



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

INFORME DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIAL TURÍSTICA CON CARACTERÍSTICAS NATURALES Y ECOLÓGICAS EN LA COMUNIDAD DE GUALCHÁN, PARROQUIA GOALTAL PROVINCIA DEL CARCHI.”

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

AUTORA: HERNÁNDEZ, Susana

DIRECTOR: Msc. MERIZALDE, Carlos.

IBARRA, ENERO, 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo es una de las actividades más importantes para el desarrollo económico de nuestro país, razón por la cual se consideró oportuno plantear una nueva alternativa de inversión basada en una nueva segmento de turismo especializado a fin de aportar con los conocimientos técnicos adquiridos en la universidad y de contribuir al mejoramiento socio-económico del área de estudio y aprovechar una oportunidad real.

El presente proyecto consiste en el estudio de “Factibilidad para la creación de una residencial turística para visitantes que demandan hospedaje en lugares con características naturales y ecológicas en la comunidad de Gualchán, parroquia el Goaltal, provincia del Carchi” cuyo fin es fomentar a su vez el uso adecuado de los recursos naturales existentes en la región.

En la información recolectada en el diagnóstico, analizando aspectos importantes en el área donde se implantará el proyecto turístico.

El segundo capítulo hace referencia al marco teórico, para lo cual se recurrió a fuentes bibliográficas acordes al tema de investigación necesaria para la ejecución del proyecto.

El estudio de mercado; contiene el estudio de la demanda, oferta, precio e identificación de oportunidades y atractivos turísticos del sector. Además se realizó encuestas a los habitantes de la parroquia y entrevistas a los administradores de los establecimientos de alojamiento cercanos al sector, lo que sirvió de base para determinar el nivel de preferencia de los servicios que se oferta en los centros turísticos ubicados en un área de influencia.

En el estudio técnico se consideró la ubicación exacta del proyecto; luego se establece el tamaño de acuerdo a la demanda proyectada; en la fase de ingeniería se identifica los servicios y productos a ofertar.

Posteriormente se realizó la evaluación financiera determinando los ingresos, gastos, flujos de efectivo, valor actual neto, la tasa interna de retorno, periodo de recuperación, punto de equilibrio, pudiendo determinar la viabilidad y factibilidad del proyecto.

Para la implementación de la nueva unidad productiva, se necesita designar su estructura administrativa, la cual se describe en el capítulo seis del presente estudio.

Finalmente se realizó un análisis de impactos en las diferentes áreas, para lo cual utilizamos matrices por cada área en la que se determinó una serie de asignando un nivel de impacto positivo o negativo, lógicamente con el respectivo argumento del por qué se asignó un determinado nivel de impacto a cada indicador.

EXECUTIVE SUMMARY

Tourism is one of the most important activities for the economic development of our country, which is why it was considered opportune to raise a new investment alternative from a new branch specialized tourist segment to provide the technical knowledge acquired in the university and contribute to socio-economic improvement of the study area and use a real chance.

This project involves the study of "Feasibility creating a tourist residential accommodation for visitors demand in places with natural and ecological features in Gualchán community, parish Goaltal, Carchi" which aims to promote in turn proper use of natural resources in the region.

The information collected in diagnosing, analyzing important aspects in the area where the tourism project will be implemented.

The second chapter refers to the theoretical framework, for which literature sources were consulted in accordance to the theme of research necessary for project implementation.

The market study; contains the study of demand, supply, price and identification of opportunities and attractions sector. We also carried out surveys of the inhabitants of the parish and interviews with facility managers Nearby accommodation sector, which was the basis for determining the level of preference of services is offered in resorts located in an area of influence.

The technical study was considered the exact location of the project, then set the size according to the projected demand, in the engineering phase identifies the services and products to be offered.

Later the financial evaluation by determining the income, expenses, cash flows, net present value, internal rate of return, payback period, break even, and may determine the feasibility of the project roads.

For the implementation of the new production unit is required to designate its administrative structure, which is described in chapter six of this study.

Finally, an analysis of impacts in different areas, for which we use matrices for each area in which it identified a number of assigning a level of positive or negative impact, with the respective logical argument why they assigned a certain level impact to each indicator.

