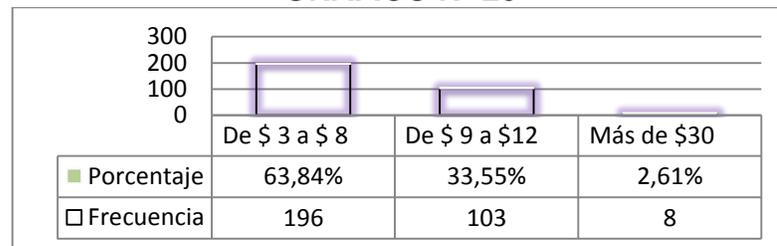


**Cuadro N° 26**  
**Piscina, Sauna, Turco e Hidromasaje**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 3 a \$ 8	196	63.84%
De \$ 9 a \$12	103	33.55%
Más de \$30	8	2.61%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 20**



## ANÁLISIS

Como se puede apreciar en las encuestas realizadas la economía de la población del cantón es baja en relación al sueldo básico unificado. Pero también se tiene que existe una gran aceptación en todos los sectores por este tipo de atractivos, lo cual es favorable para el proyecto, pero consideran el factor económico como determinante al momento de contratar el servicio es por ello que se toma en cuenta la economía que posee el cantón para establecer los precios acordes a nuestro mercado meta.

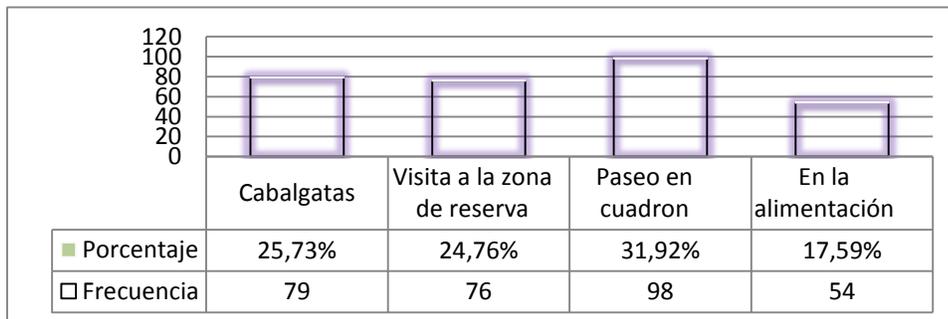
16. ¿El centro turístico realizaría promociones; especifique cual es de su mayor agrado?

**Cuadro N° 27**  
**Promociones del centro Turístico**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cabalgatas	79	25.73%
Visita a la zona de reserva	76	24.76%
Paseo en cuadron	98	31.92%
En la alimentación	54	17.59%
<b>TOTAL</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta (Población del Cantón Huaca, Diciembre 2012)  
**Elaborado por:** El Autor

**GRAFICO N° 21**



## ANÁLISIS

Nuestro complejo al brindar un servicio demandado por grupos de personas, amigos y familiares, considera un factor importante al momento de elegir un centro turístico los servicios que ofrece siendo este el criterio de los encuestados el complejo debe estar constituida por personas debidamente capacitadas, creativas con ideas propositivas, que garantice la satisfacción al

cliente, además manifiestan que el reconocimiento en el medio es el factor más destacado al contratar los servicios recreacionales.

### **RESULTADO DE LA ENTREVISTA REALIZADA**

**NOMBRE: Ing. Wilman Vaca**

**CARGO: Director del Departamento de Gestión Ambiental y Promoción Turística del Cantón Huaca**

**FECHA: 15-09-2012**

**1. ¿El municipio del cantón Huaca de qué forma ha contribuido a la promoción turística del sector?**

El Gobierno Municipal del cantón Huaca, ha contribuido en forma directa en torno al mejoramiento de la infraestructura física tanto en obras de mejoramiento de mercados, vialidad, construcción de parques, forestación de arboles entre otras obras prioritarias lo cual a sido uno de los elementos que ha servido para promocionar el turismo en el cantón.

**2. ¿Se ha proporcionado algún incentivo al turismo del sector?**

El incentivo ha sido la obra de infraestructura física ya que se ha logrado adecuar algunos atractivos turísticos para dar una mejor imagen al turista ya que el cantón posee una gran diversidad de actividades que se podrían efectuar como el turismo ecológico, comunitario, de aventura etc.

**3. ¿Qué tipo de actividades han desarrollado en pos de la reactivación del turismo en el cantón?**

Principalmente en la reconstrucción y mejoramiento de parques, obras viales promoción cultural, y forestación de algunos lugares.

**4. ¿Existe algún organismo específico dentro del municipio que se encargue de la parte turística?**

El departamento de cultura el mismo que se encarga de coordinar todas las actividades que se realizan a favor del turismo y cultura dentro del cantón Huaca.

**5. ¿Qué opina sobre la creación de un complejo turístico en el cantón Huaca provincia del Carchi?**

Sería muy bueno ya que toda la población del cantón y sus alrededores lo necesitan ya que se suele salir a otros lugares e incurrir a mayores gastos de traslado y alimentación. Además que no existe un lugar donde recrearse con la familia, y atrayendo a más turistas no solo del cantón sino de toda la provincia.

**6. ¿Cómo se lograría la reactivación del turismo a nivel interno, para que el cantón Huaca sea reconocido a nivel nacional?**

Mediante la promoción y el mejoramiento de la obra física, lo cual incentivaría a que la gente comience a ser creativa y sean formadores de nuevos negocios. Además de dar la oportunidad de establecerse a personas que hacen trabajos manuales y no tienen un lugar donde exponer sus obras.

**7. ¿Qué tipo de problemas actualmente afronta el sector turístico dentro del Cantón?**

Inicialmente el problema de las vías de acceso ya que para ir a la Estación Biológica Guanderas ni siquiera existe carretera toca trasladarse a pie, caballos o motos, pero actualmente se esta abriendo camino para llegar a este lugar logrando cumplir las expectativas programadas y logrando que la fuente de ingresos a estos lugares de atracción mejoren.

### 3.3 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

En el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011-2031 del Cantón San Pedro de Huaca y las parroquias urbana San Pedro de Huaca y rural Mariscal Sucre, se visualizó la necesidad de incluir a la actividad turística como una parte importante del sistema económico productivo, ya que se lo considera como un eje dinamizador de la economía local y una alternativa de desarrollo. (PLANDETUR 2020).

Según información proporcionada por el Ministerio de Turismo, se llega a determinar que al cantón Huaca del total de visitantes a la provincia del Carchi llegan a este cantón el 20,27%, de 120.233 en promedio cada año; se especifica en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 28**  
**CANTÓN HUACA: DEMANDA TURISTICA REAL AÑO 2010**

<b>Entrada de Extranjeros</b>				
<b>Turistas</b>	<b>Total visitas al año</b>	<b>14,78% Permanece en la Provincia</b>	<b>20,27% Permanece en el Cantón Huaca</b>	<b>85,22% Permanece en el resto del País.</b>
Extranjeros	120.233	17.770	3.602	102.463
<b>TOTAL</b>	<b>120.233</b>	<b>17.770</b>	<b>3.602</b>	<b>102.463</b>

*Fuente: Dirección Nacional de Migración 2010*

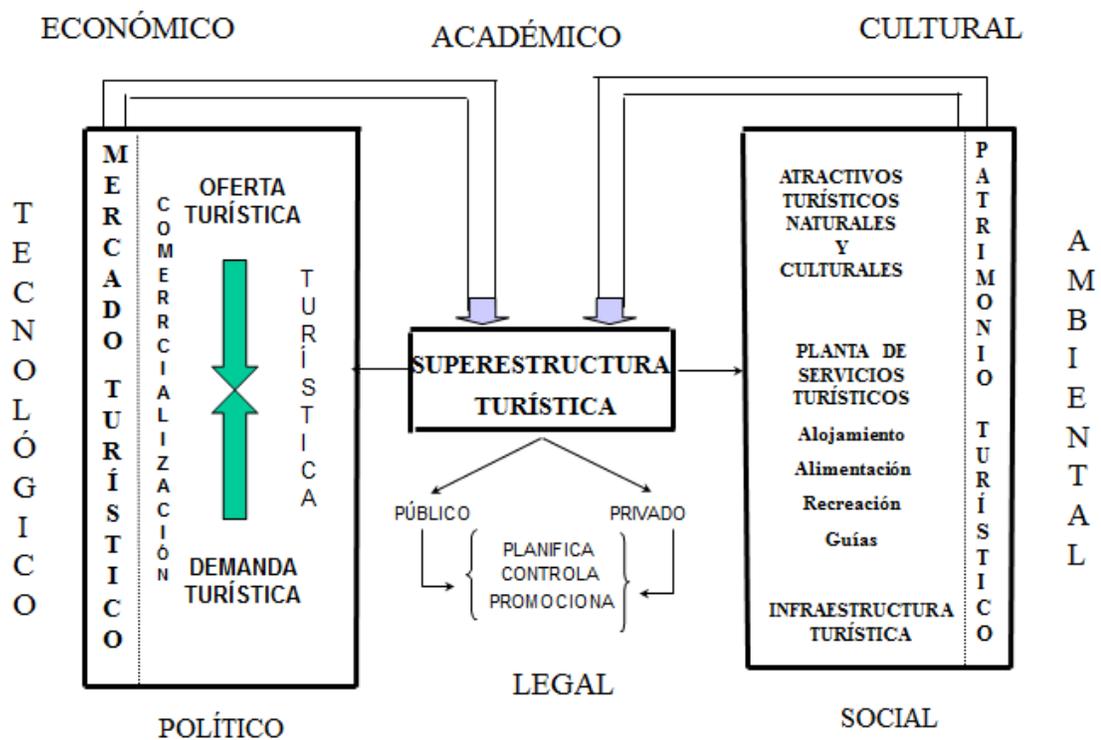
*Elaborado: El Autor*

El desarrollo de la actividad turística en un territorio determinado requiere de la intervención de varios elementos como son: los compradores – visitantes

(demanda) y vendedores oferta (oferta) de varios servicios como son el de alojamiento, alimentación, transporte y esparcimiento. La compra-venta del servicio se deberá realizar entre la empresa del complejo turístico y el usuario final, es decir el visitante nacional y extranjero; en donde debemos determinar las necesidades, los deseos y los intereses de nuestro mercado meta solo así podremos brindar un valor superior a los clientes es por ello que se definen dentro del sistema turístico como se visualiza para mayor comprensión en la siguiente figura:

❖ **Definición y Características del Servicio Propuesto**

**GRAFICO Nº 22**  
**SISTEMA TURISTICO**



Los conceptos que a continuación se describen son los utilizados por el Ministerio de Turismo (2008) como ente rector.

- **Atractivos turísticos**

Conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante, constituyéndose en el recurso indispensable para el desarrollo de la actividad.

- **Planta de servicios turísticos**

Los servicios de alojamiento, alimentación, recreación, guías y agencias de viajes conforman la planta de servicios turísticos.

- **Infraestructura turística**

Los servicios básicos: vialidad, agua, luz, teléfono, internet, transporte, sanidad, seguridad y servicios financieros constituyen la infraestructura turística.

- **Patrimonio turístico**

La suma de los atractivos tanto naturales como culturales, más los servicios turísticos y la infraestructura turística en un espacio determinado conforman el patrimonio turístico.

- **Producto turístico**

El producto turístico surge del uso consciente de los atractivos y la infraestructura turística por parte de las empresas que ponen en valor dichos recursos. Los productos son comercializados en el mercado turístico, donde actores públicos y privados, planifican, controlan y promocionan los productos y destinos turísticos, en el marco de los entornos económico, ambiental, cultural, político, legal, social, tecnológico y académico.

Cabe resaltar que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un periodo consecutivo inferior a un año, por fines de ocio, por negocio u otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Por medio de las encuestas realizadas a residentes locales, turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Huaca, se determinó el número de veces que realiza actividades de recreación turística dentro del cantón.

### 3.3.1 Análisis Subjetivo

La demanda turística en la actualidad se obtiene mediante el estudio de campo efectuado y la aplicación de las variaciones porcentuales del turismo receptor, detallados y explicados a continuación. Pero cabe señalar que apenas existe 2 atractivos turísticos de gran importancia.

**Cuadro N° 29**  
**Atractivos turísticos inventariados por el MINTUR.**

PARROQUIA	ATRATIVOS TURÍSTICOS	ATRATIVOS TURÍSTICOS
	CATEGORÍA	
Mariscal Sucre	Naturales	Estación Biológica Guandera
San Pedro de Huaca	Culturales	Santuario de la Virgen de la Purificación

**Fuente:** Actualización del Inventario de los Atractivos Turísticos (MINTUR).

**Elaborado:** El Autor

Usualmente para ponderar la demanda, se utilizan fuentes primarias (encuestas, entrevistas, etc.) y fuentes secundarias como datos históricos o estadísticas oficiales emitidas por organismos públicos, Debido a que el servicio es nuevo en el mercado, no se ha encontrado información referente

al consumo actual, es por este motivo que se aplicara los resultados de fuentes primarias, basandose en los resultados de la encuesta.

**Formula:**

$$Q_n = Q_0 (1 +$$

Donde:

$Q_n$  = Consumo Futuro (Población para el año n)

$Q_0$  = Consumo Inicial ((Población Inicial; año base)

1 = Valor constante

$i$  = Tasa de crecimiento poblacional anual Promedio

n = año proyectado (tiempo)

❖ **Demanda Actual del Servicio**

Se usará como guía el procedimiento formulado por Gabriel Baca Urbina, mismo que permitirá obtener datos sobre el consumo actual promedio mediante la utilización de los resultados obtenidos por medio de la encuesta.

En concordancia a ello se realizará el cálculo tomando como base los resultados obtenidos en la pregunta nro. 8 de la encuesta. El universo de estudio dentro del proyecto comprende por tanto a 7.624 habitantes y de acuerdo a los resultados de las encuestas se puede determinar que realmente hay una demanda por satisfacer; preliminarmente se conoce que según la pregunta 9 de la encuesta, existe un mayoritario 79.81% de personas que dicen no existe un lugar de recreación como el propuesto ni con condiciones similares dentro del Cantón y sus alrededores.

Este resultado comparado con el porcentaje alcanzado con respecto a la frecuencia de consumo establecerá la demanda anual. Al referirse a la ponencia en el mercado de un nuevo sitio de recreación, por ello he tomado en consideración la pregunta nro. 10 de la encuesta, en donde el 52.12% de encuestados están de acuerdo que se ubique el centro turístico en la zona urbana del Cantón.

**Cuadro N° 30  
Cálculo de la Demanda Actual**

<b>Población Total</b>		7624	<b>Total Demanda Anual</b>	<b>Aceptación del complejo Turístico 52.12%</b>
<b>Aceptación del Servicio.</b>		82,74%		
<b>Población potencial</b>		<b>6308</b>		
<b>Frecuencia</b>	Semanal (31.27%)	1973	102572	53461
	Mensual (21.50%)	1356	16275	8482
	Vacaciones (47,23%)	2979	2979	1553
<b>Demanda actual del servicio</b>		<b>6308</b>		<b>63496</b>

*Fuente: Estudio de Mercado/aplicación de encuestas*

*Elaborado: Dpto. de cultura.*

Antes de realizar cualquier tipo de proyección se debe recordar que se aplica una tasa de crecimiento poblacional del 0.81% a partir del año 2010; **Fuente resultados del Censo de población y vivienda en el Ecuador 2010 (INEC)**; por cuanto con esta tasa se procedió a realizar la proyección de la demanda, aplicando el método exponencial, así:

**Cuadro N° 31  
Proyección de la Demanda Anual Periodo 2013 – 2017**

<b>Años</b>	<b>Número de visitas turísticas</b> $Q_n = Q_0 (1 + 0.0081)^n$
2013	64010,24
2014	64528,72

2015	65051,40
2016	65578,32
2017	66109,50

*Elaborado: El Autor*

### **3.3.2 Análisis Objetivo**

Para la etapa del análisis objetivo, se revisó la bibliografía disponible de estudios, proyectos, programas ejecutados o en ejecución dentro del cantón. Esta información se constituyó en el punto de partida para el análisis posterior de la información recolectada en el trabajo de campo.

Los documentos de los cuales se partió fueron el Informe final del Proyecto: Diseño de la Ruta Eco-Agro turística Arrayanes- Colonia Huaqueña – Bosque Ceja Andina – Guandera – Cuasmal Cantones Montufar y San Pedro de Huaca e inventario de Atractivos Turísticos de la provincia del Carchi, proporcionado por el Ministerio de Turismo actualizado al 2008 y el Catastro del MINTUR (2011). Estos estudios permitieron tener una aproximación al cantón y su realidad turística, en cuanto a atractivos, demanda y servicios.

En la revisión de información secundaria del Cantón San Pedro de Huaca, se evidencia que únicamente dispone de estadísticas de demanda actual la Estación Biológica Guandera, que refleja el número de visitas, sin embargo no cuentan con el perfil del visitante. Por lo cual, se ha tomado la información existente en el MINTUR como referentes de desarrollo turístico.

Cabe mencionar que durante las festividades de cantonización y en honor al patrono, el cantón recibe un gran número de turistas, provenientes por lo regular de los cantones aledaños y motivados por observar los diferentes eventos religiosos, culturales y deportivos promovidos por el gobierno

municipal. No obstante, como se ha mencionado, no se cuenta con el registro de visitantes.

### **3.4 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

El objetivo de la proyección de la oferta es identificar cual será el comportamiento a futuro, siempre y cuando se utilice datos reales del pasado y presente.

La estimación de la oferta actual de servicios turísticos a nivel nacional, se encuentra que existen 595 establecimientos que proporcionan servicios de recreación, pero en el mismo registro se encuentra que la Provincia del Carchi tiene 7 establecimientos que se dedican a esta actividad. Llegando a determinar que los principales complejos turísticos considerados como competidores cercanos al cantón Huaca son:

- a) Complejo Turístico La Gruta de la Paz
- b) Complejo Turístico La Calera
- c) Complejo Turístico El Capulí (Privado)
- d) Complejo Turístico Aguas Hediondas

Cabe indicar que existen tres complejos más ubicados a nivel de la provincia a distancias considerables, siendo: los 3 chorros, Complejo Turístico Uyama, El Aguacate los cuales se encuentran cerca de la frontera Colombiana. Los servicios que actualmente ofrecen los complejos cercanos al cantón Huaca son:

#### **Cuadro N° 32 SERVICIOS QUE OFRECEN LOS CENTROS TURÍSTICOS**

Centros Turísticos	Piscina	Sauna	Turco	Canchas Deportivas	Buses	Bar. Rest.	Área Infantil	Sala de Juegos	Sala de Eventos	Espacios Verdes
La Paz	✓			✓	✓	✓	✓			✓
La Calera	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
El Capulí	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Aguas Hediondas	✓	✓	✓		✓	✓				✓

**Fuente:** Exploración de Campo

**Elaborado:** El Autor

### ➤ Oferta Histórica

Para el establecimiento de la oferta se tomo en cuenta la siguiente información histórica estructurada en base a la información proporcionada por los complejos anteriormente mencionados, cuya sustentación se los hizo documentalmente, obteniendo los siguientes cuadros:

### ❖ Caracterización de Complejos Turísticos.

#### a) Complejo Turístico “La Paz”

Mediante la exploración de campo realizada en el Complejo Turístico “La Paz” se obtubieron los siguientes resultados los cuales seran expuestos en la siguiente matriz.

**Cuadro N° 33  
Complejo Turístico “La Paz”**

Detalle	Características
<b>Generales</b>	
Administración	Hermanas Clarisas
Representante	Sra. Anita Guzmán
Distancia	20 kilómetros a la ciudad de Huaca
Ubicación	Cantón Montufar
Transporte	Coop. Cristóbal Colon (Sábados y Domingos)
Precio transporte	1,25 Dólar
Bar	Bebidas y snacks

Horario Atención	De 8 de la mañana a 5 de la tarde
Precio de entrada	Adultos US\$ 1.50
	Niños US\$ 0.75
<b>Infraestructura</b>	
<b>Piscinas</b>	
Grande	15 de largo por 7 metros de ancho m.
Profundidad	En un lado 1.80 y en el otro 0.80
Pequeña	Redonda aproximadamente 10m <sup>2</sup>
Profundidad	80 centímetros
<b>Canchas Deportivas</b>	
Cancha múltiple	Dimensiones de 40 por 20 metros
Cancha de vóley	Dimensiones de 18 por 9 metros
Espacios verdes	Distintos lugares
Sala de eventos	Cualquier tipo de evento

*Fuente: Exploracion de Campo*

*Elaborado: El Autor*

#### ❖ Capacidad Instalada del Complejo turístico “Gruta de La Paz”

A continuación mediante un cuadro se detalla la capacidad instalada que posee el Complejo Turístico “Gruta de la Paz”.

**Cuadro N° 34**

#### **Complejo turístico “Gruta de La Paz”**

Servicios	#	# Horas por Día	Días atención	Capacidad Instalada	Mes	Año
Piscinas	3	9	6	115	460	5520
<b>Total</b>						<b>5520</b>

*Fuente: Exploracion de Campo*

**Análisis.-** Para determinar la capacidad de la planta se a hecho una matriz en donde se incluyen parámetros importantes como: el servicio, número de

piscinas, horas al día de atención, entre otros. Con estos datos obtenidos se determina la capacidad instalada de cada uno de los servicios que estos complejos ofrecen. Con nueve horas diarias de atención por fin de semana se obtiene 460 clientes que es la capacidad instalada por parte del centro turístico religioso por consecuente 5520 clientes anuales siendo esta la capacidad instalada del complejo turístico religioso.

**b) Complejo turístico “La Calera”**

Mediante la exploración de campo realizada en el Complejo Turístico “La Calera” se obtuvieron los siguientes resultados los cuales serán expuestos en la siguiente matriz.

**Cuadro N° 35**  
**Complejo Turístico “La Calera”**

Detalle	Características
<b>Generales</b>	
Administración	Sr. Delfín Chamorro
Representante	Sr. Delfín Chamorro
Distancia	A 8 kilómetros del Ángel
Ubicación	Cantón Espejo
Transporte	No hay rutas, privado (fletes)
Precio transporte	Entre 1,50 y 2 Dólares
Bar	Lo necesario
Horario Atención	De 8 de la mañana a 5 de la tarde
Precio de entrada	Adultos US\$ 2.00
	Niños US\$ 1.00
<b>Infraestructura</b>	
<b>Piscina</b>	
Piscina semiolímpica	25 de largo por 12 metros de ancho
Profundidad	En un costado 1.80 y en el otro 1.00 m.
Sauna	En seco
Turco	A vapor

Canchas Deportivas	
Canchas vóley	Cemento de 18 por 9 metros.
	Tierra de 18 por 9 metros.
Espacios verdes	Distintos lugares
Juegos infantiles	Varios

**Fuente:** Exploracion de Campo

**Elaborado:** El Autor

### ❖ Capacidad Instalada del Complejo turístico “La Calera”

A continuación mediante un cuadro se detalla la capacidad instalada que posee el Complejo Turístico “La Calera”.

**Cuadro N° 36**

#### Complejo turístico “La Calera”

Servicios	#	# Horas por Día	Días atención	Capacidad Instalada	Mes	Año
Piscinas	2	9	6	100	400	4800
<b>Total</b>						<b>4800</b>

**Fuente:** Exploracion de Campo

**Elaborado:** El Autor

**Análisis.-** Se aplicara los mismos criterios que en el cuadro anterior, para establecer la capacidad de la planta se a creado una matriz en donde se incluyen parametros importantes como: el servicio, número de servicios, horas al dia de atención, dias de atención por semana, etc. Con estos datos obtenidos se determina la capacidad instalada de cada uno de los servicios que ofertan este complejo. En este caso, tambien se cobra entrada unica por el valor de 2 dolares, motivo por el cual se a tomado en cuenta solo el servicio de piscina, del cual se hace el cálculo respectivo. Con nueve horas diarias de atención durante 4 semanas por mes se obtiene 4800 personas anuales que viene siendo esta la capacidad instalada del complejo.

### c) Complejo Turístico “El Capulí”

Mediante la exploración de campo realizada en el Complejo Turístico “El Capulí” se obtubieron los siguientes resultados los cuales serán expuestos en la siguiente matriz:

**Cuadro N° 37**

#### **Complejo Turístico “El Capulí”**

<b>Detalle</b>	<b>Características</b>
<b>Generales</b>	
Administración	Sr. Carlos Gonzales
Representante	Sr. Carlos Gonzales
Distancia	A 2 kilómetros de la ciudad de San Gabriel
Ubicación	Cantón Montufar
Transporte	No hay rutas, privado (fletes)
Precio transporte	Entre 0.50 y 1.00 Dólares
Bar	Lo necesario
Horario Atención	De 8 de la mañana a 5 de la tarde
Precio de entrada	Adultos US\$ 6.00
	Niños US\$ 4
<b>Infraestructura</b>	
<b>Piscina</b>	
Piscina Grande semiolimpica	25 de largo por 12 metros de ancho
Profundidad	En un costado 1.30 y en el otro 0.70 c.
Tobogán	De 20 metros de distancia
<b>Canchas Deportivas</b>	
Cancha fulbito	De hierba de 20 por 10 metros cuadrados
Sala de juegos	Un billar y dos futbolines
Espacios verdes	Diferentes lugares

*Fuente: Exploracion de Campo*

*Elaborado: El Autor*

### ❖ **Capacidad Instalada del Complejo turístico “El Capulí”**

A continuación mediante un cuadro se detalla la capacidad instalada que posee el Complejo Turístico “El Capulí”.

**Cuadro N° 38**

**Complejo turístico “El Capulí”**

Servicios	#	# Horas por Día	Días atención	Capacidad Instalada	Mes	Año
Piscina	1	8	6	78	311	3727
<b>Total</b>						<b>3727</b>

*Fuente: Exploración de Campo*

*Elaborado: El Autor*

**Análisis:** Para fijar la capacidad de la planta se a hecho una matriz en donde se incluyen parametros importantes; con los cuales se determinara la capacidad instalada de cada uno de los servicios que estos complejos oferten. Cabe recalcar que en este complejo se paga entrada única para tener acceso a todos los servicios en oferta, por este motivo se ha generalizado tomando en cuenta la piscina, por ser el más demandado en estos lugares, en el cual se ha hecho el cálculo pertinente. Con ocho horas diarias de atención por fin de semana se tiene que se puede acoger a 78 clientes siendo esta la capacidad instalada del complejo.

**c) Balneario “Aguas Hediondas”**

Mediante la exploración de campo realizada en el Complejo Turístico “Aguas Hediondas” se obtubieron los siguientes resultados los cuales serán expuestos en la siguiente matriz.

**Cuadro N° 39**

**Balneario “Aguas Hediondas”**

Detalle	Características
---------	-----------------

<b>Generales</b>	
Administración	Junta Parroquial de Tufiño
Representante	Sr. Diego Quiroz
Distancia	A 18 kilómetros de la ciudad de Tulcán
Ubicación	Cantón Tulcán
Transporte	Buses Trans. Norte, privado (fletes) o bicicleta y camionetas 27 de Septiembre
Precio transporte	Entre 1.00 y 2.00 Dólares
Bar	Lo básico
Horario Atención	De 6 de la mañana a 5 de la tarde
Precio de entrada	Adultos US\$ 1.50
	Niños US\$ 0.75
<b>Infraestructura</b>	
<b>Piscinas</b>	
Piscina Grande	20 de largo por 10 metros de ancho
Profundidad	En un costado 1.80 y en el otro 0.80 c.
Piscina pequeña	De 8 de largo por 5 metros de ancho
Profundidad	De 0.80 centímetros
Espacios verdes	Varios

**Fuente:** Exploración de Campo

**Elaborado:** El Autor

#### ❖ Capacidad Instalada del Balneario “Aguas Hediondas”

A continuación mediante un cuadro se detalla la capacidad instalada que posee el Balneario “Aguas Hediondas”.