DECLARACIÓN

Yo, HERNÁNDEZ CHACUA AURA SUSANA declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluye en este documento.

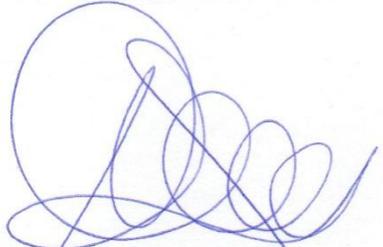
A handwritten signature in blue ink, reading "Susana Hernández", is written over a horizontal line. The signature is stylized with large, overlapping loops for the letters.

FIRMA

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la Srta. egresada, Aura Susana Hernández Chacua, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIAL TURÍSTICA CON CARACTERÍSTICAS NATURALES Y ECOLÓGICAS EN LA COMUNIDAD DE GUALCHÁN, PARROQUIA GOALTAL 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 23 días del mes de Enero del 2012.




Msc. MERIZALDE, Carlos
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Aura Susana Hernández Chacua con cédula de ciudadanía Nro. 040128907-9 , 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 (es) del trabajo de grado denominado: " ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIAL TURÍSTICA CON CARACTERÍSTICAS NATURALES Y ECOLÓGICAS, EN LA COMUNIDAD DE GUALCHÁN, PARROQUIA GOALTAL, PROVINCIA DEL CARCHI", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA C.P.A 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.

Aura Susana Hernández Chacua
Cédula: 040128907-9

Ibarra, a los 23 días del mes de Enero del 2013.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040128907-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Hernández Chacua Aura Susana		
DIRECCIÓN:	El Olivo Plutarco Larrea Torres y Luis Cristóbal Tobar		
EMAIL:	susi_1986@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:	62290552	TELÉFONO MOVIL:	094150039
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIAL TURÍSTICA CON CARACTERÍSTICAS NATURALES Y ECOLÓGICAS EN LA COMUNIDAD DE GUALCHÁN, PARROQUIA GOALTAL PROVINCIA DEL CARCHI".		
AUTOR (ES):	Hernández Chacua Aura Susana		
FECHA:	23/01/2012		
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/>	PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.		
ASESOR/ DIRECTOR:	Msc. Carlos Merizalde.		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Hernández Chacua Aura Susana, con cédula de identidad Nro. 040128907-9, en calidad de autor(es) y titular(es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con

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

Ibarra, a los 23 días del mes de Enero del 2012.

EL AUTOR

ACEPTACIÓN



Susana Hernández
040128907-9

Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con mucho cariño y amor a: mis padres por su constante estímulo y apoyo incondicional y por dirigir mi vida con valiosos consejos e innumerables valores.

A mis hermanos por su apoyo moral, amistad y comprensión.

A mis sobrinos por regalarnos su cariño y ternura.

Susana Hernández.

AGRADECIMIENTO

Al culminar con éxito la presente investigación expreso mi agradecimiento profundo y sincero a: Dios por brindarme salud y fortaleza y por ser la luz de mi camino.

A mis padres por su cariño, esfuerzo y apoyo incondicional durante toda mi carrera universitaria.

A los catedráticos de la Universidad técnica del Norte, quienes con su experiencia y profesionalismo sembraron en mi, fuerza de voluntad para superarme y lograr que este anhelado sueño hoy sea una realidad, de manera especial a mi Asesor Msc. Carlos Merizalde, que aportó con todos sus conocimientos, consejos y expresiones de apoyo moral hasta llegar a finalizar con éxito la presente investigación.

A mis compañeros de aula con quienes compartí triunfos y fracasos y de quienes llevo los mejores recuerdos, a mi familia, amigos y a todas las personas que colaboraron en la realización de este proyecto.