**Cuadro N° 40**  
**Balneario “Aguas Hediondas”**

Servicios	Nro.	Nro. Horas por Día	Días atención	Capacidad Instalada	Mes	Año
Piscinas	4	10	6	120	480	5760
<b>Total</b>						<b>5760</b>

**Fuente:** Exploracion de Campo  
**Elaborado:** El Autor

**Análisis:** Para lograr determinar la capacidad de la planta se a elaborado una matriz en donde se incluyen parametros importantes como: el servicio, número de servicios, horas al dia de atención, dias de atención por semana, etc. Con estos datos se podra determinar la capacidad instalada por parte del complejo. Cabe resaltar que en este balneario existe un solo servicio que se ofrece el cual es el de piscina, con el cual se ha determinado que: con diez horas diarias por fin de semana se obtiene 120 clientes y por consecuente, 5760 clientes anuales siendo esta la capacidad instalada del balnerio.

#### Cuadro N° 41

##### Capacidad Instalada Actual (Oferta) de los Complejos Turísticos Año 2012

Lugares Turísticos	Semanales	Mensuales	Cap. De Recepción al año
La Paz	115	460	5520
La Calera	100	400	4800
El Capulí	78	299	3727
Aguas Hediondas	120	480	5760
<b>TOTAL</b>			<b>19,807</b>

**Fuente:** Investigación Propia (Complejos la Paz, La Calera; El Capulí y Aguas Hediondas)  
**Elaborado:** El Autor

#### Cuadro N° 42

##### Información Histórica y Real de la Oferta (Cap. Instalada de planta)

##### Año 2012

Años	Número de visitas turísticas
2006	18,984
2007	19,119
2008	19,254
2009	19,391

2010	19,529
2011	19,648
2012	19,807

**Fuente:** Investigación Propia (Complejos la Paz; La Calera; El Capulí y Aguas Hediondas)

**Elaborado:** El Autor

Es importante establecer que el promedio de visitas fueron calculadas en base al promedio de visitas semanales según consta en los libros contables, en el manejo de ingreso por entradas en cada uno de los complejos turísticos anteriormente mencionados.

### 3.4.1 Análisis Subjetivo

Para proyectar la oferta futura se estableció en base de la aplicación de la fórmula exponencial, tomando como referencia la información actual y la serie histórica obtenida de los complejos investigados.

Con la tasa del 0.81% del crecimiento poblacional se procedió a realizar la proyección de la oferta, aplicando el método exponencial, así:

**Cuadro N° 43**  
**Proyección de la Oferta Potencial a Satisfacer (Cap. Instalada)**

<b>Años</b>	<b>Número de visitas turísticas</b> <b><math>Q_n = Q_0 (1 + 0.0081)^n</math></b>
2013	19967,44
2014	20129,17
2015	20292,22
2016	20456,59
2017	20622,28

**Elaborado:** El Autor

### **3.4.2 Análisis Objetivo**

Respecto al centro turístico, hay que considerar que es prácticamente el único que prestara estos servicios a una población de más de 19.000 personas incluido las parroquias aledañas al cantón Huaca y que se abre paso como un sitio tranquilo y de costos accesibles para sus visitantes.

### **3.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Como se puede observar la oferta que ofrecen los complejos turísticos de la Provincia del Carchi no son los adecuados ya que en algunos casos no se empezó la actividad turística de una forma técnica y organizada por lo que no logran captar toda la demanda del turismo es por ello que se hace necesaria la creación de un nuevo centro de esparcimiento con los debidos aspectos técnicos donde se logren identificar las necesidades del turista.

### **3.6 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA**

#### **❖ Estimación de la Demanda Potencial Insatisfecha**

La estimación de la demanda insatisfecha es importante ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho con el servicio o producto que se entregó, además es ahí donde se puede establecer las estrategias de marketing para lograr satisfacer este tipo de necesidad, la introducción de la empresa al mercado y poder entregar el servicio deseado al turista final. Una vez realizado y habiendo procesado la información levantada se estableció que en promedio 108 personas ingresan cada semana a un complejo turístico o deportivo en fechas normales. Una vez definido el promedio de ingreso de personas se calculara dicho número

por horario promedio de atención que manejan actualmente estos establecimientos y posteriormente se obtendrán resultados, semanales y mensuales que servirán como base para el cálculo del porcentaje que el proyecto estará en capacidad de atender y satisfacer respecto de la demanda considerada actual y futura.

Posterior a dichos resultados se ha realizado el cálculo de la capacidad diseñada del complejo Turístico en donde se concluye que el presente proyecto estará en capacidad de cubrir un 65% de la demanda insatisfecha, cabe recalcar que la demanda insatisfecha calculada es solo de la población del Cantón Huaca y los complejos turísticos analizados que se encuentran en cada uno de los diferentes Cantones de la provincia. Tomando en cuenta la capacidad de los demás complejos que ofertan similares servicios se encuentra que son muy limitadas sus instalaciones tienen varios años de vida útil y se encuentran a kilómetros de la ciudad; Los resultados correspondientes a oferta proyectada, demanda proyectada, demanda insatisfecha y capacidad del proyecto se muestran en el siguiente cuadro:

$$DI = D - O$$

**Cuadro N° 44**

**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL = DEMANDA – OFERTA**

<b>Determinación de la Demanda Insatisfecha</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA (Cap. Instalada)</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>Capacidad y D.I. por Cubrir (65%)</b>
<b>2013</b>	64010,24	19967,44	44042,80	<b>28627,82</b>
<b>2014</b>	64528,72	20129,17	44399,55	<b>28859,71</b>
<b>2015</b>	65051,40	20292,22	44759,18	<b>29093,47</b>
<b>2016</b>	65578,32	20456,59	45121,73	<b>29329,13</b>
<b>2017</b>	66109,50	20622,28	45487,22	<b>29566,69</b>

**Fuente:** Cuadros número N° 36 y N° 48

**Elaborado:** El Autor

Contrastando la oferta y demanda proyectada se presenta una buena oportunidad para comercializar el servicio ya que existe un alto déficit de oferta ya que la capacidad instalada por parte de estos complejos es baja y se contrasta con la realidad de que no se planificó para la construcción de estos complejos turísticos; como se puede evidenciar existe una demanda insatisfecha por parte de los complejos turísticos existentes en la provincia.

### **3.7 SENSIBILIDAD DEL ESTUDIO**

Los costos, gastos y precios del centro Turístico al igual que toda actividad económica no se los puede considerar fijos, debido principalmente a las fluctuaciones del mercado económico/financiero, dentro de este ámbito tienen un alto impacto las variaciones correspondientes a tasas inflacionarias que de cierta forma incrementan o disminuyen el valor de las inversiones expresadas en dinero a través del tiempo. A raíz de estas variaciones se hace difícil conocer si para cierto periodo presupuestario estas tasas crecen o decrecen sin afectar a la economía de la pequeña empresa.

Esta perspectiva es de vital importancia para mantener la estabilidad económica de la pequeña empresa, pues las connotaciones de la inestabilidad económica por la que atraviesan las grandes economías del mundo globalizado afectan a pequeñas economías como la de Ecuador, en donde es continua la inestabilidad económica, considerando que en la actualidad el país no depende solamente de los ingresos generados por el petróleo y más bien se ha priorizado la recaudación de impuestos, factor que ha contribuido en la dinamización y estabilización de la economía ecuatoriana en los últimos tiempos.

#### **➤ Precio Actual a Nivel del Mercado**

La determinación de precios de los diferentes servicios que se pretende ofrecer a los turistas es muy compleja puesto que en este tipo de negocios se consideran muchas variables tales como: las condiciones económicas, el grado de competencia entre los centros de recreación, las características de los servicios, la demanda de los turistas y los costos de la puesta en marcha del proyecto a fin de obtener un rendimiento justo de la inversión que se va a realizar.

La fijación de precios se la realizara en base a los establecidos en los otros centros turísticos y considerando también el costo real del proyecto, a continuación se detalla la lista de precios que los centros turísticos de la provincia del Carchi mantienen:

**Cuadro N° 45**

**LISTA DE PRECIOS EN LOS DIFERENTES LUGARES TURÍSTICOS**

<b>Centros Turísticos</b>	<b>Adultos \$</b>	<b>Niños \$</b>
La Paz	1.50	0.75
La Calera	2	1,00
El Capulí	4	2,00
Tufiño (Aguas Hediondas)	1.50	0,75

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: El Autor*

Cabe señalar que los precios de estos lugares son bajos porque la totalidad de balnearios son públicos.

➤ **Precio del Proyecto**

Con los servicios que se pretende ofrecer se estaría en la capacidad de establecer un precio referencial de 4,00 dólares para personas adultas y de 2,00 dólares para los niños y tercera edad, estos precios se dan porque el proyecto se lo realizara en base a una inversión de socios.

Dentro del factor precios es preciso señalar que dentro del ámbito Turístico los costos generalmente son medios, medios bajos y bajos esto a raíz de que en el medio no existe una oferta privada a excepción del centro turístico El Capulí que de cierta forma implica incurrir en gastos muy elevados y su enfoque abarca a personas de un nivel socioeconómico alto en donde el dinero fluye sin mayores contratiempos. Es por ello que el servicio en oferta destaca al tomar en consideración que su precio estará dentro del margen en el que se encuentra la competencia de similares características dentro del segmento turístico, y tomando en cuenta que tendrá un crecimiento anual por la inflación del 5%.

### Proyección del Precio

**Cuadro N° 46**

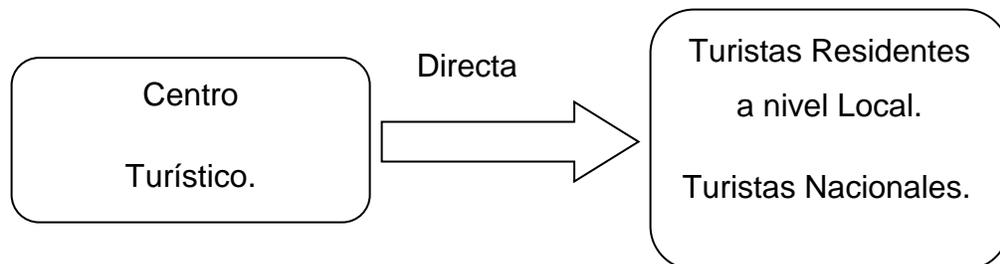
Precio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
4	4,20	4,41	4,63	4,86	5,11
2	2,10	2,21	2,32	2,43	2,55

Elaborado: El Autor

### ➤ Comercialización del Servicio

La comercialización de los servicios que prestara el proyecto será de manera directa como se presenta en el siguiente cuadro:

### Forma de Comercialización



**Elaborado:** El Autor

Esta estrategia es una forma de promover y dar imagen al centro turístico; motivando a los turistas a que generen sus propias sugerencias para realizar las debidas correcciones en los servicios entregados. Además de hacerlos a los turistas quienes difundan y den a conocer en complejo.

### ➤ **Publicidad y Promoción**

Para la prestación de servicios turísticos es importante establecer algunas estrategias que permitan dar a conocer el complejo; algunas se presentan así:

- a) Dar a conocer mediante el empleo de los principales medios de publicidad tales como la prensa, radio, televisión entre otros.
- b) Enfatizar en la publicidad, el hecho de que se trata de un proyecto comunitario que busca apoyar al desarrollo socioeconómico del sector.
- c) Proponer la suscripción de convenios con agencias de viajes y dar a conocer de mejor manera los servicios ofertados.
- d) Realizar eventos sociales y deportivos para que así se den cita los turistas de otros lugares.

### **3.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO**

La provincia del Carchi; va creciendo en turismo obteniendo un prestigio por cada lugar visitado, además por la visita permanente de turistas nacionales e internacionales y la cercanía a la hermana república de Colombia; a su vez la ciudad de Huaca por estar situada al borde de la panamericana norte posee un potencial mayor y es por ello que se debe aprovechar la oportunidad para que los turistas visiten el cantón y el centro turístico. Por ello se establece que existe una demanda insatisfecha del servicio que se ofrecerá, y se determina la viabilidad favorable de que el proyecto logre alcanzar una rentabilidad y posicionarse en el mercado, mediante la oferta del servicio de esparcimiento en un centro turístico.

Del estudio realizado tanto de la demanda como de la competencia del servicio, se concluye que existe un mercado potencial a satisfacer lo cual es adecuado para la creación del nuevo complejo turístico; ya que en la ciudad de Huaca no existe un solo sitio similar ni con las mismas características del proyecto propuesto, además el centro turístico representa una alternativa de inversión ya que por sus propias características ganara mercado en cuanto a ser visitado en fiestas especiales, por lo que en temporada alta crece la visita de nuevos turistas fortaleciendo la demanda permanente del servicio; motivo por el cual constantemente los turistas deben sufrir la falta de cobertura de la oferta con dificultades como:

- No existe una competencia significativa en la ciudad a acepción de los demás cantones que conforman la provincia del Carchi.
- La demanda potencial a satisfacer de servicios turísticos se estima en el año 2017 de 29566,69 personas.
- Débil cultura turística en un promedio de 80% de los complejos turísticos investigados; no cuentan con una planificación que les ayude a un desarrollo organizado y sostenible.
- Los complejos turísticos investigados todos son administrados por personas naturales que no poseen formación profesional.
- En los complejos turísticos mencionados no existe innovación en los servicios que ofertan.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

Todo proyecto, conservando sus características particulares, tiene una configuración individualizada para su funcionamiento, lo que hace casi imposible la existencia de proyectos similares desde el punto de vista técnico de su diseño, aunque la secuencia y las características de los procesos sean similares es por esto que se caracterizara nuestro centro turístico.

En el presente estudio se analizarán los diferentes elementos de carácter técnico, que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o servicio, y de forma general con aspectos relacionados a ubicación, recursos materiales, insumos, equipos, instalaciones, obras civiles, etc., para ello se deberá detallar y describir los requerimientos que implica cada actividad consignada dentro del proyecto a fin de hacer viable su posterior ejecución. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá, a fin de no colocar a la pequeña empresa en una situación de crear una estructura que no soporte la demanda, o por el contrario una estructura que genere una sobre producción y el mercado no la soporte, teniendo que dejar de explotar al máximo su capacidad de producción.

Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se dará a conocer las principales bases económicas que definen la elaboración y el análisis cuantitativo de la inversión total del proyecto para finalmente demostrar su viabilidad económica, así como también conocer su vida útil.

## 4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Se refiere al sitio óptimo a localizar donde se ubicara el proyecto, este aspecto es muy importante, ya que con la localización centrada se contribuirá a lograr una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital invertido. El objetivo del proyecto es llegar a determinar el sitio adecuado para el funcionamiento del centro turístico utilizando para el efecto los resultados que se han obtenido de acuerdo a la investigación que se realizó, en cuanto a la parte económica de precios y costos en funcionamiento de los mismos y los servicios que prestan. Logrando un apropiado estudio de localización, los análisis se lo realizara desde el punto de vista de la macro y micro localización.

Al momento de determinar la respectiva ubicación se debe analizar dos puntos:

a) Área geográfica llamada (Macro localización)

b) Lugar preciso del asentamiento denominado (Micro localización)

### ➤ **MACRO LOCALIZACIÓN**

Se tiene como propósito encontrar la ubicación más favorable para el proyecto, determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes. En cuanto a la localización del proyecto se tomara en cuenta algunos aspectos:

La deficiente y falta de un centro turístico en el cantón Huaca hace que la población realice visitas a lugares turísticos fuera del cantón, el lugar adecuado para localizar el proyecto, se lo justifica de la selección con la relación a los siguientes factores globales:

- a. Exigencias o requerimientos por parte de la población del Cantón Huaca.
- b. Medios y costos.
- c. Disponibilidad y costo de mano de obra.
- d. Fuentes de abastecimientos de materias primas.
- e. Servicios básicos (energía eléctrica, combustible, agua).
- f. Cercanía al cantón.
- g. Comunicaciones.
- h. Condiciones para la ejecución del proyecto, leyes y reglamentos.
- i. Factores ambientales.
- j. Actitud de la comunidad.
- k. Condiciones sociales y culturales.

### Ilustración N°1

#### MAPA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO



*Fuente: Encarta 2009*

Tomando en cuenta los factores globales el proyecto será ubicado dentro del territorio de la República del Ecuador, básicamente en Sur América, en donde el país es reconocido por situarse en la línea ecuatorial o mitad del

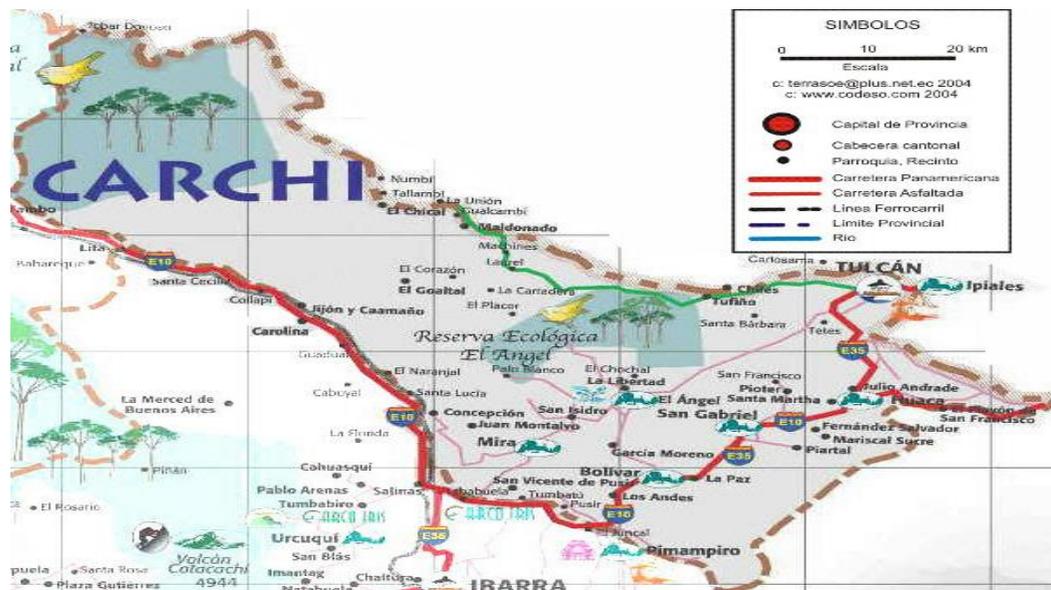
mundo. Limita al norte con la hermana República de Colombia, al sur y al este con Perú, mientras que al oeste con el Océano Pacífico.

El país tiene una extensión de 283.561 km<sup>2</sup> y una población de 14 483 499 personas. El territorio ecuatoriano se divide en 24 provincias, las cuales se dividen en cantones, los mismos que se dividen en parroquias, las que a su vez se dividen en urbanas y rurales. Actualmente en el Ecuador existen 7 regiones o zonas administrativas mismas que han sido conformadas a fin de descentralizar la función administrativa de la capital Quito.

- **Provincia**

El centro turístico se ubica en la Sierra Norte del país ya que cuenta con uno de los parajes más paradisíacos y con un crecimiento turístico y económico acelerado en la Provincia del Carchi. A nivel de la provincia existen 6 cantones; Tulcán, San Pedro de Huaca, Montufar, Bolívar, Espejo y Mira.

**Ilustración N°2**



**Fuente:** [www.ecuadorextremo.com](http://www.ecuadorextremo.com)

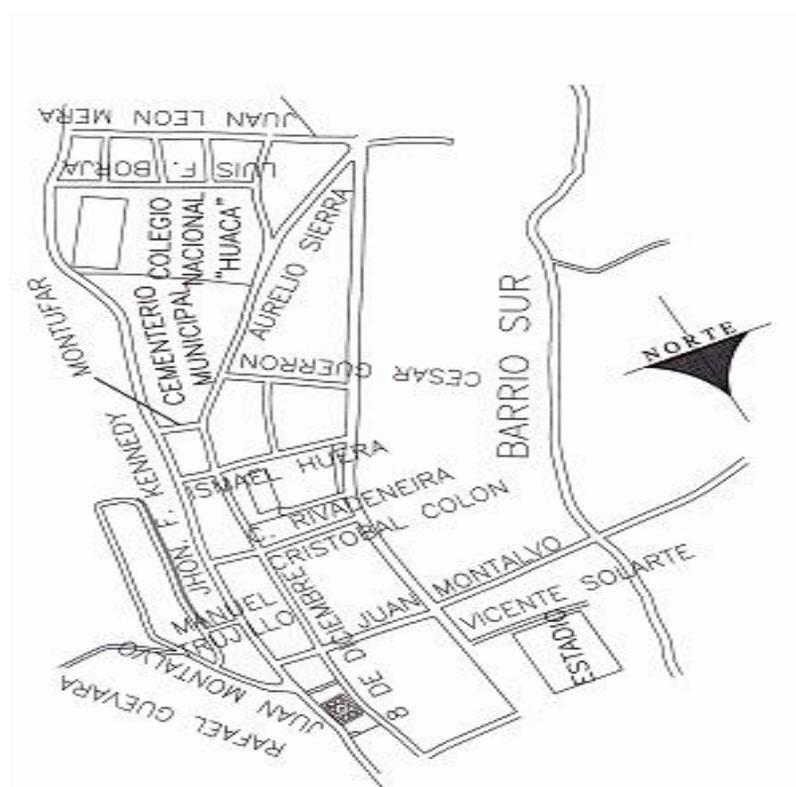
- **Cantón**

De una forma más detallada el centro turístico estará en ciudad de Huaca, en el barrio Norte cerca a la calle 8 de Diciembre vía al comunidad Pispud que se encuentra al norte de la ciudad de Huaca, popularmente conocido como la cruz debido a las leyendas existentes en el cantón.

La ciudad de Huaca es adyacente a la frontera norte. Se encuentra a ½ hora de la capital de la provincia Tulcán por la Panamericana Norte. Históricamente ha sido eje de una relación comercial y sociocultural intensa y fluida entre las dos naciones.

### Ilustración N°3

#### Croquis del Cantón San Pedro de Huaca

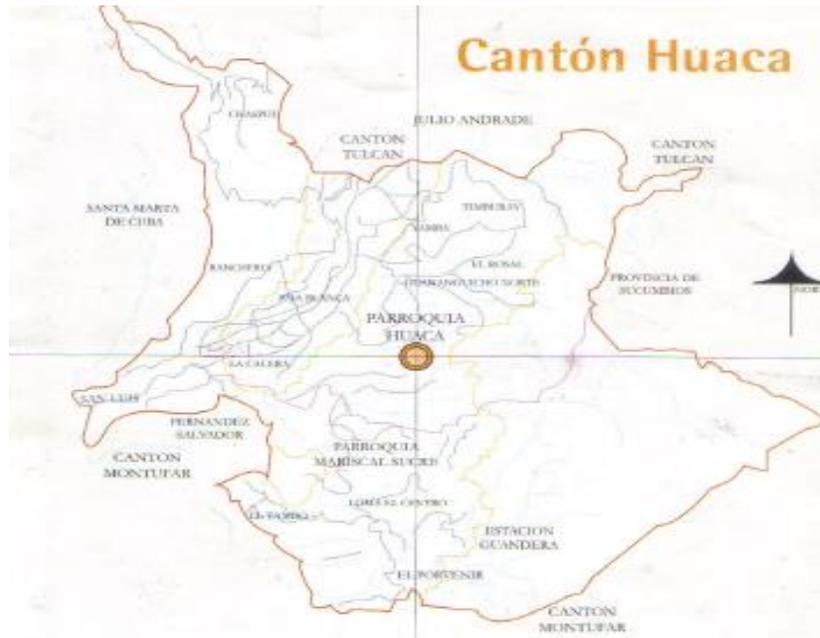


Fuente: [www.ecuadorextremo.com](http://www.ecuadorextremo.com)

- Parroquia

#### Ilustración N° 4

#### Mapa del Cantón San Pedro de Huaca



Fuente: [www.ecuadorextremo.com](http://www.ecuadorextremo.com)

#### ➤ MICRO LOCALIZACIÓN

En la micro localización se conjuga los aspectos referentes a los asentamientos humanos, busca seleccionar el espacio óptimo del proyecto, básicamente se describe las características y los costos de la infraestructura, medioambiente, leyes y reglamentos vigentes en el localización, dirección del emplazamiento.

Veremos la localización urbana, suburbana o rural, verificare las condiciones de las vías urbanas, para esto se deberá tener en cuenta los costos de inversión en el pago de la construcción del centro, el lote de terreno,

impuestos, auxilio de la policía, recolección de basura, mantenimiento y por concepto de seguridad. Tomando en consideración estos factores de influencia al proyecto puede puntualizar; para la micro localización se utilizara el método de ponderación para localizar el centro turístico.

### ❖ **Criterios de Selección de Alternativas**

El factor más relevante para escoger este punto de ubicación, es el pronunciamiento hecho por la población en el presente estudio de mercado, pues consideran que es el punto estratégico ideal para su funcionamiento. Como criterios adicionales para la selección del lugar en que se va llevar a cabo este proyecto destacan cercanía a la ciudad.

El lugar previsto para el desarrollo de la actividad económica del Complejo Turístico es una área de  $20,000m^2$ , que se encontrara ubicado cerca de la ciudad, junto al subcentro de salud de la ciudad a 5 minutos en cualquier tipo de movilización vía al comunidad Pispud, en los predios de la familia Villarreal Imbaquingo.

### ✓ **Ventajas de la Ubicación:**

#### **a) Cercanía a la ciudad.**

Una ventaja para escoger el punto de ubicación es la cercanía a la ciudad, pues se considera que es un punto estratégico, ideal para su funcionamiento no solo por todos los beneficios que brinda sino además por el pronunciamiento de la población.

#### **b) Cobertura de servicios básicos.**

El sector donde está planificada la implantación del Complejo Turístico “Cóndor Mirador” cuenta con la infraestructura de alcantarillado con la suficiente capacidad para un desfogue. Así mismo, este sector cuenta con infraestructura instalada de servicios de agua potable, energía eléctrica, teléfono y alumbrado público, por lo que la conexión de los servicios al complejo no significaría ningún problema.

#### **c) Fluida circulación de personas.**

Donde se pretende implantar el complejo Turístico “Cóndor Mirador” es un área de fluida circulación de personas ya que existen varios sectores o comunidades que se encuentran a la misma altura de Pispud y utilizan esta vía como su principal vía de acceso además que se une con la carretera que conduce a la parroquia de Julio Andrade perteneciente al cantón Tulcán que cuenta con una población mayor a la del cantón Huaca y de igual manera se encuentra a no más de 5 minutos del cantón y 10 minutos del complejo Turístico es por ello que existe una masiva circulación de personas.

#### **d) Seguridad.**

En términos de seguridad es importante señalar que los niveles de delincuencia en esta Ciudad son relativamente muy bajos, ello debido a la existencia de unidades de policía comunitaria (UPC), las alarmas comunitarias ubicadas estratégicamente en la ciudad. Además se prevé la contratación de vigilancia privada. Esto hace que no solo los clientes, sino empleados y propietarios se sientan tranquilos en el lugar.