Susana Hernández.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDOS	PÀG.
Resumen Ejecutivo	ii
ExecutiveSummary	iii
Declaración	iv
Certificación Director	v
Cesión de Derechos	vi
Autorización y uso publicación	vii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Índice	xi
Presentación	xxiv
CAPÍTULO I	
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	
Antecedentes	25
Objetivos Diagnóstico	26
General	26
Específico	26
Variables Diagnóstica	27
Indicadores	27
Matriz De Relación Diagnóstica	28
Aspectos Importantes De La Parroquia Goaltal	29
Contexto Geográfico.	29
Contexto Social Y Económico	30
Agricultura y Ganadería	30
El Turismo	31
Vialidad	31
Atractivos	31

Festividades Y Tradiciones	33
Fiestas De La Parroquia	33
31 De Diciembre	33
Fiestas De San Vicente Ferrer	33
Día De Los Difuntos	33
06 De Enero Día De Los Inocentes	34
Fiesta Del Divino Niño	34
Semana Santa	34
Diagnóstico Externo	34
Aliados	34
Oponentes	35
Oportunidades	35
Riesgos	35
Identificación De La Oportunidad De Inversión	35

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS

Proyectos	37
Turismo	37
Importancia Del Turismo	37
Características Del Turismo.	38
Principios De La Actividad Turística	39
Ventajas Y Desventajas Del Turismo.	39
Ventajas	40
Desventajas	41
Tipos de Turismo	42
Beneficios Del Turismo	43
El Turista	44
Tipos de Turistas	44
El Perfil Del Turista De Hoy	46

Ecoturismo	46
La Flora Y Fauna	46
Servicios Y Calidad Del Turismo	47
Características Del Servicio	48
Calidad En La Atención Al Cliente	48
Propósito De La Calidad En Un Destino Turístico	49
Premisas Para Un Destino Con Calidad Turística	49
Plan De Marketing Y Promoción Del Turismo	50
Análisis De La Situación.	50
Análisis Del Producto Turístico Del Ecuador	51
El Análisis De La Promoción Y Publicidad Turística Ecuador	51
Microempresa	52
Características De La Microempresa	53
Estudio De Factibilidad	53
Estudio De Mercado	54
Segmentación de Mercado	54
Demanda	54
Oferta	55
Demanda Insatisfecha	55
Producto	55
Mercado	56
Comercialización	56
Canales de Distribución	56
Funciones de los canales de distribución	57
Promociones	57
Publicidad	57
Estudio Técnico	58
Localización Óptima Del Proyecto	58
Macro Localización	59
Micro Localización	59
Ingeniería Del Proyecto	59
Tamaño Del Proyecto	60

Estudio Económico	60
Estados Financieros	60
Balance General	61
Estado De Resultados	62
Evaluación Financiera	62
Valor Actual Neto	62
Tasa Interna De Retorno	63
Periodo De Recuperación	63
Costo, Beneficio	63
Punto De Equilibrio	64
Propuesta Estratégica	64
Misión	64
Visión	65
Objetivo Corporativo	65
Imagen Corporativa	66
Logotipo	66
Lema	66
Organigrama	67
Impactos Del Turismo	67

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Introducción	69
Presentación Del Producto	69
Costa	70
Los Andes	71
Amazonía	72
Flora Y Fauna De Gualchan	74
Cascadas	75
Cascada Santa Rosa	75
Cascada Lianas de Rosal	75

Cascada Orquidea Bella	76
Cascada el Simio	76
Cascada la Pileta	77
Cascada Cumbe	77
Cascada el Duende	78
Cascada la Escalinata	78
Cascada la Escondida	79
Cascada la Gotita	79
Cascada el Manantial	80
Cascada el Tobogán	80
Gastronomía	81
Caldo de gallina Nacional	81
Dulce de Guayaba con tortillas de tiesto	81
Bolas de verde	82
Objetivos	82
General	82
Específicos	82
Evaluación De La Información	82
Análisis Actual Del Turismo En El Contexto Nacional	89
Análisis de la Oferta	89
Oferta Local	90
Proyecciones De La Oferta	93
Análisis De La Demanda	95
Demanda Turística Nacional	95
Planta Hotelera Y Turística De La Provincia Del Carchi	96
Turismo En El Cantón Espejo	97
Proyección De Demanda	98
Determinación de la Demanda Insatisfecha	100
Servicios de Transporte Existentes	100
Análisis de Competencias	102
Análisis De Precios	105
Análisis De Comercialización	106

Conclusiones Del Estudio De Mercado	107
-------------------------------------	-----

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO.