**e) Vías de acceso en perfecto estado.**

En la actualidad a fin de mejorar las vías de acceso al Cantón Huaca y a la Provincia del Carchi, se está trabajando en la construcción de la autovía de la panamericana norte en el tramo Rumichaca-Ibarra, lo cual permitirá un acceso aún más rápido; ya que el complejo Turístico se encontrara ubicado cerca a la panamericana norte; por esto la importancia de la autovía y el perfecto estado y señalización de las carreteras secundarias que conducen al complejo Turístico “Cóndor Mirador”

**f) Transporte y comunicación.**

La ciudad de Huaca cuenta con una renovada red de cooperativas de transporte tanto público como privado con buses, taxis, camionetas y camiones que cumplen con diferentes necesidades de las personas al momento del servicio. Este factor resulta importante para establecer la ubicación óptima del proyecto ya que genera una cadena de abastecimiento no solamente de los insumos necesarios para el funcionamiento del complejo Turístico sino del factor clave para que el cliente pueda llegar fácilmente y sin contra tiempos. La comunicación tiene cobertura en toda la localidad en lo que tiene que ver con servicio telefónico, televisión por cable e internet.

➤ **UBICACIÓN DEL COMPLEJO**

El Complejo Turístico “Cóndor Mirador”, estará ubicado en la Ciudad de Huaca, en la vía a la comunidadPispud.



### 4.1.3 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

A fin de determinar los factores para la localización siendo estos: acceso a mercados, acceso a materias primas, mano de obra calificada, mano de obra no calificada, costo de mano de obra, costo de transporte, disponibilidad de transporte, agua, energía eléctrica, apoyo legal, servicios médicos, servicios de seguridad, actitud de la comunidad, restricción ambientales.

El tamaño podría irse adecuando a mayores requerimientos de operación para enfrentar un mercado creciente a continuación se presenta un cuadro de apreciación:

**Cuadro N° 47**  
**Factores de Localización**  
**Método Cualitativo por Porcentajes**

<b>FACTORES IMPORTANTES</b>	<b>70%</b>
Seguridad Policial	30%
Proximidad a las Vías de Acceso	30%
Disponibilidad de Medios de Comunicación	10%
<b>FACTORES IMPRESCINDIBLES</b>	<b>19%</b>
Disponibilidad de turistas locales, nacionales y extranjeros	5%
Facilidad de Vías de Acceso	10%
Existencia de terrenos adecuados para complejos	2%
Abastecimiento de Servicios Básicos	2%
<b>FACTORES ADICIONALES</b>	<b>11%</b>
Disponibilidad de Vulcanizadoras	7%
Calidad de productos para uso de complejos turísticos	2%
Disponibilidad de personal de limpieza	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: El Autor*

En base a la información proporcionada por datos anteriores, se ha determinado que el lugar más conveniente para localizar el presente proyecto es en el barrio Norte que es la entrada a la ciudad de Huaca y cumple con los requerimientos antes mencionados.

Además se toma en cuenta que se tiene a disposición el lote de terreno que es de nuestra propiedad, podremos hacer una construcción acorde a las necesidades de un centro turístico, se tiene acceso a varios factores dentro de la ubicación correspondiente.

Uno de los factores principales del centro turístico es que se encontrara a corta distancia del Sub Centro de Salud de la ciudad de Huaca, siendo un mayor beneficio de ubicación donde las personas que vayan a dicho centro de salud nos puedan reconocer, y a su vez si es necesario lleguen a utilizar nuestro servicio.

#### **4.1.4 TAMAÑO DEL PROYECTO**

Al ser un proyecto turístico para establecer su tamaño se parte de la capacidad de servicio que alcanza a cubrir de la demanda insatisfecha, determinada en el estudio de mercado en el Cantón Huaca.

El tamaño del proyecto está representado por la capacidad de turistas que puede albergar el establecimiento para tratar de cubrir una parte de la demanda insatisfecha, su cálculo está considerado para todos los fines de semana y los días considerados como feriados fijados por el gobierno nacional y los establecidos en la actualidad.

Según el estudio de mercado las posibilidades de realizar este proyecto son bastante buenas, ya que la competencia es mínima o casi ninguna dentro del

cantón y sus alrededores. La capacidad del centro turístico se irá incrementando según el crecimiento del mercado.

❖ **Factores que inciden en la definición del tamaño del proyecto.**

El análisis de estos factores permite determinar un panorama claro con respecto a cuan viable o riesgoso resulta la implementación del proyecto. Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista. Además se debe conocer el tamaño del proyecto con el que se contara para realizar todas las operaciones que se orientaran hacia el cumplimiento de los objetivos que se han establecido desde un inicio y que se contara con los resultados del estudio de mercado el cual provee información tanto de la oferta como de la demanda del bien o servicio, que sirve como referencia para determinar la magnitud del proyecto.

De este modo el tamaño que tendrá el complejo turístico se manifiesta mediante la demanda, disponibilidad de mano de obra, recursos financieros que determinara el tamaño óptimo del proyecto.

**Los factores son:**

- Demanda Potencial Insatisfecha
- Población
- Preferencia de deportes
- Turismo
- Segmentación de la Población
- Competencia

## ❖ **Determinación de la Capacidad del Proyecto**

Inicialmente se aspira ubicar a disposición del usuario los siguientes servicios:

- Hospedaje
- Bar Restaurante
- Piscinas
- Sauna y Turco
- Camas Terapéuticas
- Hidromasaje y Aromaterapia
- Una cancha para Básquet, Indor futbol y vóley

Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de cuatro aspectos:

- Fijación de la capacidad del complejo Turístico “Huacan de los Pastos”.
- Objetivos de crecimiento.
- Disponibilidad de recursos financieros.
- Materia prima e insumos.

### **a) Fijación de la capacidad del Complejo Turístico “Cóndor Mirador”**

Este aspecto del proyecto tiene relación con el volumen de su capacidad instalada, es decir, determinar cuál es la capacidad técnica viable, tomando en cuenta las condiciones normales de trabajo derivada del estudio de mercado.

Para lo que se ha elaborado la siguiente matriz en donde se determina la capacidad de cada una de los servicios que oferta el complejo Turístico en la ciudad.

**Cuadro Nº 48**  
**CAPACIDAD INSTALADA DEL COMPLEJO TURÍSTICO “CÓNDOR**  
**MIRADOR”**

Servicios	Nro.	Horas por día	% Asistencia	Días atención	Nro. Clientes	Clientes Diarios	Semana	Mes	Año
Hospedaje	10	8	100%	6	30	30	180	720	8,640
Piscinas	3	8	100%	6	40	40	240	960	11,520
Sauna	1	8	40%	6	15	48	288	1,152	13,824
Turco Camas	1	8	40%	6	15	48	288	1,152	13,824
Terapéuticas	2	8	50%	6	2	8	48	192	2,304
Hidromasaje	1	8	40%	6	3	10	58	230	2,765
Cancha sintética	1	8	40%	6	14	45	269	1075	12902
Cancha múltiple	1	8	40%	6	10	32	192	768	9216
<b>Total</b>					<b>129</b>	<b>261</b>	<b>1,563</b>	<b>6,249</b>	<b>74,985</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado:** El Autor

Para calcular la capacidad instalada y de atención al público o usuarios del complejo turístico, se lo realizó según el tipo de escenario al cual acuden, el número de horas real a trabajar y los días de atención por semana.

Se parte de un principio conservador de afluencia para no exagerar en las expectativas de éxito, asignando únicamente el 40% de las horas laborables según el servicio demandado.

Para un mejor entendimiento sobre los calculos realizados en la matriz para determinar la capacidad instalada del complejo se realiza lo siguiente: A las horas de atencion por dia le aplicamos el 40%, porcentaje estimado de visitas diarias, este valor multiplicamos por el número de canchas y por el número de jugadores que intervienen en la disciplina de esta manera obtenemos el número de clientes diarios que tendra el complejo, para obtener los clientes semanales multiplicamos por los dias de atencion, mensuales por cuatro y anuales por doce. Se debe recordar que unicamente las canchas deportivas; las camas Terapéuticas y el hidromasaje estan expuestas a este calculo.

De acuerdo a la matriz que se realizó, en el Cantón Huaca se establece que la capacidad que podrá tener el complejo Turístico será de 74,985 turistas en el año de inicio de operación aproximadamente.

#### **b) Objetivos de Crecimiento**

Para la determinación de los objetivos de crecimiento se parte de la captación que se realiza de la demanda insatisfecha y el planteamiento de objetivos de crecimiento en función de la disponibilidad de recursos como se ilustra en el siguiente cuadro.

**Cuadro N° 49**

#### **Objetivos de crecimiento**

<b>OBJETIVOS DE CRECIMIENTO</b>			
<b>Periodos</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Porcentaje de Captación</b>	<b>Total Captación</b>
1	44042,80	<b>0,65</b>	<b>28627,82</b>
2	44399,55	<b>0,65</b>	<b>28859,71</b>

3	44759,18	<b>0,65</b>	<b>29093,47</b>
4	45121,73	<b>0,65</b>	<b>29329,13</b>
5	45487,22	<b>0,65</b>	<b>29566,69</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado:** El Autor

Como se puede apreciar en el cuadro anterior los objetivos de crecimiento planteados respecto a la demanda insatisfecha son altos lo que demuestra una gran expectativa respecto al proyecto.

### **c) Disponibilidad de Recursos Financieros**

Para la planeación del financiamiento del proyecto, se debe tomar en cuenta el costo del dinero y el rendimiento del mismo a través del tiempo.

Para la implementación del proyecto se cuenta con un espacio de dos hectareas (veinte mil  $m^2$ ), cuyo valor comercial es de 6,00 USD por  $m^2$ , equivalente a un capital propio de USD. 120,000.

Se contará por tanto con recursos propios y recursos de terceros, especialmente Instituciones Financieras. Sin embargo la estructura del proyecto y su financiamiento se presentará mediante un apalancamiento financiero con Instituciones Financieras como la Corporación Financiera Nacional (CFN).

### **d) Materias primas e insumos**

En el medio existe suficiente cantidad de materia prima e insumos para este tipo de actividad económica.

La materia prima que se necesitaria para el complejo turistico seria todo lo que tiene que ver con materiales de construcción tales como: cemento, ladrillo, hierro, pinturas y demas materiales e insumos necesarios para la terminacion, acabados, mantenimiento y limpieza; por tanto contamos con variada oferta en el mercado local. Además reúnen las condiciones de excelente calidad y de acuerdo a lo que los turistas requieren para satisfacer su demanda. Al igual se procederá a seleccionar proveedores para la adquisición de insumos para dar el respectivo mantenimiento y aseo a cada una de las instalaciones del complejo turistico.

### ❖ **La Organización**

La organización de la empresa será importante para su funcionamiento la misma que estaría compuesta por personal administrativo y personal operativo. Con respecto a este factor se toma en cuenta el recurso humano que laborará en las distintas áreas de la empresa, para lo cual se deberá tomar en cuenta la mano de obra calificada; es decir contar con un personal apropiado para cada puesto de trabajo. Aquí se hace referencia sobre el personal técnico de cualquier nivel; de esta forma llevar una organización adecuada y que contribuya con el desarrollo de la empresa.

Para que la empresa sea conocida en el mercado debe contar con nombre o Razón Social, el cual deberá cumplir con todos los requisitos que la ley establece.

### ❖ **Distribución Física del Complejo Turístico**

Considerar la distribución de las actividades que se van a ejecutar dentro de las instalaciones propias del complejo, después que ha sido determinado la

disponibilidad del espacio físico es importante que se distribuya cada una de las áreas que conformara la planta turística.

En el diseño arquitectónico se ha considerado una distribución por áreas para una mejor eficiencia de las instalaciones del Complejo Turístico.

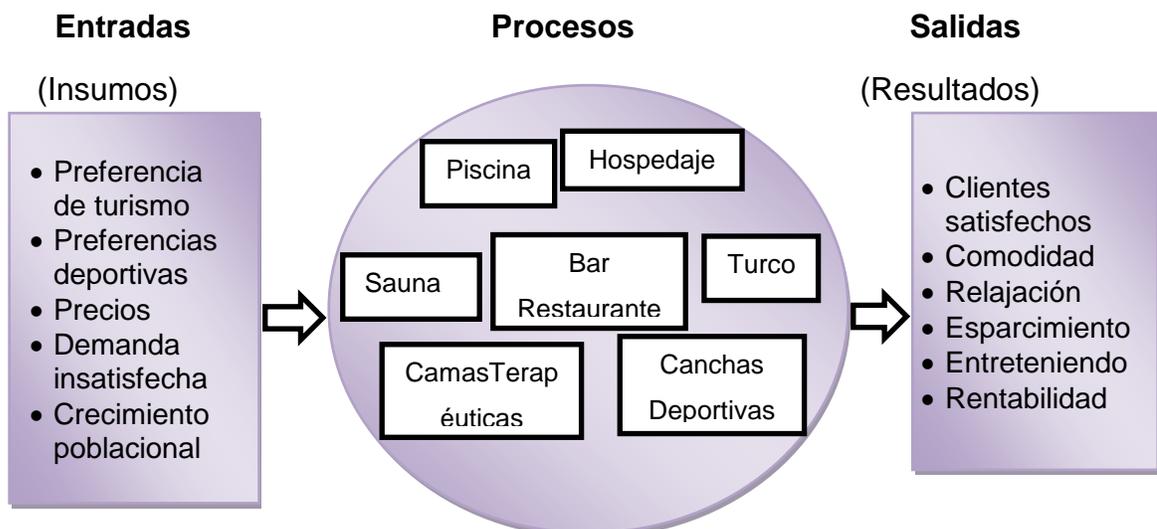
El proyecto se divide en 4 áreas que a continuación se da a conocer:

**Cuadro N° 50**

ÁREAS	UTILIZACIÓN	ÁREA(m2)
ÁREA 1	Administrativa, Mantenimiento y Seguridad	85.44
ÁREA 2	Alojamiento	510
ÁREA 3	Recreación y Esparcimiento	2290
ÁREA 4	Alimentos y Bebidas	240
<b>TOTAL</b>		<b>3125.44</b>

Elaborado: El Autor

**a) Proceso General:**

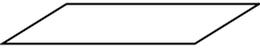


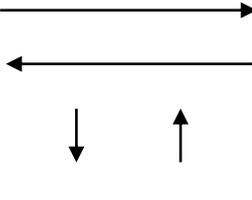
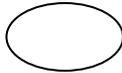
Elaborado: El Autor

❖ **Diagrama de flujo del proceso**

En general el diagrama de flujo de procesos, implica una serie secuencial de actividades, para conseguir metas o resultados.

**Cuadro Nº 51**  
**Simbología de Flujo Grama de Procesos**

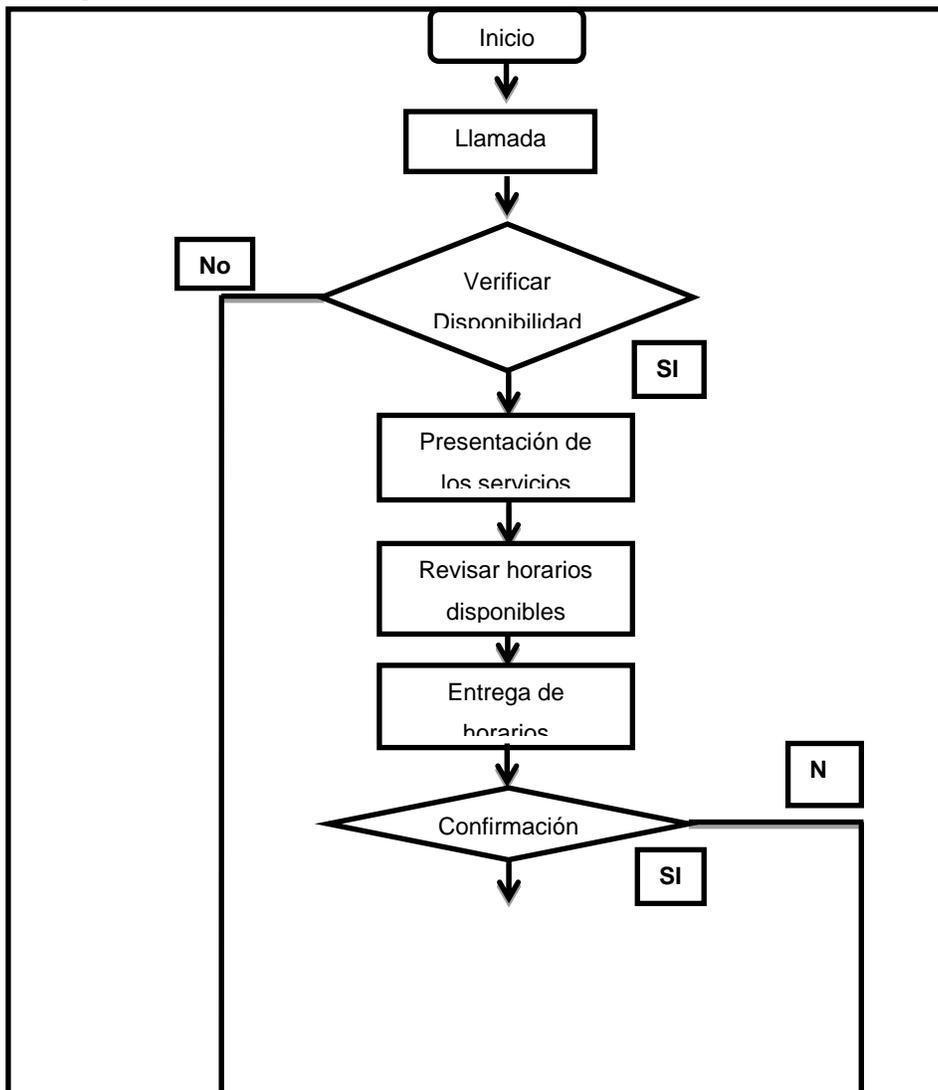
SIMBOLO	NOMBRE	ACCION
	Terminal	Representa el inicio o el fin del diagrama de flujo.
	Entrada y Salida	Representa los datos de entrada y los de salida.
	Decisión	Representa las comparaciones de dos o más valores, tiene dos salidas de información falsa y verdadera.
	Proceso	Indica todas las acciones o cálculos que se ejecutaran con los datos de entrada u otros obtenidos.

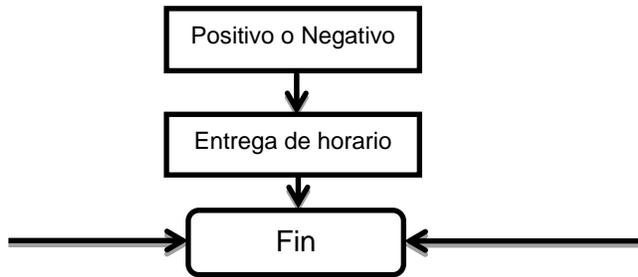
	<p>Líneas de flujo de información</p>	<p>Indican el sentido de la información obtenida y su uso posterior en algún proceso subsiguiente.</p>
	<p>Conector</p>	<p>Este símbolo permite identificar la continuación de la información si el diagrama es muy extenso.</p>

Fuente: Observación Directa

Elaborado: El Autor

**a) Recepción del Servicio**





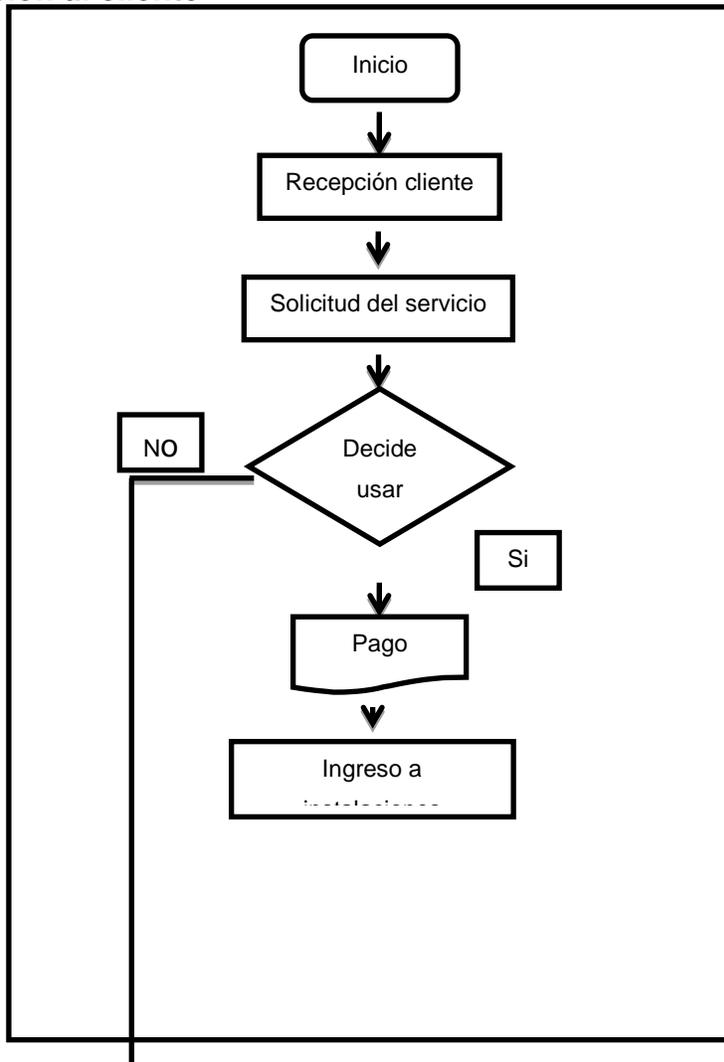
Elaborado por: El autor

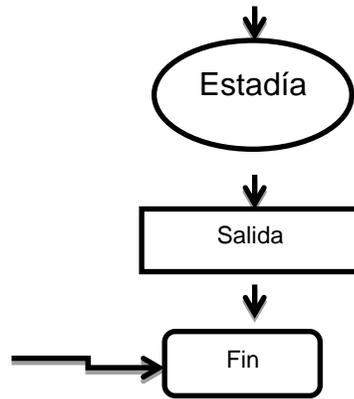
### Recepción del Servicio



Elaborado por: El autor

### b) Atención al cliente





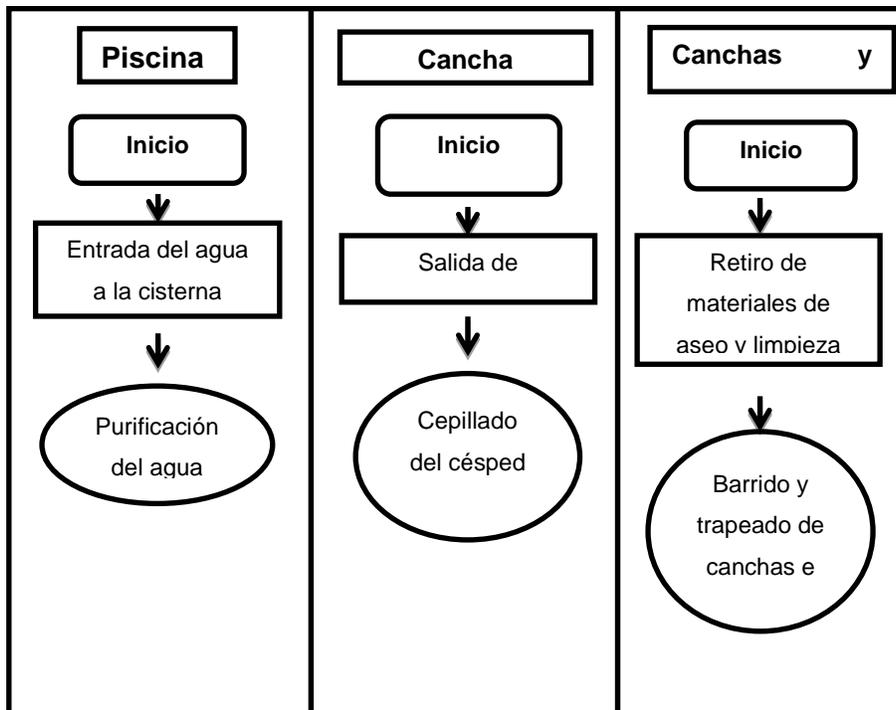
Elaborado por: El autor

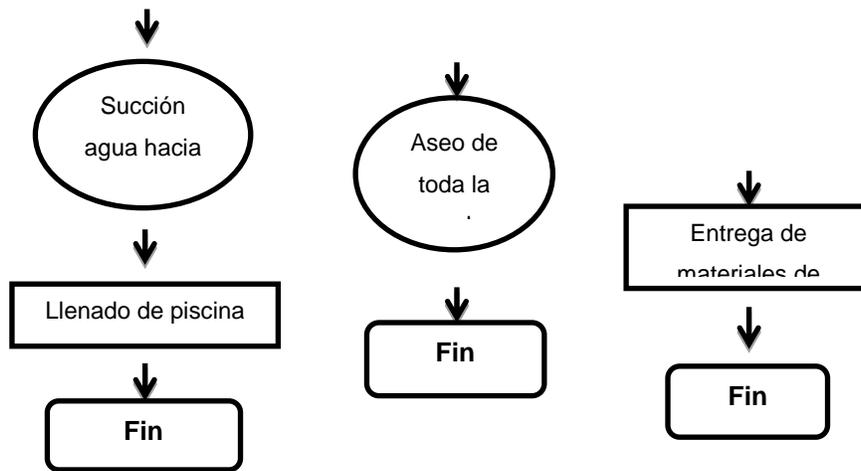
### Atención al Cliente



Elaborado por: El autor

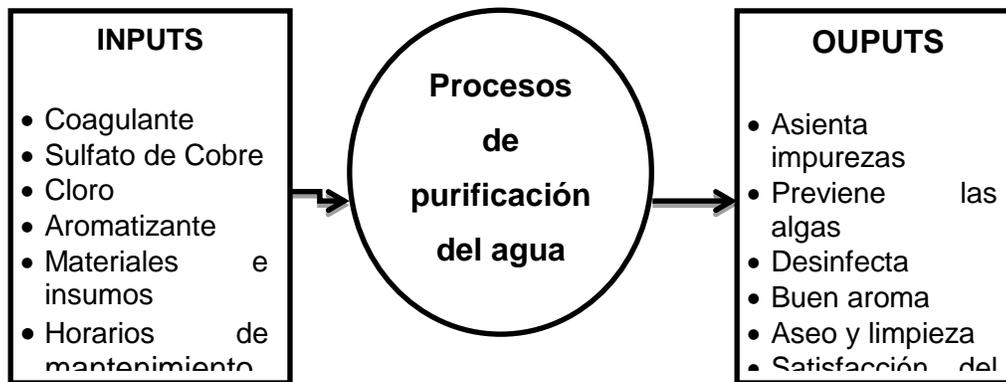
### ❖ Mantenimiento:





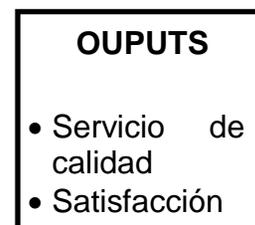
Elaborado por: El autor

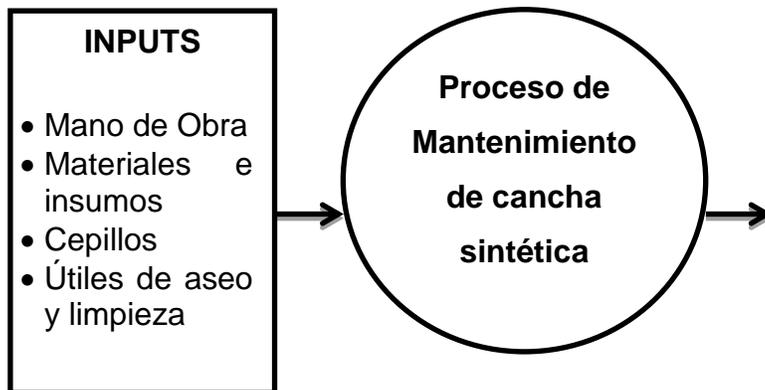
### Mantenimiento de Piscina



Elaborado por: El autor

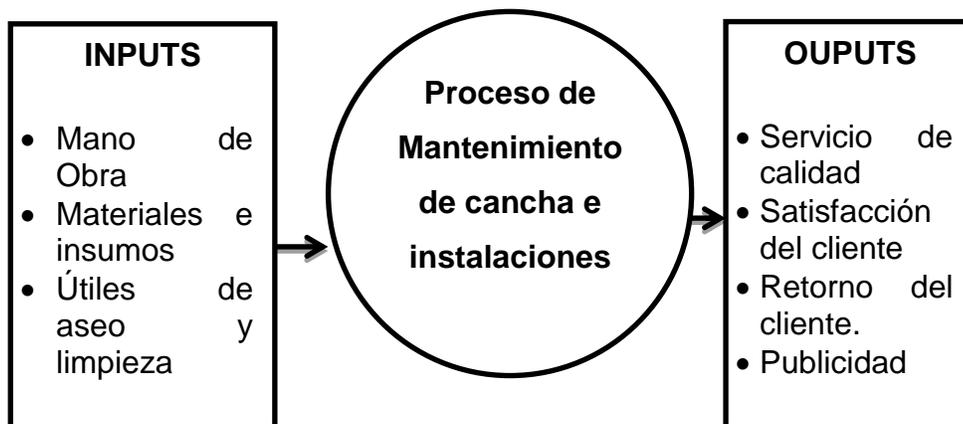
### Mantenimiento de Cancha Sintética





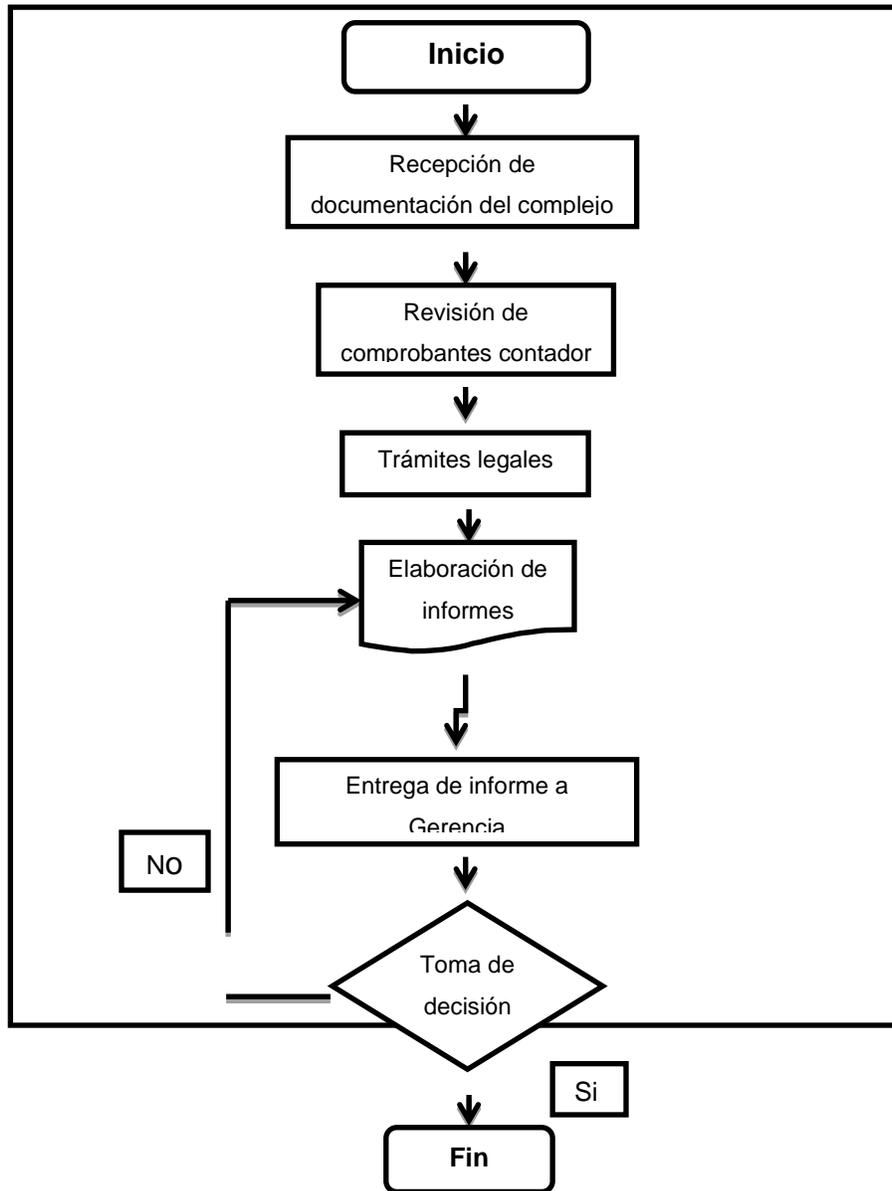
Elaborado por: El autor

### Mantenimiento Canchas e Instalaciones



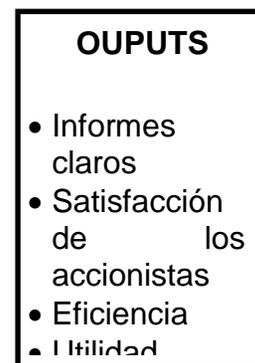
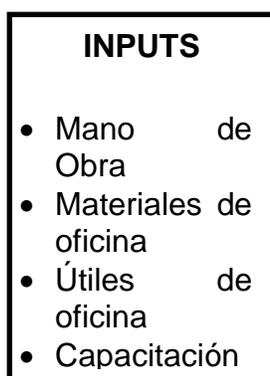
Elaborado por: El autor

**c) Contabilidad**



Elaborado por: El autor

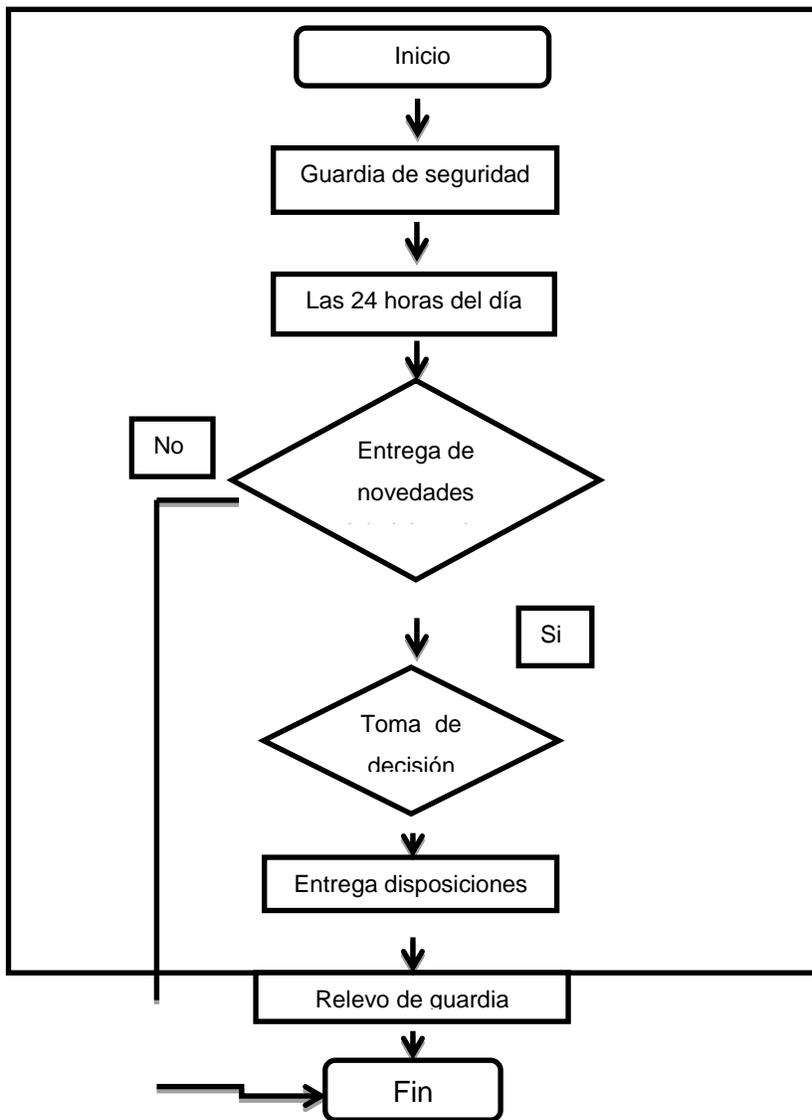
**Administración del Complejo**





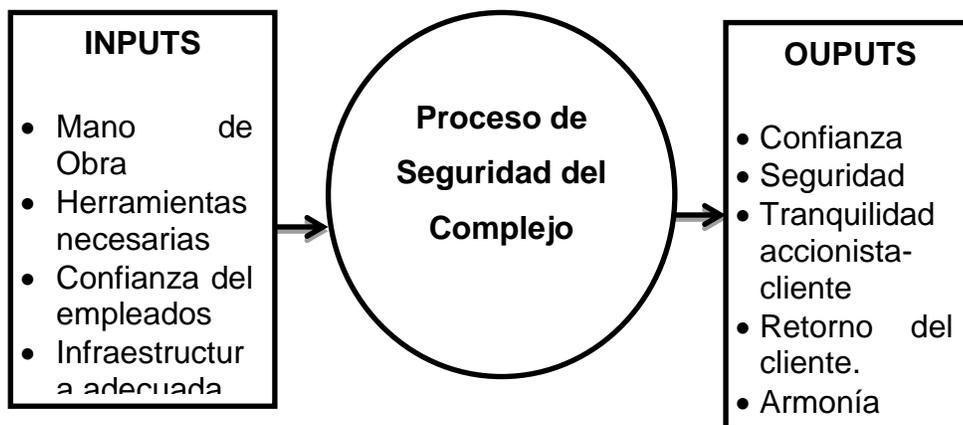
Elaborado por: El autor

#### d) Seguridad



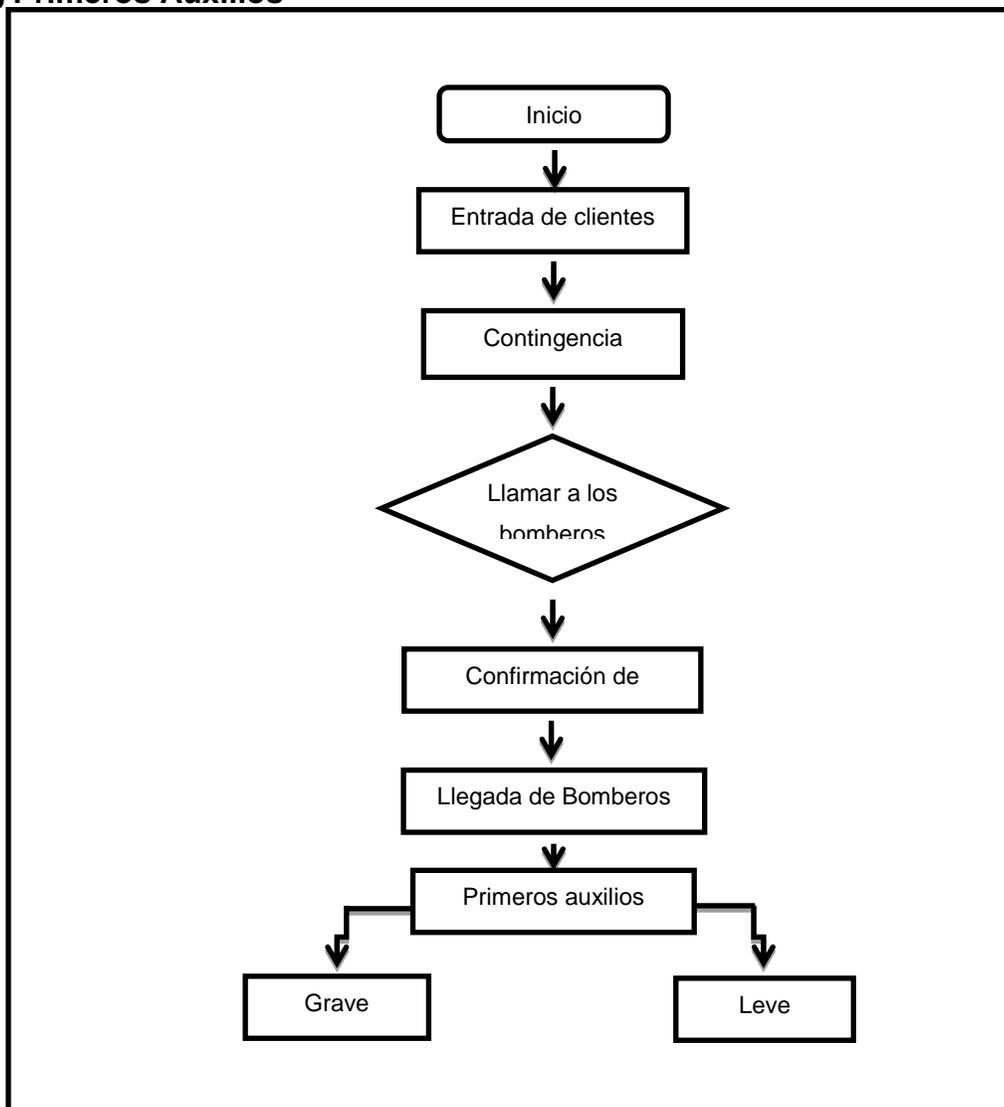
Elaborado por: El autor

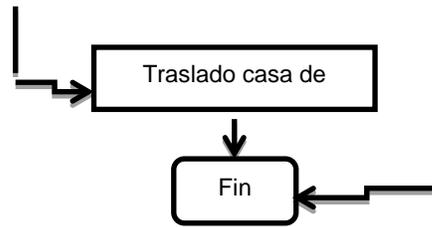
## Seguridad Complejo Deportivo



Elaborado por: El autor

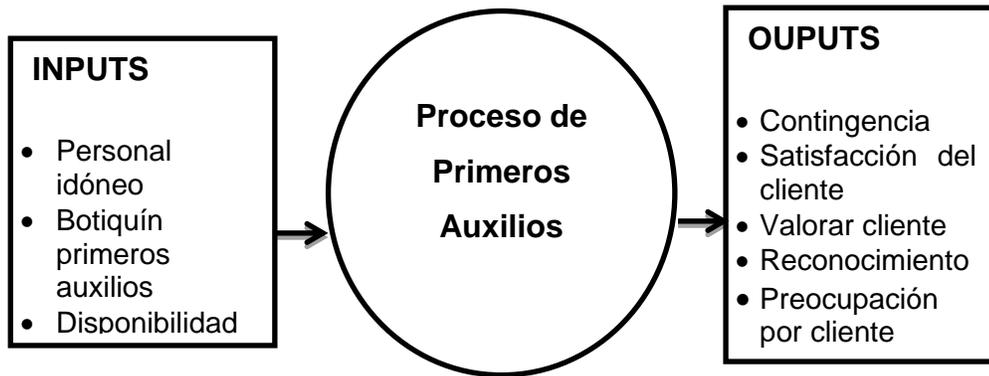
### e) Primeros Auxilios





Elaborado por: El autor

### Proceso de Primeros Auxilios



Elaborado por: El autor

### ❖ Proceso de entrada y tratamiento del agua al complejo Turístico.

El proceso de entrada del agua al complejo deportivo, se lo representa mediante las siguientes actividades o proceso:

#### Cuadro Nº 52

#### Proceso de entrada del agua al complejo

Actividades
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Abrir la llave que conecta directamente con la tubería y medidores del complejo</li> <li>2. Llenada de la cisterna y paso a las demás dependencias</li> <li>3. Purificación y tratamiento del agua (sulfato de cobre, coagulante, cloro)               <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sulfato de cobre: Previene las algas</li> </ul> </li> </ol>

- **Coagulante:** Recoge todas las impurezas y residuos y los asienta en el fondo para ser recogidos.
  - **Cloro:** desinfecta el agua.
- 4. Paso por filtros y sistemas de bombeo hacia la piscina**
  - 5. Llenado de la piscina.**
  - 6. Lista para ser usada.**

**Fuente:** Observación Directa “El Capulí”  
**Elaborado:** El Autor

❖ **Proceso de entrada del cliente al complejo Turístico.**

El proceso de entrada del cliente a las instalaciones del complejo deportivo Bolívar, se lo representa mediante actividades o procesos, siguientes:

**Cuadro N° 53**

**Proceso de entrada del cliente al complejo**

Actividades
<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Ingreso del cliente</b></li> <li><b>2. Recepción del cliente por parte del personal</b></li> <li><b>3. Información al cliente de los servicios ofertados</b></li> <li><b>4. Pago de la entrada y entrega de factura respectiva</b></li> <li><b>5. Ingreso del cliente a instalaciones internas</b></li> <li><b>6. Ocupación de los servicios por parte de los clientes</b></li> <li><b>7. Salida del cliente.</b></li> </ol>

**Fuente:** Observación Directa “La Calera”  
**Elaborado:** El Autor

## ❖ DISEÑO Y DESCRIPCION DE LAS INSTALACIONES

El diseño de las instalaciones del complejo turístico, estarán acorde a las especificaciones técnicas que implica el desarrollo de las diferentes actividades a realizarse, además de seleccionar la ubicación exacta de los diferentes espacios en donde se recibirá a los clientes en general.

Para que el desarrollo de todas estas actividades sea óptimo, básicamente se contará con las siguientes instalaciones.

- ✓ El área administrativa.
- ✓ Alojamiento.
  - Cabañas Confortables con todos los servicios.
  
- ✓ El área de bodega.
- ✓ El área de vigilancia.
- ✓ El área de recreación contara con:
  - Piscina
  - Sauna
  - Turco
  - Hidromasaje y Aromaterapia
  - Camas Terapéuticas
  - Baños
  - Duchas
  - Vestidores
  - Bar
  
- ✓ El área deportiva contara con:

- Una cancha múltiple.
- Una cancha sintética.
- Paseos en Cuadron

✓ Áreas verdes.

Se trata de construir un complejo que muestre un aspecto ordenado, atractivo y distinguido inducen respeto y comodidad a los clientes y motiva el regreso ya sea por la calidad del servicio o simplemente por la calidez del ambiente.

### Ilustración N°7

#### IMPLANTACION DEL PROYECTO



Elaborado por: ARQ. GLADIS BEDON

## ❖ **Áreas del Proyecto**

De acuerdo al estudio de mercado realizado, el establecimiento deberá poseer varias áreas y servicios los cuales ayudaran al crecimiento del proyecto y la satisfacción del cliente ya que se tiene como objetivo brindar comodidad y un ambiente agradable.

### **a) Área Administrativa**

El área Administrativa estará ubicada cerca al ingreso del complejo para tener un control interno de cada una de las áreas y por ende del personal que laborará en el complejo, área que tendrá las siguientes dimensiones:  $5m^2$  de ancho por  $6m^2$  de largo, se considera un espacio acorde para la oficina Administrativa.

### **b) Alojamiento**

Se equiparan completamente y además se facilitara al turista todos los materiales y accesorios indispensables a fin de brindarle una estadía agradable, también se ofrecerá servicios de lavandería a los clientes.

En este tipo de servicios la limpieza será primordial, el diseño de las instalaciones ofrecerá funcionalidad general, espacios privados y en general el diseño y ambiente será acogedor.

**c) Área de Bodega**

El área de bodega estará ubicada a un costado de administración en un lugar donde no interrumpa el libre tránsito y circulación e indisponga a los clientes, tomando en cuenta cada una de las áreas que comprenda el complejo turístico, la que tendrá las siguientes medidas de  $2.50 m^2$  de ancho por  $4.60 m^2$  de ancho suficiente para guardar los materiales de aseo del complejo.

**d) Área de vigilancia**

El área de vigilancia estará ubicada en un punto estratégico del cual se logre un control y vigilancia de las áreas del complejo tanto en el día como en la noche, esta área tendrá las siguientes medidas  $2m^2$  de ancho por  $3m^2$  de largo espacio en donde permanecerá el guardia de turno ya que el tiempo de trabajo permanecerá vigilando cada una de las instalaciones.

**e) Área de Recreación**

El área de recreación encontramos las piscinas con dimensiones de  $25m^2$  largo por  $12m^2$  de ancho, la que será complementada con 2 piscinas más; una mediana de  $10m^2$  de largo por  $6m^2$  de ancho y una para niños de  $3m^2$  de largo por  $2m^2$  de ancho además que se ubicara muy cerca el sauna y turco; además que se contara con un hidromasaje, camas terapéuticas y aromaterapia que viene hacer el valor agregado de nuestro proyecto ya que ningún otro complejo turístico cuenta con estos últimos mencionados; los baños para damas y caballeros, vestidores, duchas.

**f) Bar \_ Restaurant**

El servicio de bar restaurante del proyecto ofrecerá a todos los turistas todo tipo de comida típica del sector, en un ambiente tranquilo de infraestructura de tipo rustico, lo que le hará más atractivo para la visita de los clientes. Además que en esta área también se encuentra el bar en donde podemos encontrar todo en bebidas, jugos y snacks seleccionados y preferidos por los clientes.

**g) Área deportiva**

Esta área está compuesta por las instalaciones deportivas que son: una cancha múltiple con dimensiones de  $15m^2$  de ancho por  $28m^2$ ; una cancha sintética de futbol siete de  $15m^2$  ancho por  $28m^2$  de largo; cada una de estas con su respectiva señalización mediante una línea de color blanco.

**h) Área de espacios Verdes**

Esta área comprende las áreas verdes que tendrá la planta en donde se ha calculado aproximadamente unos  $800m^2$  de espacios verdes de todo el complejo donde prevalecerá el área infantil el cual juega un papel importante dentro de este tipo de proyectos

- **Estructura**

La estructura que tendrá la construcción civil del proyecto es de hormigón armado, basado en columnas localizadas de forma que permitan un soporte estructural adecuado. Los materiales utilizados, madera, hierro, y hormigón

para columnas superiores, cadenas inferiores y superiores de acuerdo al diseño de la estructura.

➤ **Pisos**

El piso será hormigón simple, con revestimiento no resbaloso para su fácil limpieza y seguridad del personal.

➤ **Paredes**

Las paredes serán de ladrillo visto, revestidos con esmalte que de brillo.

➤ **Cubierta**

La cubierta, hormigón simple y madera tratada y eternit con la finalidad de homogenizar la ventilación, mantener un adecuado equilibrio de la temperatura y humedad relativa al clima y sus cambios ambientales.

❖ **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Para determinar la ingeniería del proyecto se estableció tres elementos de estudio, tanto a nivel de suministro de agua, proceso de entrega del servicio, equipamiento del área de infraestructura, requerimiento de materiales para construcción, asistencia técnica, requerimiento de personal Administrativo, Operativo y Distribución de planta.

• **Requerimientos de Servicios**

a) **Suministro de Agua**

El agua para el presente proyecto provendrá de las vertientes localizadas en el Cantón. El caudal que se requiere para implantar el proyecto es de tres litros por segundo, estudio realizado en el complejo deportivo “El Capulí”, demuestra que el caudal de la vertiente sobrepasa lo requerido.

**b) Suministro de Energía Eléctrica**

Para el suministro de energía nuestro proveedor será la Empresa Eléctrica, los cuales con su amplia trayectoria en brindar este servicio pondrán a disposición del complejo todo su conocimiento en instalaciones y mantenimiento periódico de cada una de las conexiones en toda la planta.

**c) Suministro de Alcantarillado.**

El alcantarillado público será aprovechado para la implementación del complejo turístico el cual no ha tenido ningún problema, ya que la empresa de agua potable y alcantarillado se encarga de revisar y supervisar y dar el mantenimiento correspondiente.

**d) Suministro de Comunicación.**

Dentro de la comunicación que se ha planificado tener en el complejo turístico es la telefonía pública con la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) como único proveedor de este servicio y de internet en donde existen algunos proveedores para escoger la mejor condición brindando así conexión a internet y zona wifi.

**4.1.5 PRESUPUESTO TÉCNICO**

#### 4.1.5.1 Activos Fijos

##### ❖ Terreno

Para el proyecto se tiene a disposición un terreno de  $20,000m^2$ , en donde estarán distribuidas cada una de las instalaciones del complejo turístico de la ciudad, a continuación se detallaran las especificaciones del terreno en lo que tiene que ver con avalúos y extensión.

**Cuadro N° 54**

##### **Terreno**

Descripción	Extensión	P. Uni. $m^2$	V. total
Terreno	20.000	6,00	<b>120.000</b>

**Fuente:** Municipio del Cantón Huaca (Avalúos y catastros)

**Elaborado:** El Autor

##### ❖ Construcción e Instalaciones

Según la proyección estimada del Arq. Andrés Prado y el Sr. Napo Prado la construcción y adecuación de las instalaciones para el funcionamiento del complejo turístico, tendría un costo total que asciende a un valor de \$ 220,000 USD.