Introducción	109
Localización	109
Macro Localización Del Proyecto	109
Microlocalización	110
Diseño De Instalaciones	113
Área De Construcción	113
Disponibilidad De Servicios	116
Tamaño Del Proyecto.	117
Presupuesto De Inversión	117
Inversión Fija	117
Terreno	117
Infraestructura Civil	118
Muebles Y Enseres	118
Equipo De Computación	119
Maquinaria Y Equipo	120
Vehículo	121
Menaje	121
Herramientas	122
Semovientes	123
Requerimientos De Mano De Obra Directa, Materia Prima Directa y Costos Indirectos De Fabricación	123
Mano De Obra	123
Materia Prima Directa	124
Costos Indirectos De Fabricación	124

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO

Inversiones Diferidas	127
Gastos De Constitución	127
Presupuesto De Costos Y Gastos	128
Costos De Producción	128
Mano De Obra Directa	128
Materiales Directos	129
Costos Indirectos De Fabricación	129
Costos de Producción	130
Gastos Administrativos	131
Sueldos Administrativo	131
Capital De Trabajo	132
Inversión Del Proyecto	133
Proyección De Ventas	134
Volumen De Ventas	134
Precio De Venta	134
VentaNeta	134
Necesidad De Capital	136
Gastos Financieros	136
Estados Financieros Proyectados	137
Balance General Proforma	139
Evaluación Económica	139
Valor Actual Neto	139
Tasa Interna De Retorno (TIR)	140
Periodo De Recuperación	141
Beneficio / Costo	142
Estrategia De Crecimiento	142

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

Denominación De La Empresa	143
Nombre De La Empresa.	143
Logotipo	143
Naturaleza Legal	143
Elementos Administrativos Estratégicos	144
Misión De La Residencial “El Manantial”	144
Visión De La Residencial “El Manantial”	144
Valores Corporativos	144
Requisitos Legales Para Su Funcionamiento	144
Marco Legal	144
Organigrama De La Empresa	146
Manual De Funciones	147
Junta De Accionistas	147
Gerente General	147
Productos Y Servicios	148
Estrategia De Posicionamiento	152
Posicionamiento Y Ventaja Diferencial	153
Selección De Mercados Meta	154
Planteamiento De Estrategias	155
Estrategias De Cambio	155
Estrategia De Servicio	155

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

Impactos del Proyecto	157
Impacto Socio – Económico	158
Proyección de Impactos	159
Fuentes De Trabajo	159
Desarrollo Del Sector	159

Reactivación De La Economía Familiar.	159
Impacto Educativo	159
Fuente De Consulta	160
Conocimiento Y Experiencia En Turismo	160
Impacto Ambiental	160
Conservación de Defensa de Recursos Naturales	161
Impacto Empresarial	161
Creación De Nuevas Unidades Productivas	162
Rentabilidad	162
Impacto General Del Proyecto	162
Conclusiones	163
Recomendaciones	164
Bibliografía	167
Lincografía	168
Anexos	171

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO N°1	Edad en años	84
GRAFICO N°2	Género de la población encuestada	84
GRAFICO N°3	Nivel de Educación	85
GRAFICO N°4	¿Está usted de acuerdo con la implementación De una Residencial Turística?	86
GRAFICO N°5	¿Piensa usted que se podrá mejorar las condiciones económicas de la comunidad de Gualchán con la creación?	86
GRAFICO N°6	¿Participaría en eventos turísticos, Culturales o de otra índole que organice la Residencial?	87
GRAFICO N°7	¿Buscaría y haría actividades llamativas que atraigan el turismo a la Comunidad?	88
GRAFICO N°8	¿Cree usted que la afluencia del turismo afectaría positivamente a la Comunidad?	88

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N°1	Mapa Provincia del Carchi	110
FIGURA N°2	Mapa Turístico de la Parroquia Goaltal	112
FIGURA N°3	Diseño y distribución de la Cabañas	115