**Cuadro N° 55**

##### **Construcciones e Instalaciones**

Especificación de Requerimientos en Construcción				
Construcción e Instalaciones				
Descripción	Especificaciones técnicas	Nro. Unidade	C.	C. Total

		s	Unitario	
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA, MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD</b>				
Oficina administrativa	Área Administrativa	1	5,400	5,400
Boletería	Atención al Cliente	1	518,00	518,00
Casa de vigilancia	Seguridad del complejo	1	2,400	2,400
Bodega	Materiales de mantén. aseo	1	1,900	1,900
<b>ÁREA DE ALOJAMIENTO</b>				
Cabañas Múltiples	250m2	10	3,000	30,000
<b>ÁREA DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO</b>				
Piscina Semiolímpica	Baldosa de 25 por 12 m.	1	25,000	25,000
Piscina Mediana	Baldosa de 10 por 5 m.	1	15,000	15,000
Piscina Pequeña	Baldosa de 3 por 2 m.	1	6,000	6,000
Hidromasaje	Tina	1	1,300	1,300
Sala de relajación	Camas terapéuticas	2	3,000	6,000
Sauna – Turco	Madera y Cerámica	2	10,500	10,500
Cancha sintética	Césped sintético color verde	1	10,000	10,000
Cancha usos múltiples	Cemento capa cubierta	1	15,000	15,000
Cisterna	Ladrillo y cemento piscina	1	2,700	2,700
Aceras y pasillos	Complementan el complejo		1,958	1,958
Baños	Hombres y mujeres	5	1,500	7,500
Duchas	Hombres y mujeres	8	500,00	4,000

Vestidores	Hombres y mujeres	8	700,00	5,600
Sala de Convenciones	Mesas y sillas	20	6,100	6,100
Parqueadero	100m <sup>2</sup>		300,00	300,00
<b>ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>				
Bar_ Restaurante	Bebidas y confites, snacks	1	4,000	4,000
<b>TOTAL</b>				<b>161,176.00</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado: El Autor

### ❖ Maquinaria y Equipo

Los equipos de cómputo necesarios para la puesta en marcha de la Administración de la empresa son los básicos e indispensables a utilizarse y se los detalla a continuación:

#### Cuadro N° 56

#### Maquinaria y Equipo

Requerimientos en Equipos				
Maquinaria y Equipo				
Descripción	Especificaciones técnicas	Nro. Unidades	C. Unitario	C. Total
<b>ÁREA DE ALOJAMIENTO</b>				
Televisor 18"	Sin especificaciones	10	150.00	1500.00
Lavadora	Sin especificaciones	3	450.00	1350.00
Secadora	Sin especificaciones	3	250.00	750.00

Calefón	Sin especificaciones	8	150.00	1200.00
Teléfono de mesa	Sin especificaciones	8	20.00	160.00
<b>ÁREA DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO</b>				
Estanterías	Metálicas de 5 estantes	2	110,00	220,00
Cestos y Manillas con Nro.	C. de Plástico y M. de Caucho	50	4.00	200.00
Tabla Salvavidas	Material: flotante.	25	3.00	75.00
Podadora de césped	Sin especificaciones	1	200.00	200.00
Calentadores de agua para piscinas	Sin especificaciones	3	450.00	1350.00
Equipo para baño Sauna	Sin especificaciones	1	399,00	399,00
Equipo para Hidromasaje	Sin especificaciones	1	520,00	520,00
Equipo para baño turco	Sin especificaciones	1	530,00	530,00
Equipo de sonido LG	Sin especificaciones	1	250,00	250,00
<b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>				
Bicicletas BMX	Sin especificaciones	7	285,00	1,995.00
Cuadrones	Sin especificaciones	2	800,00	1,600.00
Caballos	Sin especificaciones	3	450	1,350.00
<b>ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>				
Cocina Industrial	Sin especificaciones	1	300,00	300,00
Cocina Convencional	Sin especificaciones	1	500,00	500,00
Refrigeradora	Indurama dos puertas	1	700,00	700,00
Horno Industrial	Sin especificaciones	1	350,00	350,00
Licuada Industrial	Sin especificaciones	1	100,00	100,00
Batidora Industrial	Sin especificaciones	1	100,00	100,00
Microondas	Sin especificaciones	1	100,00	100,00

Sanducheras	Sin especificaciones	3	25,00	75,00
Cafetera	Sin especificaciones	1	25,00	25,00
Tostador	Sin especificaciones	3	150,00	450,00
Extractor de Jugos	Sin especificaciones	2	15,00	30,00
Cilindros de Gas	Sin especificaciones	4	75,00	300,00
<b>Total</b>				<b>16,679</b>

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado:** El Autor

### ❖ Equipamiento Deportivo

En lo que tiene que ver con el equipamiento deportivo, para cada cancha del complejo se necesita diferentes artículos deportivos para practicar los deportes, en donde es necesario adquirir y tener a disposición los 365 días del año; estos son los siguientes:

**Cuadro Nº 57**  
**Equipamiento Deportivo**

Requerimientos en Equipos				
Equipamiento Deportivo				
Descripción	Especificaciones técnicas	Nro. Unidades	C. Unitario	C. Total
Balón Básquet	Marca Molten	2	25,00	50,00
Balón Fulbito	Marca mikaza nro. 4	2	20,00	40,00

Balón indor	Pequeño	1	15,00	15,00
Balón vóley	Marca mikaza	2	25,00	50,00
Red vóley	Material manila	2	7,00	14,00
Red arcos	Material manila	2	18,00	36,00
<b>Total</b>				<b>205,00</b>

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado:** El Autor

### ❖ Equipo de Computación

El equipo de computación es necesario para las áreas Administrativa y Contable del Complejo Turístico; las cuales serán adquiridas en el mercado nacional, debido a que se las puede adquirir a costos menores que al hacer una exportación directa.

Además son bienes tangibles de uso permanente referente a muebles y enseres de oficina que contribuyen a las operaciones y actividades administrativas.

### Cuadro N° 58

#### Equipo de Computación

Requerimientos en Equipos de Computo y Equipo de Oficina				
Equipo de Computación y Equipo de Oficina				
Descripción	Especificaciones técnicas	Nro. Unidades	C. Unitario	C. Total
Computador Intel Core i5	Tercera generación	1	850,00	850,00

Impresora	Canon PIXMA MP230	1	61,00	61,00
Grapadora	Metálica	1	5.00	5.00
Teléfono	Panasonic KX-TS500	1	18,00	18,00
Perforadora	Metálica y plástico	1	5.00	5.00
Calculadora	Casio FR-260	1	15.00	15,00
LED Panasonic	Código 132281	1	569,00	569,00
<b>Total</b>				<b>1523,00</b>

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado:** El Autor

#### ❖ Muebles y Enceres

Los muebles y enceres que van a utilizarse en el área administrativa y que se hacen necesarios para lograr un buen desarrollo de las actividades y procesos del complejo turístico.

### Cuadro N° 59

#### Muebles y Enceres

Especificación de Requerimientos en Equipos				
Muebles y Enceres				
Descripción	Especificaciones técnicas	Nro. Unidades	C. Unitario	C. Total

Archivador	Archivador gaveta	1	60,00	60,00
Escritorio	Tipo modulares	1	110,00	110,00
Sillas Ejecutivas	Sillas de oficina	1	50,00	50,00
Silla de Escritorio	Sin especificaciones	1	24,00	24,00
Camas de Plaza y media	Sin especificaciones	10	99,00	990,00
Literas de plaza y media	Sin especificaciones	10	210,00	2100,00
Mesas de salón	En madera C. café	9	75,00	675,00
Sillas	En madera C. café	36	35,00	1260,00
Juego de Sala	Sin especificaciones	1	250,00	250,00
Veladores	Sin especificaciones	10	29,00	290,00
Closet	Sin especificaciones	10	30,00	300,00
Basureros	Plástico con pedal 30 litros	2	15,00	30,00
Extintor de incendios	Extintor de 10 libras color rojo	1	25,00	25,00
Aspiradora	Marca Century 30 litros	1	120,00	120,00
<b>Total</b>				<b>6284,00</b>

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado:** El Autor

## Cuadro N° 60

### Menaje

#### Especificación de Requerimientos en Menaje

<b>Menaje</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO (\$)</b>	<b>VALOR TOTAL (\$)</b>
Plato base	30	2.25	67.50
Plato tendido	30	2.28	68.40
Plato hondo	30	2.28	68.40
Plato postre	30	1.78	53.40
Taza té	30	0.40	12.00
Taza de café	30	0.52	15.60
Jarro capuchino	30	0.70	21.00
Cuchillo de mesa	2	0.80	1.60
Cuchillo de postre	3	0.80	2.40
Porta cubiertos	3	3.00	9.00
Charoles	12	2.90	34.80
Manteles de mesa	4	3.20	12.80
Cristalería	48	2.80	134.40
Juegos de Ollas calderas	3	35.00	105.00
Juego de sartenes	2	6.00	12.00
Saleros, Pimenteros	12	3.25	39.00
Servilleteros y Azucareras	12	3.25	39.00
<b>TOTAL</b>			<b>696.30</b>

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado:** El Autor

### **Cuadro Nº 61**

#### **Mantelería y Blancos**

**Especificación de Requerimientos Mantelería y Blancos**

<b>Mantelería y Blancos</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO (\$)</b>	<b>VALOR TOTAL (\$)</b>
Juego Sábanas 2 plazas	12	18.00	216.00
Juego Sábanas 11/2	12	25.00	300.00
Cubrecamas 2 plazas	12	22.30	267.60
Cubrecamas 11/2	12	24.15	289.80
Colchones 2 plazas	12	59.00	708.00
Colchones 11/2	12	45.00	540.00
Almohadas	24	2.00	48.00
Juego de toallas	24	17.00	408.00
<b>TOTAL</b>			<b>2777.40</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado: El Autor

#### ❖ Resumen de la Inversión en Activos Fijos

##### Cuadro N° 62

##### Inversión Total en Activos Fijos

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>
Infraestructura (Construcciones e Instalaciones)	161176.00
Maquinaria y Equipos	16679.00
Muebles y Enceres	6284.00
Equipo de computación y oficina	1523.00
Menaje	696.30
Mantelería y Blancos	2777.40
Equipamiento Deportivo	205.00
<b>Total inversión fija</b>	<b>189340.07</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado: El Autor

#### ❖ Activos Diferidos

Constituye una inversión intangible que es útil considerar para el establecimiento de la pequeña empresa, toda vez que resume los

requerimientos económicos que implica la realización de trámites judiciales en la legalización de la misma y en general todos los gastos efectuados en la investigación.

Los activos diferidos significan un gasto porcentual al montaje, puesta en marcha, y constitución del complejo Turístico.

**Cuadro N° 63**  
**Gastos. Pre-operativos**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Tramites de constitución	1	806,03
Gastos de instalación	1	850,82
Capacitación	1	150,00
Estudios de Factibilidad	1	1070,05
<b>Total</b>		<b>2877,35</b>

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** El Autor

#### ❖ **Capital de Trabajo**

Constituye aquellos valores justos y necesarios para arrancar el proyecto, hasta obtener los primeros ingresos a razón de la venta del servicio en oferta, correspondiente a costos y gastos de operación del proyecto.

A continuación se detalla cada uno de los presupuestos que conforman el capital de trabajo:

- **Talento Humano Requerido**

El talento humano es indispensable para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva, a continuación se detallan los requerimientos en mano de Obra Directa e Indirecta:

#### Cuadro N° 64

##### Mano de Obra Directa

Nro.	Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Personal de Limpieza	4837,5	5251,59	5701,13	6189,14	6718,93
1	Personal de Mantenimiento	4837,5	5251,59	5701,13	6189,14	6718,93
1	Vigilante	4837,5	5251,59	5701,13	6189,14	6718,93
1	Guía turístico	4837,5	5251,59	5701,13	6189,14	6718,93
<b>Total</b>		<b>19350</b>	<b>21006,36</b>	<b>24756,57</b>	<b>31673,79</b>	<b>43992,57</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

- **Mano de Obra Indirecta**

#### Cuadro N° 65

Nro.	Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente	6565.42	7127.41995	7737.53	8399.86	9118.89
1	Contador	5476.42	5945.20	6454.11	7006.58	7606.35
1	Cajero Recepcionista	4837.5	5251.59	5701.13	6189.14	6718.93
<b>Total</b>		<b>16879.34</b>	<b>18324.21</b>	<b>19892.76</b>	<b>21595.58</b>	<b>23444.17</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

- **Presupuesto Productos del Bar**

#### Cuadro N° 66

## Presupuesto de Requerimientos del Bar

<b>Especificación de Requerimientos de productos para el Bar</b>					
<b>Bebidas y Gaseosas</b>	<b>Presentación</b>	<b>Nro. Unds</b>	<b>C. Unit.</b>	<b>C. Mes</b>	<b>C. Año</b>
Papas Caseras	Paquete de 12 unidades	24	0,25	6	72
Papas Rizadas	Paquete de 12 unidades	24	0,25	6	72
Papas Ruffles	Paquete de 12 unidades	24	0,29	6,96	84
Chito Panchitos	Paquete de 15 unidades	24	0,29	6,96	84
Bombones Plop	Funda de 24 unidades	24	0,16	3,84	45,6
Galleta Festival	Funda de 12 unidades	24	0,16	3,84	45,6
Galleta Amor	Paquete de 12 unidades	24	0,65	15,6	187,2
Chiclets a gogo	Caja de 12 unidades	24	0,21	5,04	60
Chicletstrident	Caja de 54 unidades	108	0,06	6,48	84
Yogurt Carchi	Funda de 24 unidades	48	0,09	4,32	50,4
Chocolate Jet	Funda de 24 unidades	48	0,08	3,84	43,2
Chocolate manicho	Caja de 24 unidades	48	0,31	14,88	180
Pan	unidad	200	0,1	20	6000
Quesos	unidad	20	1,5	30	360
Jugo Cifrut	Mediano	24	0,25	6	72
Jugo del Valle	Mediano	24	0,26	6,24	74,4
Nestea	Mediano	24	0,32	7,68	91,2
Agua dasani	12 unidades de 500 ml	24	0,18	4,32	50,4
Cerveza Club - Botella	600cc. Botella R. - Jaba 12 Unds	24	0,87	20,88	235,2
Cerveza Pilsener - Botella	600cc. Botella R. - Jaba 12 Unds	60	0,68	40,8	486
Cerveza Brahma	600cc. Botella R. - Jaba 12	48	0,54	25,92	312
Cerveza Budweiser - Botella	600cc. Botella R. - Jaba 12 Unds	36	0,79	28,44	342
Cerveza Budweiser - Lata	330cc. Lata - Caja 30 Unds	60	0,83	49,8	599,04
Cerveza Brahma - Lata	330cc. Lata - Bandeja 24 Unds	48	0,5	24	288
Cerveza Pilsener - Lata	330cc. Lata - Bandeja 24 Unds	48	0,78	37,44	449,28
Fuze Tea - Lata	450cc. Lata - Pet 24 Unds	48	0,58	27,84	334,08
Coca Cola - Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	48	0,43	20,64	252,72
Fanta - Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	48	0,43	20,64	252,72
<b>Total</b>				<b>454,4</b>	<b>5452,8</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

- **Presupuesto de Materiales de Aseo del Complejo Turístico**

### Cuadro N° 67

<b>Presupuesto de Materiales de Aseo</b>				
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. unitario</b>	<b>Costo Mes</b>	<b>C. Anual</b>
Cloro - Clorox	1	15.5	15.50	186.00
Sulfato de Cobre x Libras	25	20.00	20.00	240.00
Coagulante	1	23.50	23.50	282.00
Aromatizante	1	12.50	12.50	150.00
Desinfectante	1	16.00	16.00	192.00
Jabón Sachet / 24 Unds. c/u	4	38.00	38.00	456.00
Útiles de Aseo (complejo)	1	315.50	315.50	3,786.00
<b>Total</b>			<b>441.00</b>	<b>5,292.00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

- **Presupuesto de Publicidad**

Para los gastos de publicidad se ha presupuestado realizar hojas volantes y una valla publicitaria entre lo más importante de este presupuesto.

### **Cuadro N° 68**

#### **Presupuesto gasto publicidad**

<b>Descripción</b>	<b>Mes</b>	<b>Año 1</b>
Gasto Publicidad	66.67	800.00
<b>Total</b>	<b>66.67</b>	<b>800.00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

- **Presupuesto de Servicios Básicos**

**Cuadro N° 69**  
**Presupuesto de servicios básicos**

<b>Proyección de servicios básicos</b>			
<b>Nro.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Mes</b>	<b>Año</b>
1	Luz	135.00	1,620.00
1	Agua	85.00	1,020.00
1	Teléfono	30.00	360.00
1	Internet	25.00	300.00
<b>Total</b>		<b>275.00</b>	<b>3,300.00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

- ❖ **Resumen del presupuesto de capital de trabajo**

**Cuadro N° 70**  
**Presupuesto capital de trabajo**

<b>Resumen del Capital de Trabajo Complejo Turístico</b>			
<b>Descripción</b>	<b>V. Mes</b>	<b>C. trabajo(4m)</b>	<b>V. Año</b>
MOI	1406,61	5626,45	16879,35
MOD	1612,50	6450,01	19350,02
<b>Productos del Bar</b>			
Sodas, Bebidas & Snaks	454,4	1817,6	5452,8
<b>Materiales de aseo y limpieza</b>			
Materiales e insumos limpieza	441	1764	10584
<b>Gastos de publicidad</b>			
Publicidad	66,67	266,68	1600,08
<b>Servicios Básicos</b>			
Luz, agua, teléfono, internet	275	1100	6600

<b>Total</b>	<b>4256,18</b>	<b>17024,73</b>	<b>60466,24</b>
--------------	----------------	-----------------	-----------------

Elaborado por: El Autor

### ❖ Resumen de la Inversión Total

La Inversión Total del Proyecto asciende a **201.689,46** Usd, mismos que serán cubiertos con un 45% correspondiente a capital propio, mientras que la diferencia 55% será cubierta mediante un crédito en la CFN.

### Cuadro N° 71 Inversión Pre - Operacional

Inversión Pre Operacional		
Descripción	Cantidad	Valor Total
Inversión fija	1	189.340,70
Inversión diferida	1	2.877,35
Inversión capital de trabajo	1	17.024,73
<b>Inversión inicial 100%</b>	1	<b>209.242,78</b>
Capital Propio 45%	1	94159,25
Capital Financiado 55%	1	115083,53
<b>Inversión Total Inicial</b>		<b>209.242,78</b>

Elaborado por: El Autor

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO**

#### **5.1. Presupuesto de Inversión**

Este estudio es importante para establecer el nivel de factibilidad del proyecto en base a un análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que pueden presentarse en el entorno del proyecto. Por lo que invertir es utilizar el recurso financiero para obtener un beneficio que generalmente es económico. Es por ello que en el presente proyecto se determinara el valor económico que consiste en la infraestructura que se necesita para iniciar las actividades económicas, para lo cual es recomendable trabajar con préstamos de instituciones financieras por montos elevados, que servirán de soporte fijo para el cumplimiento de las actividades que se realizará en el complejo turístico.

#### **❖ Activos Fijos**

Para la creación del complejo turístico “Cóndor Mirador” Cía. Ltda. contara con 5 socios, los mismos que aportaran dinero y especies que conformaran el capital social, sin embargo dichas aportaciones no son suficientes para cubrir los requerimientos del proyecto, por lo cual es necesario realizar un crédito bancario que cubra el valor restante.

## Cuadro N° 72

### Presupuesto de Inversión

Descripción	Valor Total
Infraestructura (Construcciones e Instalaciones)	161176.00
Maquinaria y Equipos	16679.00
Muebles y Enceres	6284.00
Equipo de computación y oficina	1523.00
Menaje	696.30
Mantelería y Blancos	2777.40
Equipamiento Deportivo	205.00
<b>Total inversión fija</b>	<b>189340,07</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

#### ❖ Activo Diferido

En la inversión diferida incurren todos los gastos del complejo turístico necesarios para el estudio e implementación del proyecto, que para el efecto se ha obtenido un monto de USD. 2877.35 de inversión que suministrará dicho consumo necesario.

## Cuadro N° 73

### Gastos. Pre-operativos

Descripción	Cantidad	Valor Total
Estudios y diseños	1	520,50
Tramites de constitución	1	806,03
Gastos de instalación	1	850,82
Capacitación	1	150,00
Estudios de Factibilidad	1	550,00

<b>Total</b>		<b>2877,35</b>
--------------	--	----------------

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

#### ❖ **Capital de trabajo**

Es fundamental calcular adecuadamente el Capital de Trabajo que necesita la empresa para su funcionamiento normal, siendo un capital de liquidez que se reserva financiando sus costos operacionales mientras ella no obtenga utilidades, dentro de este se encuentra: materia prima, mano de obra directa, costos generales de fabricación, gastos administrativos y de ventas, obteniendo así una inversión de 9.471,41 USD, que desembocará en lo anteriormente mencionado. Además que constituye el dinero para operar, esto es para que entre en operación el centro turístico, dinero que aporta el inversionista al instante de abrir el complejo.

El presupuesto para conformar el capital de trabajo se calcula para dos meses, puesto que se espera tener ingresos en efectivo desde el inicio de operaciones que permita cubrir los gastos fijos.

#### ❖ **Resumen total de la inversión**

La Inversión Total del Proyecto asciende a 201899,46 Usd, mismos que serán cubiertos con un 45% correspondiente a capital propio, mientras que la diferencia 55% será cubierta mediante un crédito en la CFN.

**Cuadro N° 74**

<b>Inversión Pre Operacional</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Inversión fija	1	<b>189.340,70</b>
Inversión diferida	1	2.877,35
Inversión capital de trabajo	1	9.471,41
<b>Inversión inicial 100%</b>	<b>1</b>	<b>201.689,46</b>

Capital Propio 45%	1	90760,26
Capital Financiado 55%	1	110929,20
<b>Inversión Total Inicial</b>		<b>201.689,46</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

## 5.2 Costo De Oportunidad y Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento

El costo de oportunidad nos permite conocer el rendimiento de la inversión que está representada por el 45% que en la actualidad genera un rendimiento financiero del 6.10% y el crédito corresponde al 55% que genera el 15% de interés anual.

**Cuadro N° 75**  
**Costo de Oportunidad**

<b>Costo de Oportunidad</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>	<b>Tasa de Ponderación</b>	<b>Valor Ponderado</b>
Capital Propio 45%	90760,26	45%	6,10%	2,75%
Capital Financiado 55%	110929,20	55%	15%	8%
<b>Total</b>	<b>201689,46</b>			<b>11,00%</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

El Proyecto tiene un rendimiento de por lo menos un 11,00 % en caso de ser financiado con una tasa de interés del 15%.

$cK = 11,00\%$

Calculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TRM)

Datos:

**Coste del Capital = 0,10995**

**Inflación = 0.05**

$$\text{TMAR} = (1+ck) (1+if) -1$$

$$\text{TMAR} = (1+ 0,10995) (1+0.05) -1$$

$$\text{TMAR} = 0, 1654$$

### 5.3 Proyección de Ventas; Costos y Gastos

#### 5.3.1 Ingresos

##### ❖ Ingresos Proyectados

Para la determinación de los ingresos se debe fijar en el volumen de producción a ofrecerse, dependiendo el tamaño y la demanda al cual se quiere cubrir mediante su vida útil.

De la misma manera para la conocer el precio se consideró la investigación de mercado. Considerando que para el cálculo en las proyecciones se tomó como base la tasa de crecimiento poblacional anual, mientras que para el precio se aplicó una tasa del 5.00% correspondiente al porcentaje de inflación anual, misma que determina el Banco Central del Ecuador al cierre del año 2012.

**Cuadro N° 76**

#### **Ingresos Proyectados Instalaciones**

Ingresos Proyectados							
Ingresos Totales Por Ventas	Costo por Cantidad		Años Proyectados				
Detalle	C.U.	Cant.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas al complejo	4,00	28628	114511,28	120236,84	126248,69	132561,12	139189,18

Arriendo del Restaurant	800,00	12	9600	10080,00	10584,00	11113,20	11668,86
Hospedaje	15,00	2880	43200	45360,00	47628,00	50009,40	52509,87
<b>Total Ingresos</b>			<b>167311,2807</b>	<b>175676,84</b>	<b>184460,69</b>	<b>193683,72</b>	<b>203367,91</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### Cuadro N° 77 Ingresos Proyectados Bar

Especificación de Requerimientos de productos para el Bar							
Bebidas y Gaseosas	Nro. Unds mes	C. Unit.	Ing. Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Papas Caseras	24	0.3	86.4	90.72	95.26	100.02	105.02
Papas Rizadas	24	0.4	115.2	120.96	127.01	133.36	140.03
Papas Ruffles	24	0.4	115.2	120.96	127.01	133.36	140.03
Chito Panchitos	24	0.35	100.8	105.84	111.13	116.69	122.52
Bombones Plop	24	0.2	57.6	60.48	63.50	66.68	70.01
Galleta Festival	24	0.25	72	75.6	79.38	83.35	87.52
Galleta Amor	24	0.8	230.4	241.92	254.02	266.72	280.05
Chiclets a gogo	24	0.2	57.6	60.48	63.50	66.68	70.01
Chicletstrident	108	0.1	129.6	136.08	142.88	150.03	157.53
Yogurt Carchi	48	0.15	86.4	90.72	95.26	100.02	105.02
Chocolate Jet	48	0.15	86.4	90.72	95.26	100.02	105.02
Chocolate manicho	48	0.4	230.4	241.92	254.02	266.72	280.05
Pan	200	0.15	360	378	396.90	416.75	437.58
Quesos	20	2	480	504	529.20	555.66	583.44
Jugo Cifrut	24	0.5	144	151.2	158.76	166.70	175.03
Jugo del Valle	24	0.5	144	151.2	158.76	166.70	175.03
Nestea	24	0.5	144	151.2	158.76	166.70	175.03
Agua dasani	24	0.35	100.8	105.84	111.13	116.69	122.52
Cerveza Club - Botella	24	1.5	432	453.6	476.28	500.09	525.10
Cerveza Pilsener - Botella	60	1.25	900	945	992.25	1041.86	1093.96
Cerveza Brahma	48	1	576	604.8	635.04	666.79	700.13
Cerveza Budweiser - Botella	36	1.25	540	567	595.35	625.12	656.37
Cerveza Budweiser - Lata	60	1	720	756	793.80	833.49	875.16
Cerveza Brahma -	48	0.9	518.4	544.32	571.54	600.11	630.12

Lata							
Cerveza Pilsener - Lata	48	1	576	604.8	635.04	666.79	700.13
Fuze Tea - Lata	48	0.75	432	453.6	476.28	500.09	525.10
Coca Cola - Lata	48	0.75	432	453.6	476.28	500.09	525.10
Fanta - Lata	48	0.75	432	453.6	476.28	500.09	525.10
<b>Total</b>			<b>8299.2</b>	<b>8714.16</b>	<b>9607.36</b>	<b>11121.72</b>	<b>13518.52</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

### 5.3.2 Egresos

#### ❖ Costos y Gastos de los servicios

Los costos y gastos del complejo están representados por todos los valores que forman parte del proceso aseo y mantenimiento tales como; materiales e insumos de limpieza, mano de obra, gastos generales, etc., dichos rubros se incrementan en un 5.00% según la inflación generada en año 2012. A continuación se presentan las proyecciones para cada rubro:

#### ❖ Gasto de sueldos y salarios

**Cuadro N° 78**

Nro.	Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Mesero	0	0	0,00	0,00	0,00
2	Cocineras	0	0	0,00	0,00	0,00
1	Personal de Limpieza	4837,5	5251,59	5701,13	6189,14	6718,93
1	Personal de Mantenimiento	4837,5	5251,59	5701,13	6189,14	6718,93
1	Vigilante	4837,5	5251,59	5701,13	6189,14	6718,93
1	Guía turístico	4837,5	5251,59	5701,13	6189,14	6718,93
<b>Total</b>		<b>19350</b>	<b>21006,36</b>	<b>24756,57</b>	<b>31673,79</b>	<b>43992,57</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

❖ **Sueldos Administrativos**

**Cuadro N° 79**

Nro.	Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente	6565.42	7127.41995	7737.53	8399.86	9118.89
1	Contador	5476.42	5945.20	6454.11	7006.58	7606.35
1	Cajero Recepcionista	4837.5	5251.59	5701.13	6189.14	6718.93
<b>Total</b>		<b>16879.34</b>	<b>18324.21</b>	<b>19892.76</b>	<b>21595.58</b>	<b>23444.17</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

❖ **Servicios Básicos**

**Cuadro N° 80**

<b>Proyección Servicios Básicos</b>					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	1,620.00	1701	1786.05	1875.35	1969.12
Agua	1,020.00	1071	1124.55	1180.78	1239.82
Teléfono	360	378	396.9	416.75	437.58
	300	315	330.75	347.29	364.65
<b>Total</b>	<b>3,300.00</b>	<b>3465</b>	<b>3638.25</b>	<b>3820.16</b>	<b>4011.17</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

❖ **Gastos de Publicidad**

**Cuadro N° 81**

<b>Proyección Gasto Publicidad</b>					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Publicidad	800	840	882	926.10	972.41
<b>Total</b>	<b>800</b>	<b>840</b>	<b>882</b>	<b>926.10</b>	<b>972.41</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

❖ **Gastos financieros**

**Cuadro Nº 82**

<b>Proyección Gastos Financieros</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Intereses	16639,38	17471,35	18344,92	19262,16	20225,27
<b>Total</b>	<b>16639,38</b>	<b>17471,35</b>	<b>18344,92</b>	<b>19262,16</b>	<b>20225,27</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

**a) Resumen de los costos y gastos**

**Cuadro Nº 83**

**Resumen de los costos y gastos**

<b>Resumen del Capital de Trabajo Complejo Turístico</b>			
<b>Descripción</b>	<b>V. Mes</b>	<b>C. trabajo(2m)</b>	<b>V. Año</b>
<b>MOI</b>	1406,61	2813,22	16879,35
MOD	1612,50	3225,00	19350,02
<b>Productos del Bar</b>			
Sodas, Bebidas & Snaks	933,92	1867,84	11207,04
<b>Materiales de aseo y limpieza</b>			
Materiales e insumos limpieza	441	882	5292
<b>Gastos de publicidad</b>			
Publicidad	66,67	133,34	800,04
<b>Servicios Básicos</b>			
Luz, agua, teléfono, internet	275	550	3300
<b>Total</b>	<b>4735,70</b>	<b>9471,41</b>	<b>56828,44</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

**5.3.3 Financiamiento**

Para que la Pequeña Empresa pueda iniciar sus actividades requiere de 201899,46 de los cuales el 45% con capital propio y el 55% (Usd.) será financiado por un crédito de tipo comercial y servicios en el Banco Nacional

de Fomento a una tasa del 15% anual, a cinco años plazo, préstamo que será amortizado de forma anual.

### 5.3.4 Amortización

Monto inicial: 110929,20

Plazo: 5 años

Tasa de interés: 15%

**Calculo:**

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

V<sub>p</sub>= Pago de la amortización

VF= Valor de la deuda

i= Tasa activa

n= Periodos de pago

$$V_p = \frac{110929,20 * (0.15)(1 + 0.15)^5}{[(1 + 0.15)^5 - 1]}$$

**V<sub>p</sub>= 20998,06**

### Cuadro N° 84

#### Tabla de Amortización

Meses	Cuota	Intereses	Amortización	Amortizado	Pendiente
0					110.929,20
1	2.639,00	1.386,62	1252,38	1.252,38	109.676,82
2	2.639,00	1.370,96	1268,04	2.520,42	108.408,78

3	2.639,00	1.355,11	1283,89	3.804,31	107.124,89
4	2.639,00	1.339,06	1299,94	5.104,25	105.824,95
5	2.639,00	1.322,81	1316,19	6.420,43	104.508,77
6	2.639,00	1.306,36	1332,64	7.753,07	103.176,13
7	2.639,00	1.289,70	1349,3	9.102,37	101.826,83
8	2.639,00	1.272,84	1366,16	10.468,53	100.460,67
9	2.639,00	1.255,76	1383,24	11.851,77	99.077,43
10	2.639,00	1.238,47	1400,53	13.252,30	97.676,90
11	2.639,00	1.220,96	1418,04	14.670,33	96.258,87
12	2.639,00	1.203,24	1435,76	16.106,10	94.823,10
		<b>15.561,89</b>	<b>16106,11</b>	<b>102.306,26</b>	<b>1.228.844,14</b>
13	2.639,00	1.185,29	1453,71	17.559,81	93.369,39
14	2.639,00	1.167,12	1471,88	19.031,69	91.897,51
15	2.639,00	1.148,72	1490,28	20.521,97	90.407,23
16	2.639,00	1.130,09	1508,91	22.030,87	88.898,33
17	2.639,00	1.111,23	1527,77	23.558,64	87.370,56
18	2.639,00	1.092,13	1546,87	25.105,51	85.823,69
19	2.639,00	1.072,80	1566,2	26.671,71	84.257,49
20	2.639,00	1.053,22	1585,78	28.257,49	82.671,71
21	2.639,00	1.033,40	1605,6	29.863,09	81.066,11
22	2.639,00	1.013,33	1625,67	31.488,76	79.440,44
23	2.639,00	993,01	1645,99	33.134,75	77.794,45
24	2.639,00	972,43	1666,57	34.801,32	76.127,88
		<b>12.972,77</b>	<b>18695,23</b>	<b>312.025,61</b>	<b>1.019.124,79</b>
25	2.639,00	951,6	1687,4	36.488,72	74.440,48
26	2.639,00	930,51	1708,49	38.197,21	72.731,99
27	2.639,00	909,15	1729,85	39.927,06	71.002,14
28	2.639,00	887,53	1751,47	41.678,53	69.250,67
29	2.639,00	865,63	1773,36	43.451,90	67.477,30
30	2.639,00	843,47	1795,53	45.247,43	65.681,77
31	2.639,00	821,02	1817,98	47.065,40	63.863,80
32	2.639,00	798,3	1840,7	48.906,10	62.023,10
33	2.639,00	775,29	1863,71	50.769,81	60.159,39
34	2.639,00	751,99	1887,01	52.656,82	58.272,38
35	2.639,00	728,4	1910,59	54.567,41	56.361,79
36	2.639,00	704,52	1934,48	56.501,89	54.427,31
		<b>9967,41</b>	<b>21700,57</b>	<b>555.458,28</b>	<b>775.692,12</b>

37	2.639,00	680,34	1958,66	58.460,54	52.468,66
38	2.639,00	655,86	1983,14	60.443,68	50.485,52
39	2.639,00	631,07	2007,93	62.451,61	48.477,59
40	2.639,00	605,97	2033,03	64.484,64	46.444,56
41	2.639,00	580,56	2058,44	66.543,08	44.386,12
42	2.639,00	554,83	2084,17	68.627,25	42.301,95
43	2.639,00	528,77	2110,22	70.737,48	40.191,72
44	2.639,00	502,4	2136,6	72.874,08	38.055,12
45	2.639,00	475,69	2163,31	75.037,39	35.891,81
46	2.639,00	448,65	2190,35	77.227,74	33.701,46
47	2.639,00	421,27	2217,73	79.445,47	31.483,73
48	2.639,00	393,55	2245,45	81.690,92	29.238,28
		<b>6478,96</b>	<b>25189,03</b>	<b>838.023,88</b>	<b>493.126,52</b>
49	2.639,00	365,48	2273,52	83.964,44	26.964,76
50	2.639,00	337,06	2301,94	86.266,38	24.662,82
51	2.639,00	308,29	2330,71	88.597,09	22.332,11
52	2.639,00	279,15	2359,85	90.956,94	19.972,26
53	2.639,00	249,65	2389,34	93.346,28	17.582,92
54	2.639,00	219,79	2419,21	95.765,49	15.163,71
55	2.639,00	189,55	2449,45	98.214,94	12.714,26
56	2.639,00	158,93	2480,07	100.695,01	10.234,19
57	2.639,00	127,93	2511,07	103.206,08	7.723,12
58	2.639,00	96,54	2542,46	105.748,54	5.180,66
59	2.639,00	64,76	2574,24	108.322,78	2.606,42
60	2.639,00	32,58	2606,42	110.929,20	0
		<b>2429,71</b>	<b>29238,28</b>	<b>1.166.013,17</b>	<b>165.137,23</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### Cuadro Nº 85

#### TABLA DE AMORTIZACION ANUAL

AMORTIZACIÓN						
Descripción	V. Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	110.929,20	15.561,89	12.972,77	9967,41	6478,96	2429,71

<b>Amortización</b>		16106,11	18695,23	21700,57	25189,03	29238,28
<b>Amortizado</b>		102.306,26	312.025,61	555.458,28	838.023,88	1.166.013,17
<b>Pendiente</b>		1.228.844,14	1.019.124,79	775.692,12	493.126,52	165.137,23
<b>TOTAL</b>						<b>0</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### 5.3.5 Depreciación

Los Activos Fijos pierden su valor por el uso o por la obsolescencia, para compensar esta pérdida contable se utilizó el método tradicional de depreciación para el respectivo cálculo.

$$\text{Depreciacion} = \frac{\text{C. Historico} - \text{Valor Residual}}{\text{Vida Util}}$$

**Cuadro Nº 86**  
**Tabla Depreciación**

<b>Activo Fijo Depreciable</b>	<b>Año 0</b>	<b>VR</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>V. Acumulado</b>	<b>V. en Libros</b>
Infraestructura (Construcciones e Instalaciones)	161176.00	8058.8	7655.86	8038.65	8440.59	8862.61	9305.75	42303.46	118,872.54
Maquinaria y Equipos	16679.00	1667.9	1501.11	1576.17	1654.97	1737.72	1824.61	8294.58	8,384.42
Muebles y Enceres	6284.00	628.4	565.56	593.84	623.53	654.71	687.44	3125.08	3,158.92
Menaje	696.30	69.63	125.33	131.60	138.18	145.09	152.34	692.55	3.75
Mantelería blancos	2777.40	277.74	499.932	524.93	551.18	578.73	607.67	2762.44	14.96
Equipo de computación y oficina	1523.00	507.62	203.08	213.23	223.89	235.09	246.84	1122.13	400.87
Equipamiento Deportivo	205.00	41	32.8	34.44	36.16	37.97	39.87	181.24	23.76
<b>Total</b>	<b>189,340.70</b>	<b>11251.09</b>	<b>10583.67</b>	<b>11112.86</b>	<b>11668.50</b>	<b>12251.92</b>	<b>12864.52</b>	<b>36058.9</b>	<b>130,859.23</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### Amortización de activos diferidos

Los Activos Diferidos se amortizan al 20% cada año según lo que determina la ley.

**Cuadro N° 87**

<b>AMORTIZACIÓN</b>						
<b>Descripción</b>	<b>V. Inicial</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Activos Diferidos	2877,35	575,47	575,47	575,47	575,47	575,47
<b>Total</b>	<b>2877,35</b>	<b>575,47</b>	<b>575,47</b>	<b>575,47</b>	<b>575,47</b>	<b>575,47</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

#### 5.4 Estados Proforma

##### ❖ Balance de Arranque

**Cuadro N° 88**

#### Estado de Arranque al año 0

<b>BALANCE DE ARRANQUE</b>					
<b>Complejo Turístico "Cóndor Mirador" Cía. Ltda.</b>					
<b>PROPIEDAD DEL PROYECTO</b>			<b>OBLIGACIÓN A LARGO PLAZO</b>		
<b>Activo</b>			<b>Pasivo</b>		
<b>Activos Corrientes</b>		9471,41			110929,20
Capital de Trabajo	9471,41		Préstamo por pagar	110929,20	
<b>Activos Fijos</b>		189340,7	<b>Capital</b>		90760,26
Infraestructura	161176.00		Inversión Propia	90760,26	
Maquinaria y Equipos	16679.00				
Muebles y Enceres	6284.00				
Equipo de Com. y oficina	1523.00				
Mantelería y blancos	696.30				
Menaje	2777.40				
Equipamiento deportivo	205				
		2877,35			
<b>ACTIVOS LIBRE DISPONIBILIDAD</b>					
<b>Gastos de</b>					

<b>Constitución</b>					
Estudios y Diseños	520,50				
Tramites de Constitución	806,03				
Gastos de instalación	850,82				
Capacitación	150,00				
Estudios de Factibilidad	550,00				
<b>Total Activos</b>		<b>201689,46</b>	<b>Total Pasivos Y Capital</b>		<b>201689,46</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

## 5.5 Balance de Resultados

Se complementa la información para un mejor detalle de la utilidad o pérdida del ejercicio está constituido por las cuentas de ingreso y egreso requeridas para el proyecto, el cual permite determinar la utilidad de ejercicio para los próximos cinco años de vida útil que generará la empresa por los servicios prestados así como también los costos e impuestos, lo que establecerá la ganancia o pérdida obtenida durante el período contable.

### Cuadro Nº 89

#### Estado de Resultados

<b>Estado de Resultados</b>					
<b>Complejo Turístico "Cóndor Mirador" Cía. Ltda.</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos Proyectados	175610,4807	184391,00	193610,55	203291,08	213455,64
( - ) Costos y gastos bar	3551,04	3728,59	3915,02	4110,77	4316,31
(-) Costos y gastos limpieza	5.292,00	5556,60	5834,43	6126,15	6432,46
<b>Utilidad Bruta Proyectada</b>	<b>166.767,44</b>	<b>175.105,81</b>	<b>183.861,10</b>	<b>193.054,16</b>	<b>202.706,87</b>
<b>( - ) Gastos Operacionales</b>					
Gastos Administrativos	16879,34	17723,31	18609,47	19539,95	20516,94
Gasto Sueldos operativos	19350	20317,50	21333,38	22400,04	23520,05
Gastos Publicidad	800	840,00	882,00	926,10	972,41

<b>Utilidad Operacional Proyectada</b>	129.738,10	136225,01	143036,26	150188,07	157697,47
( - ) Amortización Gastos Diferidos	575,47	604,24	634,46	666,18	699,49
( - ) Depreciación	10583,67	11112,86	11668,50	12251,92	12864,52
( - ) Gastos Financieros (Intereses)	16639,38	17471,35	18344,92	19262,16	20225,27
<b>Utilidad Ant. Part. Emp. e Imp. Rta.</b>	101939,58	107036,56	112388,38	118007,80	123908,19
( - ) 15% Participación Trabajadores	15290,94	16055,48	16858,26	17701,17	18586,23
<b>Utilidad Antes de Imp. Renta</b>	86648,64	90981,07	95530,13	100306,63	105321,96
( - ) 23% Impuesto a la Renta	19929,19	20925,65	21971,93	23070,53	24224,05
<b>Utilidad Neta Proyectada</b>	66719,45	70055,43	73558,20	77236,11	81097,91

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

## 5.6 Flujo de Caja

Sirve para proyectar las necesidades futuras del efectivo, dejando que se demuestre el dinero que no está siendo usado o que no se ha comprometido después que la empresa haya realizado los costos y gastos necesarios.

**Cuadro Nº 90**  
**Flujo de Caja Con Protección**

<b>Flujo de Caja</b>						
<b>Complejo Turístico "Cóndor Mirador" Cía. Ltda.</b>						
<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>						
Capital Propio	90760,26					
Crédito	110929,20					
Ingresos						
( = ) Utilidad Neta Proyectada		66719,45	70055,43	73558,20	77236,11	81097,91
Depreciación		10583,67	11112,86	11668,50	12251,92	12864,52
( = ) Total Ingresos		77303,13	81168,28	85226,70	89488,03	105213,52
Valor de Rescate						11251,09
<b>Egresos</b>						
Pago al Principal (Amortz)		16639,38	17471,35	18344,92	19262,16	20225,27
<b>( = ) Total Egresos</b>		16639,38	17471,35	18344,92	19262,16	20225,27

<b>Total Inversión</b>	<b>201689,46</b>					
<b>( = ) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>		<b>60663,75</b>	<b>63696,93</b>	<b>66881,78</b>	<b>70225,87</b>	<b>84988,25</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

A través de la elaboración del flujo de caja se podrá medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la nueva empresa en un periodo de tiempo, permitiendo observar si realmente se necesita de un financiamiento, y si se contara con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene, en fin mediante la aplicación del flujo de caja se podrá predecir las necesidades futuras del efectivo antes que surjan.

## **5.7 Evaluación De La Inversión**

Es el proceso por el cual se determina la rentabilidad de un proyecto, una vez que se ha presentado la inversión inicial los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación.

### **5.7.1 Valor Presente Neto o (VPN)**

Mediante el VPN se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y poder evaluar la inversión de capital utilizado en éste período, para el caso se utilizara una tasa de descuento del 0.1795%.

Permite determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo que genera un proyecto y poder comparar la equivalencia con el desembolso inicial. Ya que si la equivalencia es mayor que el desembolso inicial es positivo el proyecto es factible.

## **Cuadro N° 91**

### **Cálculo del Valor Presente Neto**

Valor Actual Neto			
Año	Flujos Netos	F. A. 0,1654%	Flujo Neto Actualizado
0	201.689,46		201.689,46
1	60663,75	0,858	52054,01
2	63696,93	0,736	46899,53
3	66881,78	0,632	42255,46
4	70225,87	0,542	38071,24
5	84988,25	0,465	39535,19
<b>FNA Total</b>			<b>218815,43</b>
			<b>Inversión</b> 201.689,46
			<b>VAN</b> 17125,97

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

**VPN =  $\Sigma$ FNA – Inversión**

**VPN = 218815,43 - 201.689,46**

**VPN = 17125,97**

El Valor Presente Neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto es factible de ejecutar. Al invertir 201689,46Usd durante 5 años se obtendrá 17125,97Usd, que representa un superávit sobre a inversión general realizada.

### 5.7.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

El TIR se ha utilizado para determinar la factibilidad de diferentes opciones de inversión, tomando como base los flujos netos de efectivo.

#### Cuadro Nº 92

##### Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno				
Periodo	Flujo de	FNA	F.A.	FNA

	Fondos	0,1654%	0,1657%	0,1657%
0	0			
1	60663,75	52054,01	0,834	50569,98
2	63696,93	46899,53	0,695	44263,49
3	66881,78	42255,46	0,579	38743,46
4	70225,87	38071,24	0,483	33911,84
5	84988,25	39535,19	0,403	34211,85
TIR	16,37%	218815,43		201700,62
			<b>Inversión</b>	201.689,46
			<b>VAN = 0</b>	11,16

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Su fórmula es:

$$\text{TIR} = \text{Tasa Inf.} + (\text{T. Sup.} - \text{T. Inf.}) \frac{\text{VPN Tasa Inf.}}{\text{VPN Tasa Inf.} - \text{VPN Tasa Sup.}}$$

$$\text{TIR} = 0.1654 + (0.1996 - 0.1654) \frac{17125,97}{17125,97 - (11,16)}$$

$$\text{TIR} = 0.1654 + 0.0342 (1.000652067)$$

$$\text{TIR} = 0.1996$$

De acuerdo a lo resuelto la Tasa Interna de Retorno es del 19,96%, misma que es superior a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del 16,54%. Lo que determina que el proyecto se considera factible, siempre que las condiciones del proyecto no cambien hasta el quinto año por cuanto los escenarios planteados no son estáticos.

### 5.7.3 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El siguiente cuadro indica el periodo en el que se recupera la inversión, considerando que para ello es necesario mantener un saldo positivo.

**Cuadro N° 93**

**Período de Recuperación de la Inversión**

<b>Periodo de Recuperación de la Inversión</b>			
<b>Periodo</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>Flujo Neto Actualizado</b>	<b>Flujo Neto Acumulado</b>
0	201.689,46		
1	60663,75	52054,01	52054,01
2	63696,93	46899,53	98953,54
3	66881,78	42255,46	141209,00
4	70225,87	38071,24	179280,24
5	84988,25	39535,19	218815,43

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

**Cuadro N° 94**

**Cálculos (PRI)**

<b>Cálculos PRI</b>	
<b>Inversión</b>	<b>F.N. Ac. Año 1</b>
201.689,46	52054,01
Inv. - F.N. Ac	149.635,44
F.N.A. Año 2	46899,53
$R. = 149635,44/46899,53$	
$PRI = 3,190553131 * 12 = 38,28663757$	
Años	3
Meses	2
Días	9
meses	38
Días	9

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

**5.7.4 Análisis Play Back**

Con los datos resultantes del flujo de fondos, se puede concluir que la inversión se recuperara en 3 años, 2 meses y 9 días; demostrando la viabilidad del proyecto.

### 5.7.5 Relación Beneficio Costo

Permite que se relacionen los ingresos y los gastos actualizados de la propuesta, lo que daría la inversión necesaria para que exista una rentabilidad, ya que de esta manera el costo beneficio debe ser mayor a uno.

Para el cálculo de la relación Beneficio Costo utilizamos la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

**Cuadro N° 95**

#### Relación Costo Beneficio Ing. Y Egr. Actualizados

<b>Ingresos y Egresos Actualizados</b>			
<b>Año</b>	<b>Ingresos</b>	<b>F. Act. 0,1654%</b>	<b>Ingresos Actualizados</b>
1	77303,13	0,858	66331,84
2	81168,28	0,736	59763,54
3	85226,70	0,632	53845,65
4	89488,03	0,542	48513,76
5	105213,52	0,465	48943,66
<b>Total</b>			<b>277398,45</b>
	<b>Egresos</b>		<b>Egresos Actualizados</b>
1	16639,38	0,858	14277,83
2	17471,35	0,736	12864,01
3	18344,92	0,632	11590,19
4	19262,16	0,542	10442,51
5	20225,27	0,465	9408,48

<b>Total</b>		<b>58583,02</b>
--------------	--	-----------------

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

$$B/C = \frac{277398,45}{58583,02}$$

$$B/C = 4,74$$

De esta manera los totales obtenidos mediante la operación demuestran que la relación costo beneficio que genera el proyecto deja \$4,74 ctvs. Por cada dólar que se invierta.

### 5.7.6 Punto de Equilibrio

La importancia del análisis del punto de equilibrio permite que se pueda conocer el mínimo de unidades a producir y vender, que al realizar la venta del servicio permita observar si existirá pérdida o no, e iniciará las utilidades, así como también no se pueda dar.

#### Cuadro Nº 96

#### Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costo Fijo</b>					
Gastos Administrativos	16879,35	17723,3175	18609,48	19539,96	20516,96
Sueldos operativos	19350	20317,5	21333,38	22400,04	23520,05
Servicios básicos	3.300,00	3465	3638,25	3820,16	4011,17
Depreciación de Activos Fijos	10583,67	11112,85646	11668,50	12251,92	12864,52
Amortización Gastos Diferidos	575,47	604,24	634,46	666,18	699,49

Publicidad	800	840	882,00	926,10	972,41
<b>Total Costo Fijo</b>	<b>51488,49</b>	<b>54062,92</b>	<b>56766,06</b>	<b>59604,37</b>	<b>62584,58</b>
<b>Costo Variable</b>					
Materiales de aseo y limpieza	5.292,00	5556,6	5834,43	6126,15	6432,46
Productos de Bar	3551,04	3728,59	3915,02	4110,77	4316,31
Intereses Financieros	16639,38	17471,35	18344,92	19262,16	20225,27
<b>Total Costo Variable</b>	<b>25482,42</b>	<b>26756,54</b>	<b>28094,37</b>	<b>29499,09</b>	<b>30974,04</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

Para el cálculo del punto de equilibrio se consideró la siguiente fórmula:

$$P.E. = \frac{\text{Costo Fijo} + \text{Inversión Fija}}{\text{Margen de Contribución}}$$

Reemplazando tenemos que:

$$P.E. = 58.275$$

Para que el proyecto encuentre un equilibrio económico es necesario que se generen ingresos por 58.275 Usd, para que empiece a recuperar la inversión; además permite que el proyecto se mantenga en el mercado.

## 5.8 Resumen de la Evaluación Financiera

Se puede concluir que el proyecto es rentable con los datos que se han obtenido mediante este estudio y se lo podría realizar ya que se tiene las facilidades de crédito y el tiempo de recuperación es corto.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA**

El objetivo primordial del estudio administrativo es el dar a conocer todos los aspectos legales que son determinantes para el funcionamiento del Complejo Turístico, y conocer acerca del sistema de gobierno interno del complejo así como las responsabilidades de cada uno de los empleados del mismo.

#### **6.1. TIPO DE EMPRESA**

El Centro Recreacional llevará el nombre de “Cóndor Mirador”, se constituye como una empresa de servicios. El aporte de capital se realizará de fondos propios y mediante financiación bancaria esto conlleva a que será

una empresa privada. Donde su elemento principal es el talento humano, los sistemas de fabricación son sencillos ya que no involucra mayores procesos de transformación, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos.

Es por ello que la presente empresa pertenece al sector privado de servicios turísticos, constituyéndose en parte del sistema recreativo de la Provincia del Carchi; dada la procedencia de los valores económicos a invertir, el cual proviene del trabajo mancomunado de personas particulares; y dada la legislación vigente en el Ecuador se registrará a las leyes y estatutos del Ministerio de Turismo.

#### ❖ **Denominación de la Empresa**

Entendiéndose como empresa: unidad económica que acopla los recursos materiales, tecnológicos y humanos para generar un bien o servicio, que satisfaga las necesidades de un determinado mercado y así obtener una utilidad o beneficio económico, desde el punto de vista del inversor privado.

#### ❖ **Nombre o Razón Social**

La denominación social de la pequeña empresa con cual se registrara en la Superintendencia de Compañías es complejo turístico “Cóndor Mirador” Mientras que el nombre con el cual se mostrara como un establecimiento privado de uso público será: complejo turístico “Cóndor Mirador” – Descanso y entretenimiento en un solo lugar”.

#### ✓ **Logotipo de la Empresa**

### **Ilustración N° 8**



## 6.2 ELEMENTOS ESTRATÉGICOS

### 6.2.1 MISIÓN

✓ **El Centro Turístico tendrá como Misión:**

“Ofrecer un servicio personalizado, responsable y capacitado en un ambiente natural de distracción de buena calidad a todos los turistas nacionales y extranjeros que utilicen nuestras instalaciones en un ambiente agradable de relajamiento y la oportunidad de realizar convenciones y eventos turísticos, académicos y sociales en nuestras instalaciones contando con un personal comprometido y motivado para brindar una excelente atención”

### 6.2.2 VISIÓN

✓ **El Centro Turístico tendrá como Visión:**

“El Complejo Turístico “Cóndor Mirador”, tiene por visión llegar a ser a mediano plazo una empresa confiable y sólida; competitiva en el mercado turístico, además de pertenecer al grupo de las mejores empresas por su excelencia en servicio y brindar al visitante confort y distracción; dando soluciones eficientes y teniendo como punto de importancia a los turistas, siendo un atractivo digno de ser visitado que contribuye de esta manera al desarrollo turístico del norte del país”.

### **6.2.3 Políticas Empresariales**

- a) Lograr el desarrollo integral de la empresa mejorando la calidad de servicios y rentabilidad en “Cóndor Mirador.”
- b) Mejorar las condiciones de recepción de los visitantes locales nacionales y extranjeros que permita generar mayor rentabilidad de los inversionistas.
- c) Alcanzar el mayor margen operativo mejorando la cadena de valor desarrollando un sentimiento de empatía entre el personal y los futuros clientes.
- d) Posicionamiento en el mercado turístico de la Provincia.
- e) Uso racional de los recursos, naturales, culturales e históricos.
- f) Ser una empresa competitiva en relación con las empresas del sector.

### **6.2.4 Objetivos**

- ✓ Alcanzar una posición de liderazgo en el campo turístico a nivel local y nacional.
- ✓ Introducir nuevos servicios en el mercado del turismo generando mejores oportunidades de aceptación por parte de nuestro mercado meta.
- ✓ Satisfacer las necesidades de todos los turista que nos visitan, teniendo en cuenta que el cliente es lo primero.
- ✓ Aumentar las ganancias y recuperar la inversión realizada.
- ✓ Brindar el mejor servicio de seguridad en la hostería para comodidad y tranquilidad de los turistas.
- ✓ Contribuir con el crecimiento del turismo nacional y tener una mejor acogida por el turista extranjero.

#### **6.2.5 Principios Corporativos**

##### **a) Buscar siempre el mayor nivel de calidad**

La calidad siempre será factor determinante en la decisión de compra de las personas.

##### **b) Búsqueda de una servicio superior:**

Destacarse por la calidad de los servicios que se ofrecen.

##### **c) Buscar establecer los precios más competitivos**

El precio es el factor determinante en cualquier compra, producir a menor costo sin sacrificar la calidad, será garantía de competitividad en el largo plazo.

##### **d) Mejorar constantemente**

Los servicios que ofrece la hostería serán eficientes y de calidad, utilizando la tecnología y la innovación en los servicios de forma permanente.