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N°1	Matriz de Relación Diagnostica	28
CUADRO N°2	Ingresos por Turismo comparado con losIngresos de las Exportaciones por producto principal 2009-2010	90
CUADRO N°3	Análisis de visitantes a la reserva Ecológica el ángel años 2004 -2010	91
CUADRO N°4	Tasa de crecimiento Tendencia Histórica	92
CUADRO N°5	Proyección de Visitantes a la Reserva Ecológica el Ángel	93
CUADRO N°6	Análisis de visitantes a la reserva Ecológica el Ángel. (Por meses)	94
CUADRO N°7	Entradas de Extranjeros por jefaturas Años 2008-2012	98
CUADRO N°8	Determinación tasas de crecimiento Años 2008-2012	99
CUADRO N°9	Proyección de la demanda de turistas Años 2013-2022	99
CUADRO N°10	Determinación Demanda Insatisfecha Años 2013-2022	100
CUADRO N°11	Frecuencias de Medios de Transporte público	101
CUADRO N°12	Establecimientos que prestan Servicio de alojamiento en la Parroquia Goaltal	102
CUADRO N°13	Servicios que ofrecen los establecimientos de alojamiento en la Parroquia Goaltal	104
CUADRO N°14	Servicios que ofrecen los establecimientos de alojamientocon precios	106
CUADRO N°15	Requerimiento del terreno	117

CUADRO N°16	Infraestructura Civil	118
CUADRO N°17	Muebles y Enseres	119
CUADRO N°18	Equipo de Computación	119
CUADRO N°19	Maquinaria y Equipo	120
CUADRO N°20	Vehículo	121
CUADRO N°21	Menaje	121
CUADRO N°22	Herramientas	122
CUADRO N°23	Semovientes	123
CUADRO N°24	Mano de Obra Directa	124
CUADRO N°25	Materia Prima Directa	124
CUADRO N°26	Costo Indirectos de Fabricación	
	Mano de Obra Indirecta Guía Turístico	125
CUADRO N°27	Costos Indirectos de Fabricación	
	Mano de Obra Indirecta Guardia de Seguridad	125
CUADRO N°28	Resumen Costos Indirectos Fabricación	126
CUADRO N°29	Inversiones Fijas	127
CUADRO N°30	Gastos de Constitución	128
CUADRO N°31	Proyección Mano de Obra Directa	128
CUADRO N°32	Proyección Materia Prima Directa	129
CUADRO N°33	Proyección Costos Indirectos de Fabricación	130
CUADRO N°34	Proyección Cotos de Producción Total	130
CUADRO N°35	Gastos Sueldos Administrativos	131
CUADRO N°36	Suministros de Oficina y Servicios Básicos	131
CUADRO N°37	Total Gastos Administrativos	132
CUADRO N°38	Gastos de Ventas	132
CUADRO N°39	Capital de Trabajo	133
CUADRO N°40	Inversión del Proyecto	133
CUADRO N°41	Ventas Netas	135
CUADRO N°42	Gasto Depreciación de Activos	135
CUADRO N°43	Tabla Amortización deudas	136
CUADRO N°44	Gastos Financieros	136

CUADRO N°45	Estado de Resultados Proforma	137
CUADRO N°46	Flujo de Caja	138
CUADRO N°47	Determinación Flujo de Efectivo Actualizado	140
CUADRO N°48	Determinación Tiempo Recuperación Inversión	141
CUADRO N°49	Requisitos Registro Operación Local	145
CUADRO N°50	Valoración de Impactos	157
CUADRO N° 51	Impacto Socio-Económico	158
CUADRO N°52	Impacto Educativo	159
CUADRO N°53	Impacto Ambiental	160
CUADRO N°54	Impacto Empresarial	161
CUADRO N°55	Impacto General	162

PRESENTACIÓN

El turismo es una industria próspera que ha aportado a la economía de nuestro país, sin embargo en la mayoría de los casos se han desarrollado sin considerar las consecuencias negativas del medio ambiente, dichos motivos permiten resaltar la importancia del proyecto, que es concienciar y reorientar a los turistas hacia un nuevo modelo turístico, y a su vez fomentar otras alternativas de turismo que promueve la necesidad del uso racional de los recursos naturales y ecológicos.

El presente proyecto de investigación está dirigido a satisfacer las necesidades de turistas nacionales y extranjeros en la Comunidad de Gualchán, Parroquia el Goaltal, Provincia del Carchi, a través de la creación de una residencial turística con características naturales y ecológicas, la misma que permitirá disfrutar del medio ambiente sano y de un lugar acogedor y muy cálido. También este estudio va en beneficio de familiares, ya que están interesados en implementar y poner en práctica la presente investigación, con el fin de fomentar el turismo de manera responsable y obtener rentabilidad económica.