### **6.2.6 Valores Corporativas**

Los siguientes valores y principios son un marco de referencia para promover buenas prácticas éticas y evitar entornos irregulares dentro y fuera de la empresa, por lo tanto, serán orientadores de la conducta y de todas las acciones y decisiones que la empresa emprenda, así podemos considerar los siguientes elementos:

✓ **Integridad:**

Un principio fundamental para el éxito del Centro Turístico es brindar un trato justo a todos los usuarios o clientes de nuestro establecimiento, puesto que aquí radica el posicionamiento del mercado y la imagen del centro turístico.

✓ **Servicio:**

Es uno de los valores fundamentales a desarrollar e inculcar en cada uno de los miembros que laboren dentro y fuera de la institución, para lograr que cada quien trabaje enfocando a satisfacer las necesidades del cliente; brindando un servicios de buena calidad, con eficacia y eficiencia.

✓ **Excelencia:**

Es el compromiso de hacer siempre mejor nuestras actividades, manteniendo una superación permanente.

✓ **Participación:**

El éxito de la actividad empresarial es necesario la integración entre el inversionista, personal y el turista puesto, de este modo se podrá desenvolver de buena manera el negocio.

✓ **Responsabilidad:**

En el desempeño de las funciones dentro del centro turístico, es importante la responsabilidad como un hecho generador en el cumplimiento de las funciones asignadas.

✓ **Orientación hacia el servicio al cliente**

Una permanente actitud de respeto y preocupación ante los requerimientos de los clientes internos, externos y consumidor final; así como una constante investigación de sus necesidades.

✓ **Búsqueda permanente de la excelencia en los procesos, productos y servicios**

Constante preocupación y ejecución de acciones concretas para suministrar productos y servicios que cumplan con las expectativas de los clientes en cuanto a tiempo, costo, calidad y eficiencia considerando la protección del medio ambiente.

✓ **Transparencia interna y frente a la opinión pública**

Actuación empresarial y de sus funcionarios en apego a la legalidad, criterios técnicos y principios éticos; así como una adecuada información a las instituciones interesadas y a la ciudadanía.

✓ **Trabajo en equipo y convergencia de esfuerzos**

Disposición de esfuerzos en procura de la realización de los objetivos estratégicos de la empresa, compatibilizando los objetivos individuales y grupales con los de la organización.

✓ **Compromiso**

Cumplir cabalmente con lo ofrecido, se relaciona más bien con la obligación moral que impone el honor. El compromiso dirá mucho de la seriedad como empresa e irá de la mano con la responsabilidad.

### **6.3 ESTRUCTURA ORGÁNICA**

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas. Es por ello que para poder desarrollar sus actividades la empresa necesita disponer de una estructura organizacional de sus recursos que especifiquen que tipo de factores precisa y como se combinan, de igual manera ayuda a determinar las obligaciones, autoridad, especialización, comunicación, flujo de trabajo, división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

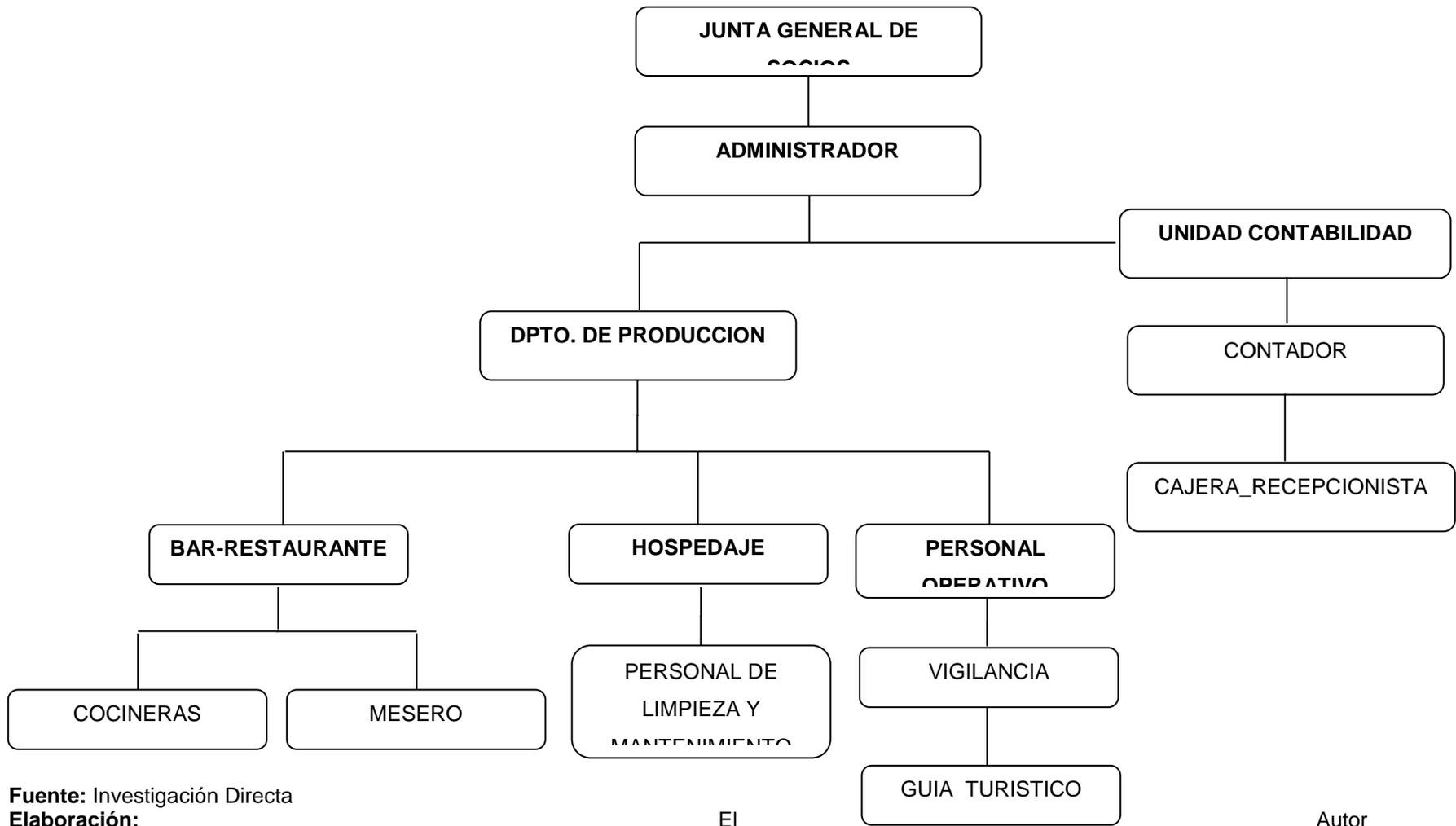
Se debe tomar en cuenta que cada gráfica de representación organizacional no es uniforme para las empresas; este debe ajustarse a las características de los servicios a implantar y sus dimensiones físicas, recordando que ningún ente económico es fijo y siempre se encuentra cambiando por tales motivos, el organigrama se deberá reestructurar, de acuerdo a las necesidades planteadas en el desarrollo de sus funciones.

### ✓ **Estructura Administrativa**

Para normar la estructura administrativa se utiliza los organigramas, donde se define el orden jerárquico y la relación que debe existir de acuerdo a cada departamento y responsabilidades que debe tener cada uno de los funcionarios al servicio de la empresa.

La estructura de la empresa, se muestra en el organigrama a través de las áreas con las que está constituida:

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CENTRO TURÍSTICO



**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaboración:**

EI

Autor

Este organigrama es el resultado de la creación de la estructura de una organización media en aspectos de servicios de esparcimiento, basados en los componentes que se pretende ofrecer al turista que visite nuestras instalaciones.

Con esta estructura organizacional expresamos básicamente la relación que debe existir entre las funciones, niveles y actividades de los recursos buscando la eficiencia máxima en la realización a los objetivos y metas planteadas.

#### **6.4 ESTRUCTURA FUNCIONAL**

Las funciones departamentales, consideradas en este capítulo; son guías que dispondrán cada uno de los estamentos de la organización, es decir, son parámetros de tareas que deben cumplir los miembros del centro Turístico en sus actividades diarias; las mismas permitirán el control y desarrollo normal de sus labores.

#### **➤ MANEJO ADMINISTRATIVO**

##### **Requerimiento del Personal para Junta General de Accionistas**

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Junta General de Accionistas	Título del puesto: Presidente
Nombre del jefe inmediato Directorio	Cargo del jefe: Directorio
Área de trabajo Gerencia	Lugar de trabajo Cantón Huaca
<b>Objetivo del Puesto</b>	
➤ Dirigir la empresa revisar y aprobar cualquier todo trámite	
<b>Detalle de funciones</b>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Designar a los consejeros principales y suplentes del Consejo de Administración y fijar sus retribuciones.</li> <li>➤ Designar al Comisario principal y suplente de la compañía y fijar sus retribuciones.</li> <li>➤ Conocer y aprobar el balance general, que irá acompañado del estado de pérdidas y ganancias y de los informes sobre los negocios sociales que sean presentados por el Gerente General, el Comisario y los auditores externos en caso de existir.</li> <li>➤ Determinar la forma de reparto de los beneficios sociales, tomando a consideración la propuesta realizada por el Consejo de Administración.</li> <li>➤ Determinar la amortización de acciones, siempre y cuando se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.</li> <li>➤ Toma de decisiones en cuanto a prórroga del contrato social, de la disolución anticipada, del aumento o disminución de capital suscrito o autorizado, y de reforma de los estatutos.</li> <li>➤ Selección de auditores externos en caso de ser requeridos.</li> </ul>
<b>Responsabilidades y Competencias</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Revisión y Aprobación</li> <li>➤ Éxito o fracaso en la consecución de objetivos</li> <li>➤ Control y evaluación del cumplimiento de los objetivos</li> <li>➤ Buena utilización de los recursos de la organización.</li> <li>➤ Cuidar el prestigio y el buen nombre de la empresa.</li> </ul>
<b>Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias y al exterior.</li> </ul>
<b>Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Computador</li> <li>➤ Teléfono</li> <li>➤ Internet</li> <li>➤ Vehículo</li> </ul>
<b>Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Educación formal: Superior</li> <li>➤ Especialidad y título: Administración, Ing. En administración de empresas o afines.</li> <li>➤ Dominio del idioma inglés.</li> <li>➤ Tiempo y experiencia previa requerida: Cinco años en la dirección de una empresa.</li> <li>➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, trabajo bajo presión, negociación.</li> </ul>

## Requerimiento del Personal para Gerencia General

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Gerencia General	Título del puesto: Gerente General
Nombre del jefe inmediato: Junta General de Accionistas	Cargo del jefe: Presidente
Sueldo o Salario: 450 USD	Número de horas de trabajo por semana 48 horas
Área de trabajo: Gerencia	Lugar de trabajo Cantón Huaca
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Administrar los negocios y bienes de la organización</li> </ul>	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Coordinar la formulación del plan estratégico de la empresa con la participación del personal.</li> <li>➤ Formular las políticas de la organización en su gestión.</li> <li>➤ Modificar la estructura orgánica de la organización.</li> <li>➤ Supervisar el cumplimiento de los planes y programas.</li> <li>➤ Cumplir y hacer cumplir las políticas determinadas.</li> <li>➤ Efectuar el seguimiento y control de los objetivos planteados.</li> <li>➤ Orientar y aprobar la reformulación de los planes.</li> <li>➤ Preparar informes sobre asuntos de interés para los accionistas.</li> </ul>	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conducción general de la empresa</li> <li>➤ Éxito o fracaso en la consecución de objetivos</li> <li>➤ Control y evaluación del cumplimiento de los objetivos</li> <li>➤ Buena utilización de los recursos de la organización.</li> <li>➤ Cuidar el prestigio y el buen nombre de la empresa.</li> </ul>	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias y al exterior.</li> </ul>	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Computador</li> <li>➤ Teléfono</li> <li>➤ Internet</li> </ul>	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Educación formal: Superior</li> <li>➤ Especialidad y título: Administración, Ing. En administración de empresas o afines.</li> <li>➤ Dominio del idioma inglés.</li> <li>➤ Tiempo y experiencia previa requerida: Cinco años en la dirección de una empresa.</li> <li>➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 35 años; edad máxima 50 años.</li> <li>➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, trabajo bajo presión, negociación.</li> </ul>	

## Requerimiento del Personal para Guardianía

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Guardianía	Título del puesto: Guardia de Seguridad
Jefe inmediato: Gerente General	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario: 318 USD	Número de horas de trabajo por semana: 168 horas
Área de trabajo: Puertas de Ingreso	Lugar de trabajo: Cantón Huaca
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Brindar seguridad a los clientes</li> </ul>	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Verificar el acceso de las personas a las instalaciones</li> <li>➤ Solicitar identificación a los clientes.</li> <li>➤ Informar sobre lugares de riesgo.</li> <li>➤ Controlar al público a través de cámaras de seguridad.</li> </ul>	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Evitar el robo e ingreso de malos elementos a la empresa.</li> </ul>	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en lugares de ingreso del complejo recreacional.</li> </ul>	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ chaleco antibalas</li> <li>➤ Pistola</li> <li>➤ Tolete</li> <li>➤ Gas pimienta</li> </ul>	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Educación formal: Estudios secundarios cualquier mención, preferentemente bachiller en colegios militares.</li> <li>➤ Tiempo y experiencia previa requerida: Dos años en el área de guardianía</li> <li>➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 26 años; edad máxima 45 años.</li> <li>➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, manejo de armas, dinámico, proactivo, trabajo bajo presión.</li> </ul>	

## Requerimientos del Personal del Área de Mantenimiento

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Mantenimiento de agua	Título del puesto: Mantenimiento
Jefe inmediato: Gerente	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario: 318 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Piscina y complementarios	Lugar de trabajo: Cantón Huaca
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Vigilar el desarrollo adecuado del agua de la piscina, sauna, turco, hidromasaje.</li> </ul>	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Supervisar en forma diaria los el estado del agua y funcionamiento del sistema de reciclaje.</li> <li>➤ Coordinar las etapas de mantenimiento de los distintos sistemas de complejo.</li> <li>➤ Desarrollo de distribución logística.</li> <li>➤ Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia le asigne el gerente.</li> </ul>	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Alcanzar las mejores formas de cultivos y mantenimiento de los espacios verdes.</li> <li>➤ Diseño de las mejores formas de manejo de las plantas ornamentales.</li> </ul>	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en los espacios de cultivo.</li> </ul>	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Herramientas propias de mantenimiento.</li> <li>➤ Equipo de sistema de mantenimiento</li> <li>➤ Indumentaria de seguridad industrial</li> </ul>	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Educación formal: Bachiller químico-biólogo.</li> <li>➤ Dominio manejo de los sistemas de mantenimiento</li> <li>➤ Tiempo y experiencia previa requerida: Dos años.</li> <li>➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 28 años; edad máxima 40 años.</li> <li>➤ Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión.</li> </ul>	

## Requerimientos del Personal del Área de Aseo

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Personal de Aseo	Título del puesto: Mantenimiento
Jefe inmediato: Gerente	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario: 318 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Piscina y complementarios	Lugar de trabajo: Cantón Huaca
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Vigilar el aseo adecuado del complejo turístico en todas sus etapas.</li> </ul>	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Supervisar en forma diaria el sistema de reciclaje.</li> <li>➤ Mantiene la limpieza del área de recreación.</li> <li>➤ Manejo adecuado de las herramientas de jardinería.</li> </ul>	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Alcanzar las metas de mantenimiento de los espacios verdes.</li> <li>➤ Diseño de las mejores formas de manejo de las plantas ornamentales.</li> </ul>	
Condiciones en las que desarrollara las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en los espacios verdes</li> </ul>	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Educación formal: sin experiencia.</li> </ul>	

## Requerimiento de Personal para Chef

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Chef	Título del puesto: Chef
Jefe inmediato: Gerente General	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario: 318 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Restauran	Lugar de trabajo: Cantón Huaca
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Desarrollo de menús y especialidades de la casa</li> </ul>	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realizar la planificación de los menús y el abastecimiento respectivo para la ejecución diaria en el restaurant.</li> <li>➤ Desarrollar platos especiales de acuerdo a la gastronomía de la región.</li> <li>➤ Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia le asigne el gerente.</li> </ul>	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborar los menús.</li> <li>➤ Manejo correcto del almacenamiento.</li> </ul>	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en restaurant</li> </ul>	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mesas de trabajo</li> <li>➤ Utensilios</li> </ul>	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Educación formal: Superior</li> <li>➤ Especialidad y título: Chef</li> <li>➤ Dominio del idioma inglés</li> <li>➤ Tiempo y experiencia previa requerida: Tres años en el área de chef</li> <li>➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 28 años; edad máxima 35 años.</li> <li>➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión, negociación.</li> </ul>	

## Requerimientos de Personal para Mesero

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Mesero	Título del puesto: Mesero
Jefe inmediato: Chef	Cargo del jefe: Chef
Sueldo o Salario: 318 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Restauran	Lugar de trabajo: Cantón Huaca
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Brindar un servicio a la mesa de calidad y amabilidad.</li> </ul>	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recibir al huésped en el restaurant.</li> <li>➤ Conducir al cliente a la mesa.</li> <li>➤ Indicar el menú del día.</li> <li>➤ Tomar la orden.</li> <li>➤ Servir.</li> </ul>	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mantener las mesas limpias.</li> <li>➤ Excelente servicio al cliente.</li> </ul>	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en el restaurant.</li> </ul>	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Uniformes.</li> <li>➤ Libreta.</li> <li>➤ Bolígrafo.</li> </ul>	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Educación formal: Estudios superiores en hotelería.</li> <li>➤ Dominio en el área de servicio a la mesa</li> <li>➤ Tiempo y experiencia previa requerida: seis meses a un año.</li> <li>➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 20 años; edad máxima 32 años.</li> <li>➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión.</li> </ul>	

## Requerimiento de Personal para Guía Turístico

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Guía Turístico	Título del puesto: Guía Turístico
Jefe inmediato: Gerente	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario: 318 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Área Deportiva	Lugar de trabajo: Cantón Huaca
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Supervisar y guiar las actividades deportivas de los clientes</li> </ul>	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Crear nuevas actividades recreacionales y deportivas</li> <li>➤ Cuidar y mantener en buen estado los equipos de deportes recreativos.</li> <li>➤ Ser cuidadoso con la seguridad de los visitantes.</li> <li>➤ Tomar decisiones sobre la seguridad de los clientes</li> <li>➤ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento</li> </ul>	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mantener los equipos en buen estado</li> <li>➤ Ordenar implementación de equipos.</li> </ul>	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en los centros deportivos de recreacionales.</li> </ul>	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Uniformes.</li> <li>➤ Indumentaria de limpieza.</li> <li>➤ Gorro.</li> </ul>	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Educación: Educación secundaria</li> <li>➤ Conocimientos y experiencia en deportes de aventura</li> <li>➤ Experiencia : Mínimo 3 años en cargos similares</li> <li>➤ Dominio de idiomas : inglés y francés</li> <li>➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 20 años; edad máxima 32 años.</li> <li>➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión.</li> </ul>	

➤ **MANEJO FINANCIERO**

**Requerimiento del Personal de Contabilidad**

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Contabilidad	Título del puesto: Contador
Jefe inmediato: Gerente General	Cargo del jefe: Gerente
Sueldo o Salario 350 USD	Número de horas de trabajo por semana 30 horas
Área de trabajo: Contabilidad	Lugar de trabajo: Cantón Huaca
<b>Objetivo del Puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dirigir el área financiera de la empresa</li> </ul>	
<b>Detalle de funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Participar y coordinar en la elaboración de estados financieros.</li> <li>➤ Dirigir la elaboración de la contabilidad de la organización.</li> <li>➤ Preparar información financiera de la organización con el visto bueno del gerente.</li> <li>➤ Revisar las conciliaciones bancarias.</li> <li>➤ Llevar el control contable del patrimonio de los accionistas.</li> <li>➤ Mantenerse al día en las obligaciones fiscales y de organismos de regulación de la organización.</li> <li>➤ Planificar las auditorías en coordinación con el auditor.</li> <li>➤ Preparar informes sobre asuntos de interés para los accionistas.</li> </ul>	
<b>Responsabilidades y Competencias</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Planificación operativa en el área de contabilidad.</li> <li>➤ Administrar con eficiencia las cobranzas.</li> <li>➤ Aplicación eficiente del sistema contable.</li> <li>➤ Cumplir los presupuestos programados.</li> </ul>	
<b>Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias.</li> </ul>	
<b>Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Computador</li> <li>➤ Teléfono</li> <li>➤ Calculadora</li> <li>➤ Impresora</li> </ul>	
<b>Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Educación formal: Superior</li> <li>➤ Especialidad y título: CPA</li> <li>➤ Tiempo y experiencia previa requerida: Cinco años en el área contable financiera.</li> <li>➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 27 años; edad máxima 35 años.</li> <li>➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, trabajo bajo presión, capacidad de negociación.</li> </ul>	

## Requerimiento del Personal para Cajero Recepcionista

<b>Descripción del Puesto</b>	
Nombre del Puesto: Recepción	Título del puesto: Recepcionista
Jefe inmediato: Jefe de Marketing	Cargo del jefe: Jefe de Marketing
Sueldo o Salario: 318 USD	Número de horas de trabajo por semana: 48 horas
Área de trabajo: Recepción	Lugar de trabajo: Cantón Huaca
Objetivo del Puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Brindar la atención del cliente en cumplimiento de las normas y reglamentos.</li> </ul>	
Detalle de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realizar el check in y el checkout de los visitantes.</li> <li>➤ Planificar, coordinar en todos los requerimientos del huésped durante su permanencia.</li> <li>➤ Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia le asigne el gerente.</li> </ul>	
Responsabilidades y Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Controlar el check in y el checks out.</li> <li>➤ Adjuntar todos los respaldos de servicio.</li> </ul>	
Condiciones ambientales en las que desarrolla las actividades del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en oficina del complejo recreacional.</li> </ul>	
Detalle de equipos, materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Computador</li> <li>➤ Teléfono</li> <li>➤ Internet</li> <li>➤ Fax</li> <li>➤ Copiadora</li> <li>➤ Impresora</li> </ul>	
Requisitos y condiciones requeridos para el desempeño del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Educación formal: Estudios superiores con mención en administración turística y hotelera.</li> <li>➤ Dominio del idioma inglés</li> <li>➤ Tiempo y experiencia previa requerida: Dos años en el área de recepción</li> <li>➤ Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 26 años; edad máxima 32 años.</li> <li>➤ Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión, negociación.</li> </ul>	

## **6.5 BASE LEGAL PARA LA CONSTITUCIÓN**

El marco legal que abarca todo proyecto turístico, se encuentra enmarcado dentro de la Ley de Turismo. “La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.”

Se debe reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y el Estado en cuanto al fomento y promoción del turismo nacional dentro y fuera del país; protección al turista, protección de los recursos naturales, entre otros; a través del Ministerio de Turismo y sus estamentos.

En la presente Ley, el Estado garantiza el derecho de toda actividad turística a efectuarse dentro del territorio ecuatoriano, los mismos se deben encontrar dentro de los principios de:

- a.** La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b.** La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico.
- c.** El fomento de la infraestructura nacional y mejoramiento de los servicios básicos, garantizando la satisfacción del turista.
- d.** La conservación de los recursos naturales y culturales del país.

- e. La iniciativa y participación comunitaria de los pueblos del Ecuador preservando su cultura y tradiciones, su identidad y su ecosistema; y participando en la prestación de servicios turísticos.

La Ley de Turismo (2009), expresa en su Art. 25. El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales”.

Para comprender el párrafo anterior, se considera lo expresado en La Constitución Política de la República en su artículo No. 271 que expresa: “El Estado garantizará los capitales nacionales y extranjeros que se inviertan en la producción, destinada especialmente al consumo interno y a la exportación. La ley podrá conceder tratamientos especiales a la inversión pública y privada en las zonas menos desarrolladas o en actividades de interés nacional.

El Estado, en contratos celebrados con inversionistas, podrá establecer garantías y seguridades especiales, a fin de que los convenios no sean modificados por leyes u otras disposiciones de cualquier clase que afecten sus cláusulas”.

A partir de estos artículos, el Estado Ecuatoriano establecerá las condiciones necesarias para garantizar al inversionista, en aspectos de régimen patrimonial, legal, tributario y laboral.

Para el ejercicio de cualquier proyecto turístico se requiere la obtención del registro único de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredita la idoneidad de los servicios a desempeñar.

Previo a iniciar las actividades, de la pequeña empresa complejo turístico “Cóndor Mirador” deberá realizar algunos trámites legales en diversas instituciones, mismos que son imprescindibles para evitar problemas legales futuros y le permitirán a la empresa conocer sus obligaciones fiscales.

## ❖ **Constitución de la Empresa**

### • **Determinación del Ente Jurídico**

El complejo está diseñado para brindar un servicio de calidad, por ende se necesita de una inversión considerable por tal razón se optara por crear una compañía de responsabilidad limitada; con capacidad legal para realizar actividades de comercio, para lo cual son necesarios los siguientes requisitos:

#### ✓ **Apertura de una Cuenta**

La apertura de la cuenta se lo realiza en principio para cumplir lo legal ya que para crear una compañía se necesita un capital social pagado de \$800 USD, como mínimo según la ley de compañías. Este capital de la empresa es recuperable.

#### ✓ **Elaboración de la Minuta ante un Abogado**

Se debe elaborar una minuta ante un abogado donde se detalla el capital social, los nombres de los socios de haberlo, y demás requisitos que se requiere para este efecto.

### ✓ **Registro en Notaria Publica**

Luego de elaborar la minuta se debe elevar a escritura pública, para que se legalice la creación de la compañía de responsabilidad limitada, donde debe estar presente la firma de un notario público y el detalle del capital social pagado.

### ✓ **Registro Mercantil**

Continuando con la creación de la compañía de responsabilidad limitada se debe realizar el registro mercantil. Un requisito indispensable si esta compañía desea celebrar un contrato con cualquier persona natural o jurídica.

### ✓ **Afiliación a la Cámara de Turismo**

Para poder operar en el área turística en el Ecuador se necesita estar afiliado a la cámara de turismo.

### ✓ **Registro de Operación Turística**

Para que la hostería pueda funcionar legalmente en el Ecuador se necesita contar con los siguientes permisos de control los cuales son; pero para poder tramitar todos estos permisos es necesario tener como requisito principal el Registro Único del Contribuyente, por tal razón el primer paso es obtener el Ruc.

- Tramitar el Registro único de Contribuyentes
- Registro ante el Ministerio de Turismo
- Permiso de la Independencia de Policía
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

- Inscripción en la Superintendencia de Compañías.
- Licencia Única de funcionamiento para lugares turísticos
- Patente municipal
- Permiso sanitario
- Permiso del cuerpo de bomberos

#### **a) Tramitar el Registro único de Contribuyentes**

##### **✓ OBTENCIÓN DEL RUC PARA PERSONAS NATURALES O JURIDICAS**

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

- ✓ Llenar el formulario respectivo 01A, 01B.
- ✓ Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- ✓ Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando la Ley lo exija así.
- ✓ Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- ✓ Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

## **b) Registro ante el MINTUR**

***La Ley de Turismo. Capítulo II. Artículo 9. Registro Oficial No 97 del 27 de diciembre del 2009, manifiesta que: “El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, Cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda”.***

- ✓ **Requisitos y formalidades para el registro:**
- ✓ Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de Personas Jurídicas.
- ✓ Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil, tratándose de Personas Jurídicas.
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- ✓ Fotocopia de la cédula de identidad, según sea la persona natural Ecuatoriana o Extranjera.
- ✓ Fotocopia del contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con autorización de utilizar la razón social.
- ✓ Certificado del Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social. (Ministerio de Comercio Exterior).
- ✓ Copia del Certificado de votación.
- ✓ Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado de inquilinato.

- ✓ Lista de precio de los servicios ofertados, (original y copia).

Al efectuarse cualquier cambio en la declaración inicial se deberá notificar al Ministerio en un tiempo no mayor a 30 días de ocurrido el hecho; por ejemplo en los casos de transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

Este registro será mantenido por el Ministerio de Turismo, aun cuando este procedimiento pueda ser descentralizado, toda información relativa a este registro se mantendrá a nivel nacional; y el valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva actividad.

#### **c) Permiso de la Independencia de Policía**

Para obtener dicho permiso es indispensable contar con los siguientes documentos:

- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- ✓ Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal.
- ✓ Certificado de propiedad o arrendamiento del establecimiento.

#### **d) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).**

Sobre nombres comerciales que la Superintendencia de Compañías haya aprobado, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

IEPI, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida. Para lo cual se debe pagar un impuesto anual de acuerdo a las características del establecimiento.

- ✓ Se requiere de la presentación del Registro Único de Contribuyentes, número de cédula de identidad del representante legal, categoría del establecimiento y capacidad de alojamiento.

**e) Inscripción en la Superintendencia de Compañías.**

Para la solicitud de aprobación, se debe presentar a la Superintendente de Compañías o a su delegado:

- ✓ Tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía.
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía
- ✓ Listado de maquinarias y equipos valorados a precio de costo
- ✓ Croquis de ubicación con la dirección exacta de la empresa

**f) Licencia Única de Funcionamiento para Lugares Turísticos**

**Ilustración N° 9**



Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro único de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, constituyéndose en la autorización legal para desempeñar los servicios turísticos, la misma que dará valor a las operaciones a desarrollarse y tendrá vigencia de un año y sesenta días del año siguiente.

Para la obtención de la licencia de funcionamiento se requiere:

- ✓ El registro único de contribuyentes (RUC)
  - ✓ Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo.
  - ✓ Certificado de la Cámara Provincial de Turismo o del capítulo cantonal, de haber cumplido con las obligaciones gremiales.
  - ✓ La Patente Municipal.
  - ✓ Copia de cedula de identidad
- g) Para obtener la Patente Municipal son necesarios los siguientes requisitos:**
- ✓ Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.

- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- ✓ Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la actividad de la empresa.

#### **h) Permiso sanitario**

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

#### **i) Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos**

Conjuntamente con la patente municipal se cobra la Tasa de autorización de funcionamiento para el Cuerpo de Bomberos por un monto correspondiente al 10% del impuesto de patente, pero nunca será mayor de USD \$ 100,00. El valor recaudado será entregado al Cuerpo de Bomberos para la implementación y funcionamiento del Plan de Control y Evaluación de los medios de prevención contra incendios, al fortalecimiento del Plan Fuego, a los programas de capacitación sobre prevención de incendios y a la Unidad Especializada de Quemados.

- Los requisitos para la obtención de este permiso son:
  - ✓ Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega en las Oficinas del Cuerpo de bomberos de Ibarra y adjuntar. Informe de la Inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos de Ibarra.
  - ✓ Copia de la Patente Municipal.

- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía si es persona natural o del representante Legal en el caso de persona jurídica.
- ✓ Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- ✓ Copia de la inspección del año anterior en caso de existir

#### ❖ **Ventajas y Desventajas de la Legalización**

##### ✓ **Ventajas de una microempresa legalizada**

Las ventajas de una microempresa turística legalmente constituida radican en que:

- a. Se facilitan las actividades de compra, de operación comercial, manejo de personal, de investigación, de control contable y de registro.
- b. Logra establecer un proceso de regulación dentro de su negocio.
- c. Implementa niveles de control administrativo y manejo de personal.
- d. Establecen sistemas de mercadeo y ventas de sus productos o servicios que tiene una microempresa turística.
- e. Se integra a la formalidad de los negocios en el país, lo cual se le facilita el poder tener un desarrollo normal como las pequeñas, medianas y grandes empresas turísticas de acuerdo al sistema establecido en la ley de turismo del Ecuador.

##### ✓ **Desventajas de un negocio turístico no legalizado**

Algunas desventajas al no tener legalizada la microempresa turística de las cuales, se puede mencionar lo siguiente.

- a.** El aislamiento de los beneficios legales que el Estado facilita, en planes de créditos especiales, capacitación, promoción entre otros.
- b.** Presentarse con una debilidad legal como microempresa frente del mercado regulado por la venta de productos y servicios turísticos a nivel nacional e internacional.
- c.** El no poder participar en el mercado de valores con paquetes accionarios del mundo bursátil.
- d.** Ser susceptibles al cierre del negocio por no llevar un control adecuado sobre el negocio, sea por no cumplir con los permisos, obligaciones tributarias, laborales y otros.

### **6.5.1 Importancia del Marco Legal**

La importancia del marco legal que regirá para la apertura de cualquier establecimiento hotelero, en el caso del proyecto de la hostería en su conjunto de actividades, se considera los incentivos y beneficios que la ley otorga, los mismos que pueden acogerse siempre y cuando el proyecto turístico presentado al Ministerio de Turismo sea calificado y aprobado.

Los incentivos y beneficios en general a los que se puede acoger la hostería son básicamente:

- a.** Exoneración total de los derechos de los impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos del registro de la empresa registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

- b.** Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de proyecto hotelero cuya finalidad principal sea el turismo, esta exoneración tributaria se lograra durante un lapso de tiempo, previa calificación de categoría otorgada por el Ministerio de Turismo.
  
- c.** Acceso al crédito o préstamos dentro de las Instituciones del Sistema Financiero, que deberá establecer líneas de financiamiento para todo proyecto turístico calificado por el Ministerio del ramo. Dichas instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de los empréstitos y cauciones.

## **6.6 SEGUIMIENTO Y CONTROL**

Los cuadros anteriormente expuestos serán verificados cada trimestre para verificar el cumplimiento de cada una de las funciones encomendadas al personal del complejo. Además de analizar cada uno de los estamentos a quien se debe la constitución de la empresa.

## **CAPÍTULO VII**

### **7. ANÁLISIS DE IMPACTOS**

El presente capítulo constituye un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que el proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos. De las variadas metodologías existentes para realizar análisis de impactos, se ha escogido la que más se adapta en contexto de la presente investigación, además tiene la ventaja de que operativamente es de fácil desarrollo y fundamentalmente es efectiva, real y de fácil interpretación.

Entonces cabe considerar y señalar las posibles consecuencias que pueden acarrear o surgir en la implantación del proyecto, por tales motivos es importante analizar sus efectos de forma cuantificada y cualitativamente, permitiendo establecer las posibles bondades o fallas que puede poseer el proyecto.

Se concluye que los impactos; son un conjunto de posibles o supuestos eventos que pueden suscitar con las obras de construcción efectuadas en el balneario las actividades a desarrollarse con la puesta en marcha del proyecto.

Se debe reflexionar, que ningún evento ocurre en forma aislada, y siempre se encuentra influenciado por otros eventos, es decir, que existen impactos directos ocasionados por las actividades planificadas en el proyecto e impactos indirectos relacionados con el análisis de causa y efecto.

A continuación se detalla el procedimiento que se ha seguido para realizar los impactos que el proyecto generará.

Se ha determinado una serie de áreas, para en cada una de ellas aplicar la siguiente mecánica operativa sobre las matrices:

En primer lugar se ha creído conveniente establecer un rango de nivel de impacto, que impacto va desde menos 3 hasta 3 positivo con la valoración de la siguiente tabla.

### 7.1. VALORACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

El diseño y evaluación de la matriz de impactos se desarrolla, aplicando la siguiente escala de valoración:

**Cuadro N° 97**

#### VALORACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA DE IMPACTOS

-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No Hay Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** El Autor

En segundo lugar se coloca en cada matriz los rangos de cada impacto en forma horizontal mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que darán información a cada una de las áreas seleccionadas.

Se determina el nivel de impacto de área o ámbito matemáticamente, para lo cual se obtiene la sumatoria de los indicadores establecidos y este resultado se lo divide para el número de indicadores.

Bajo cada matriz se realiza un breve análisis de indicador por indicador, en el cual se argumente o se explique las razones por la que se asignó determinado nivel de impacto de cada indicador.

Una vez realizado las matrices de cada área o ámbito se plantea una matriz general de impactos que utilizando los ítems mencionados anteriormente, permiten establecer el impacto global del proyecto lógicamente en la primera columna se sustituye los indicadores de la áreas o ámbitos.

### **7.1.1. Impacto Social**

#### ➤ Fuentes de Trabajo

El beneficio social más importante encontrado en la elaboración del proyecto es principalmente la generación de fuentes de trabajo con lo que muchas familias del cantón Huaca serían beneficiadas, con lo cual disminuiría los índices de falta de fuentes de empleo y otros problemas sociales.

#### ➤ Aumento del área de producción sostenible

El cantón Huaca cuenta con un sistema de recolección de basura que se encarga de reciclar materia orgánica e inorgánica para lo cual nos acogeremos a esta normativa.

Para esto, también se implementara estrategias para aprovechar los desperdicios realizando talleres en los que se enseñe como manejar como manejar estos desperdicios y como beneficiarse de estos un claro ejemplo es la reutilización del papel con los cuales se realiza artesanías que aparte, de ser llamativas aseguran otros ingresos para los pobladores de la población.

➤ Contribuir al Desarrollo Socio-Económico de la Ciudad de Huaca

Es de gran ayuda ya que los alienta a otros microempresarios a invertir, a mejorar su negocio, a trabajar mejor para enfrentar a la competencia con productos de calidad, que obligue a la gente a apreciar lo nuestro y a tener confianza de que se vendrán tiempos mejores.

**Cuadro N° 98**

**IMPACTO SOCIAL**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Fuentes de Trabajo							X
Aumento del área de producción sostenible						X	
Contribuir al desarrollo socio-económico de la ciudad						X	
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>3</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

**E = 7**

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = 7/3 = 2,33$$

## 2 Impacto Medio Positivo

Cabe indicar que el proyecto busca mejorar la calidad de vida tanto de los inversionistas y de las familias del sitio al brindar nuevas oportunidades de trabajo en diversa índole, el mismo que beneficiara a la colectividad en el ámbito del bienestar comunitario. Con lo cual se estaría evitando posibles migraciones de la población a otras plazas del país, en especial contribuiría a acelerar el desarrollo de los servicios básicos por parte del gobierno y del sector privado. Además poseerá un liderazgo ya que será la primera microempresa del sector con estas características.

### 7.1.2. Impacto Económico

#### ➤ Rentabilidad del Proyecto

Es un negocio rentable a un corto plazo no muy difícil de emprenderlo; el estudio de mercado demuestra que si existe una demanda insatisfecha por lo que el centro turístico tendrá una aceptación favorable y por ende convirtiéndose en un proyecto rentable.

#### ➤ Creación de proyectos alternativos

Como es un centro turístico único en la población y sus alrededores se puede generar otros negocios como hospedaje, restaurantes entre otros.

➤ Ingresos Empresa

El proyecto tocará la empresa privada, ya que se necesitará de los medios de comunicación, de las empresas de publicidad que elaborarán las estrategias de marketing para así dar a conocer el producto en los centros de expendio.

**Cuadro N° 99**

**IMPACTO ECONÓMICO**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Rentabilidad del Proyecto							X
Creación de proyectos alternativos							X
Ingresos a la Microempresa						X	
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

**E = 8**

$$\text{Impacto Económico} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

**Impacto Económico = 8/3 = 2.7**

**3 Impacto Alto Positivo**

En este impacto se pretende establecer las relaciones de la oferta y la demanda que se tiene en el sector, permitiendo evaluar de manera adecuada los posibles montos de dinero que requiere el proyecto y su periodo de recuperación. Como un aspecto positivo se considera el incremento de la

rentabilidad, permitiendo desarrollar la estabilidad económica en la región y por ende una estabilidad emocional en el núcleo de la sociedad la familia.

#### 7.1.4. Impacto Educativo

➤ Generación de Conocimientos

El tener un negocio implica que como microempresario se tenga la necesidad de capacitarnos para administrar adecuadamente los fondos financieros que ha adquirido, esto se lo logra a partir de acciones de capacitación que son fundamentales ya que permitirán a los micro emprendedores a conseguir los objetivos propuestos.

➤ Estrategias Innovadoras

El proyecto ofrece ideas innovadoras para el sector micro empresarial puesto que se va a tomar los factores importantes que no son considerados por las demás microempresas como fuente principal para la captación de mayores turistas, además la publicidad y la calidad que va a tener el centro turístico.

**Cuadro Nº 100**

**IMPACTO EDUCATIVO**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Generación de Conocimientos							X
Estrategias Innovadoras							X

<b>TOTAL</b>							<b>6</b>
--------------	--	--	--	--	--	--	----------

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

**E = 6**

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Educativo} = 6/2 = 3$$

### **3 Impacto Alto Positivo**

Con el proyecto se busca incrementar los conocimientos académicos en la ejecución de proyectos productivos; basados en el turismo del país, ya que en la actualidad el turismo juega un papel importante en la economía ecuatoriana al poseer un sin número de lugares que se puede visitar.

Este eventual impacto trata de consolidar las bases teóricas en materia de estructura económica y financiera en la elaboración de proyectos productivos como es el caso de la mencionada investigación; siendo el objetivo primordial el dar a conocer al público en general las características técnicas del centro turístico y de servicios además de su vínculo directo con el turismo en el Ecuador.

#### **7.1.5. Impacto Ambiental**

➤ **Depredación del Medio Ambiente**

Constituir una pequeña empresa en la cual se respete las ordenanzas municipales y en sí el medio ambiente pero inevitablemente tendrá afectación a su entorno en general.

➤ **Contaminación de Olores**

Se busca la utilización de los desechos comunes como abonos para plantas.

- Contaminación de Ruido

La pequeña empresa tratara de generar en menor ruido posible.

- Clasificación de desechos

El centro turístico ayudara a la conservación del medio ambiente por lo que clasificara sus desperdicios apoyando al programa que tiene el ilustre municipio del cantón Huaca.

**Cuadro N° 101**

**IMPACTO AMBIENTAL**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Depredación del Medio Ambiente			X				
Contaminación de Olores			X				
Contaminación de Ruido			X				
Clasificación de Desechos			X				
<b>TOTAL</b>			<b>-4</b>				

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

**E = -4**

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

**Impacto Ambiental = -4/4 = -1**

**-1 Impacto Bajo Negativo**

Tenemos el impacto ambiental considerado como uno de los primordiales en materia de conservación de los recursos del planeta, dentro del desarrollo del proyecto se debe considerar el grado de afectación que este genere al contexto, para lo cual se hace necesario adoptar políticas en gestión y preservación del medio ambiente como lo puede ser el trato adecuado de los desperdicios o desechos (basura) que produzca el citado proyecto en su elaboración y ejecución y el trabajo sin tóxicos, tratando de mitigar en algo impacto ambiental generado por el ser humano.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

De la investigación efectuada se debe resaltar varios puntos considerados básicos y que permiten concluir que el proyecto para la creación de un centro turístico en la ciudad de Huaca, justifica el financiamiento y el respaldo necesario para la ejecución del proyecto presentado y la conveniencia de la inversión. Se ha tratado de incluir aspectos importantes de cada tema para así demostrar de manera más clara y comprensible para todas aquellas personas que hagan uso del respectivo material.

### **CONCLUSIONES:**

1. En el Estudio Diagnóstico se identificó, un bajo nivel de organización y falta de participación ciudadana de los habitantes del cantón, de hecho repercute a que sean desatendidos por los organismos estatales autónomos descentralizados, encargados de cubrir las necesidades, que permita obtener ingresos suficientes, para satisfacer al menos las necesidades elementales del ser humano.

2. En el Marco Teórico se pudo conocer la conceptualización de los términos elementales para el desarrollo de este trabajo, uno de ellos fue el concepto y formas de membrecía que es el enfoque del presente proyecto.
3. El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de un mercado potencial insatisfecho de 28628 personas al año 2013 frente a una oferta actual que no logra captar toda la demanda requerida potencial determinando de esta manera la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del tamaño del mercado.
4. Se determinó la ingeniería del proyecto, en el cual la distribución física del complejo turístico, está conformada por las principales áreas: administrativa, mantenimiento y seguridad, alojamiento, recreación, esparcimiento, alimentos y bebidas, trabajando eficientemente se tendrá como resultado la captación de 74.985 al año 2014 que es la capacidad del complejo con un servicio satisfactorio para el público en general.
5. El estudio económico - financiero permitió determinar la factibilidad del proyecto, mediante la aplicación de indicadores financieros; en mercado en tres elementos fundamentales como son la sostenibilidad, la competitividad y el fortalecimiento institucional a largo plazo. Al inicio la inversión es alta pero se logrará recuperar en 3 años, 2 meses y 9 días; es decir dentro de los cinco años. Se tiene una tasa interna de retorno del 19,96% y un valor actual neto positivo de 17125,97, costo beneficio se ubica en 4,74, de lo que garantiza la ejecución del proyecto para la creación de un centro turístico.
6. En el Estudio Organizacional se pudo establecer el tipo de empresa al que pertenecerá el centro recreacional, de igual manera se estableció la

visión, misión y valores con los que se manejará y la organización en sí de la misma como las funciones de cada área.

7. Por último en el estudio de impactos se logró determinar los efectos positivos y negativos que surgirán al implantar la empresa. El impacto ambiental es un poco preocupante debido a que en el análisis se obtuvo un bajo positivo.

#### **RECOMENDACIONES:**

1. Se recomienda propiciar mecanismos de gestión de parte de sus habitantes, ante las autoridades locales, para conseguir que se asignen los recursos suficientes e incentivar a la integración, que ayude a mejorar la organización de su población, que posibilite la capacidad de gestión, hacia el logro de buscar un desarrollo armónico y equilibrado del Cantón.
2. Se debe conceptualizar a través de citas bibliográficas y analizar todos los términos que se utilizaron al desarrollar el presente proyecto.
3. La empresa, deberá ser un ejemplo de productividad a través de la correcta aplicación de marketing, utilizando estrategias de comercialización como son: estrategias de promoción, estrategias del producto o servicio, estrategias de plaza y de los precios. Una buena estrategia será utilizar publicidad y promoción basada en resultados, es decir de las buenas experiencias de los clientes, del excelente servicio de la empresa. Esta estrategia ayuda a publicitar a la empresa de manera gratuita y sin costos financieros adicionales.

4. Se recomienda que la estrategia de diferenciación, se base en generar productos y servicios de alta calidad a través de los procedimientos descritos en el estudio técnico. Esta recomendación se la plantea porque ésta es una de las formas más eficientes de posicionarse en el mercado a través de una clara identificación de la empresa ante la competencia.
5. Se deberá aprovechar la oportunidad de implementar la nueva empresa ya que los indicadores de evaluación financiera reflejaron un adecuado nivel de rentabilidad. Además es recomendable llevar un control de los costos como herramienta principal en la gestión administrativa y financiera, lo cual permite una correcta planificación económica y operativa.
6. Se recomienda controlar los procesos de organización y administración de la empresa mediante la aplicación de un modelo de gestión administrativo, ya que así se traduce el direccionamiento estratégico del modelo de forma eficiente y eficaz.
7. Se recomienda realizar estudios más profundos sobre impactos ambientales los mismos que deberán estar acompañados de soluciones en el corto, mediano y largo plazo.

## BIBLIOGRAFÍA

1. **BARRAGAN José (2008)** Administración de pequeñas y medianas empresas Editorial Trillas. México
2. **BRAVO Mercedes (2007)** CONTABILIDAD GENERAL Séptima edición, Editorial Nuevo Día
3. **CHIAVENATO, Idalberto;** Administración de Recursos Humanos, Editorial M.C. Graw Hill Interamericana, Quinta Edición, México (2008)
4. **CHILQUINGA, Manuel, (2008)** Costos por Órdenes de Producción, Ecuador
5. **CPC FORTUNATO SÁNCHEZ NAVARRO** Presupuesto Empresarial, Editores Importadores S.A, Segunda Edición Lima- Perú (2008)
6. **DESSLER, Gary;** Administración de Personal., Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, Sexta Edición, México (2006).
7. **GOMEZ Guillermo;** Planeación y Organización de Empresas, Editorial M.C. Graw Hill Interamericana, Octava edición, México 2006.
8. **GUÍAS DE TRABAJOS DE GRADO; (2006-2007),** Universidad Técnica del Norte.

9. **JÁCOME Walter (2006)** Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión – CUDIC Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador
10. **MENDEZ, Carlos;** Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas, editorial Mc Graw-Hill, 2<sup>da</sup> Edición, Colombia 2008
11. **Ministerio de Turismo (2010);** Boletín de Estadísticas Turísticas 2006-2010
12. **Ministerio de Turismo;** REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO; Decreto Ejecutivo No. 1186. RO/ 244 de 5 de Enero del 2010.
13. **MONTEROS, Edgar. (2008),** Manual de Gestión Microempresarial. Editorial Universitaria, Ecuador.
14. **POSSO, M. (2008),** “Trabajo de Grado”, Compilación PUCE-I, Ibarra-Ecuador.
15. **REINOSO, Víctor;** El Proceso Administrativo y su Aplicación, Editorial Freire, Tercera Edición, Quito Ecuador. (2007)
16. **REYES, Agustín;** Administración de Empresas Teoría y Práctica, Editorial Limusa, Trigésimo Novena Edición, México (2007).
17. **SOTO, Rogelio. (2007)** Pequeña Empresa. Primera Edición Editora Palomino, Perú.
18. **TERRY, George; STEPHEN, Franklin;** Principios de Administración, Editorial Continental, Décimo Sexta Edición. México (2009)

## LINCOGRAFÍA

1. [www.turismo.gov.ec](http://www.turismo.gov.ec)
2. [www.ecuaventura.com](http://www.ecuaventura.com)
3. [www.fondoitaloecuatoriano.org](http://www.fondoitaloecuatoriano.org)
4. [www.minambiente.gov.ec](http://www.minambiente.gov.ec)
5. [http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-empresas  
administracion-empresas.shtml](http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-empresas/administracion-empresas.shtml)
6. <http://www.monografias.com/trabajos5/contab/contab.shtml>
7. [www.monografias.com/Administracion y Finanzas/Contabilidad](http://www.monografias.com/Administracion y Finanzas/Contabilidad)
8. [www.monografias.com/ trabajos/mercado](http://www.monografias.com/trabajos/mercado)
9. <http://www.foromarketing.com>
10. [www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing](http://www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing)
11. [http://www.fing.uncu.edu.ar/catedras/industrial/proyecto/ingenieria\\_de\\_pr  
oyecto.pdf](http://www.fing.uncu.edu.ar/catedras/industrial/proyecto/ingenieria_de_pr<br/>oyecto.pdf)
12. <http://www.monografias.com/trabajos/oferta>

13. [www.monografias.com/trabajos11/metodos/metods.shtml](http://www.monografias.com/trabajos11/metodos/metods.shtml) (2008)
14. <http://monografiasanteproyectos.com>

**ANEXOS**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA Y PUEBLOS CERCANOS**

*OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objeto determinar la aceptación del proyecto actual; la información será de mucho valor para motivos de investigación por lo que será de absoluta reserva, lo que solicitamos contestar de la manera más verás las siguientes preguntas.*

**INFORMACIÓN GENERAL**

**Nacionalidad..... Número de hijos.....**

Conteste marcando con una (X) la respuesta de su elección.

**1. ¿En qué intervalo ubicaría su edad?**

- |                    |     |                    |     |
|--------------------|-----|--------------------|-----|
| 18-25 años de edad | ( ) | 47-55 años de edad | ( ) |
| 26-35 años de edad | ( ) | 56-65 años de edad | ( ) |
| 36-46 años de edad | ( ) | 66-+ años de edad  | ( ) |

**2. ¿Cuál es su grado de instrucción?**

- Primaria ( )    Secundaria ( )    Superior ( )    Otro ( )  
Especifique.....

**3. ¿Cuál es su estado civil?**

Soltero ( )                      Casado ( )                      Unión Libre ( )  
Divorciado ( )

**4. ¿Señale cual es su lugar de origen?**

Carchi ( )                      Colombia ( )                      Región Norte ( )  
Otro ( )                      Especifique.....

**5. ¿Cuál es la actividad económica a la que Ud. se dedica?**

Ganadería ( )      Albañil ( )      Jornalero ( )      Agricultura ( )  
Estudiante ( )

**6. ¿Sus ingresos económicos tienden a ser?**

Fijos ( )                      Ocasionales ( )                      Por obra ( )

**7. ¿Cree Ud. que las vías de acceso a la ciudad de Huaca están?**

No Transitables ( )      En mal estado ( )                      Excelentes ( )

**8. ¿Con que frecuencia acude Ud. a destinos turísticos?**

Semanal ( )      Mensual ( )      Semestral ( )      Vacaciones ( )  
Otro ( )      Especifique.....

**9. ¿Conoce Ud. una hostería a nivel local (Cantón Huaca) que preste servicios de alojamiento, restaurante, disco- bar, paseos por senderos, piscina, sauna y turco?**

Si ( ) No ( ) Poco ( ) No Existe ( )

**10. ¿En qué lugar cree Ud. que sería adecuado crear un centro turístico?**

Zona Urbana ( ) Zona Rural ( ) Otro ( )  
Especifique.....

**11. ¿Ud. con quien acudiría al centro turístico que se ubicara en el cantón Huaca?**

Con su Familia ( ) Compañeros y amigos ( ) Con su Pareja ( )  
Solo ( )

**12. ¿Qué beneficios cree usted que aportaría la apertura de un centro turístico en el Cantón Huaca?**

Turismo ( ) Económicos ( ) Fuentes de Empleo ( )  
Reconocimiento ( ) Otros.....

**13. ¿Con que frecuencia usted visitaría el Cantón San Pedro de Huaca; su zona de reserva natural, santuario de la Virgen, otros?**

Semanal ( ) Mensual ( ) Semestral ( ) Vacaciones ( )  
Otro ( ) Especifique.....



b) De \$ 9 a \$12 ( )

**16. ¿El centro turístico realizaría promociones; especifique cual es de su mayor agrado?**

Cabalgatas ( ) Visita a la zona de reserva ( ) Paseo en cuadron ( )  
En la alimentación ( )

¡Gracias y espero que no le haya molestado e incomodado!

**RESULTADO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A UN FUNCIONARIO DEL  
GOBIERNO DECENTRALIZADO DEL CANTÓN HUACA.**

**NOMBRE: Ing. Wilman Vaca**

**CARGO: Director del Departamento de Gestión Ambiental y Promoción  
Turística del Cantón Huaca**

**FECHA: 15-09-2012**

- 8. ¿El municipio del cantón Huaca de qué forma ha contribuido a la promoción turística del sector?**
  
- 9. ¿Se ha proporcionado algún incentivo al turismo del sector?**
  
- 10. ¿Qué tipo de actividades han desarrollado en pos de la reactivación del turismo en el cantón?**
  
- 11. ¿Existe algún organismo específico dentro del municipio que se encargue de la parte turística?**
  
- 12. ¿Qué opina sobre la creación de un complejo turístico en el cantón Huaca provincia del Carchi?**

- 13. ¿Cómo se lograría la reactivación del turismo a nivel interno, para que el cantón Huaca sea reconocido a nivel nacional?**
  
- 14. ¿Qué tipo de problemas actualmente afronta el sector turístico dentro del Cantón?**