Esta investigación para su validez y veracidad se basará en normas tanto del Ministerio de Turismo como del Medio Ambiente, también se utilizará diferentes técnicas de investigación como son la observación, entrevistas, encuestas, bases teóricas, científicas e investigación documental, las mismas que ayudarán para formular ó modificar normas y políticas que vayan en beneficio tanto del medio ambiente como del turismo de la Comunidad de Gualchán.

Por otra parte hay que aclarar que no se pretende construir una hostería tradicional, ya que el objetivo principal es construir una residencial turística, la misma que prestará servicios diversos y además contribuirá a fomentar el ecoturismo responsable enseñando a respetar el medio ambiente.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

La provincia del Carchi, está ubicada en el extremo norte del callejón interandino; limita al norte con la República de Colombia; al Sur y Oeste con la Provincia de Imbabura; al Este con la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas. Políticamente se halla dividida en seis cantones; como son: Bolívar, Espejo, Mira, Montufar, San Pedro de Huaca y su capital Tulcán.

Gualchán, zona privilegiada por sus contrastes geográficos de parajes hermosos que dan un toque de misterio al turista que busca aventura.

En este atractivo lugar existe más de 20.000 especies de plantas 700 especies de aves que gozan de un bosque tropical que va desde las orillas de quebradas y ríos hasta las partes altas del Cerro Golondrinas desde el frío andino 10°C-15°C hasta semi-tropical 26°C.

Gualchán presenta un paisaje heterogéneo ya que se puede observar remanentes de bosque nativo al igual que cultivos propios de la zona y pastizales. También se aprecian pendientes suaves y fuertes con relieves ondulados y montañosos. El clima es Ecuatorial meso-térmico semi-húmedo. La bella escénica del lugar contrasta con la presencia del río.

Entre los lugares más visitados de Gualchán se encuentra Río Blanco, su temperatura es de 10°C, el agua es cristalina y presenta un color transparente como las bellas olas del mar. La calidad del agua es muy buena ya que presenta gran cantidad de oxígeno disuelto debido al continuo choque con las rocas que están en todo su recorrido. Todo el recorrido del Río se lo puede apreciar en toda la vía que conduce al visitante a Gualchán.

A 6 km de esta zona se encuentra ubicado el Corredor Ecológico las Golondrinas, llamado así por la variedad de pisos ecológicos y zonas de vida muy importante, brinda unos insuperables escenarios naturales desde los altos páramos a una altura de 3890 m.s.n.m. Aquí se practica el turismo comunitario que brinda hospedaje, alimentación, guías nativos, alquiler de caballos y muchos más servicios que el turista puede disfrutar en los tres diferentes ecosistemas.

Continuando en el descenso llegamos a Las Juntas, zona subtropical rodeada de insuperables cascadas como son; la del Chorro Blanco que tiene una altura de 70m., la cascada Santa Rosa, La Merced, Orquídea Bella, Cielo, entre otras, rodeadas de una abundante avifauna e innumerables especies de flora.

1.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICO

General

Realizar un estudio situacional de los factores internos y externos de la parroquia Goaltal, para determinar la factibilidad de la creación de una Residencial Turística.

Específicos

- Determinar los aspectos socioeconómicos generales de los habitantes de la parroquia Goaltal, para medir el grado de aceptación para la creación de la empresa turística.
- Analizar las posibles formas de hacer turismo en Gualchán.
- Conocer los lugares turísticos existentes en la parroquia Goaltal.
- Establecer las posibles fuentes de financiamiento para la creación de la empresa.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICA

Habiendo realizado las primeras etapas del diagnostico, se ha identificado las siguientes variables que serán motivo de análisis:

- Socio-cultural
- Turismo
- Lugares Turísticos
- Fuentes de financiamiento

1.4 INDICADORES

- **Sociocultural**
 - Nivel cultural
 - Actividad económica
 - Creación de la empresa

- **Turismo**
 - Ambientales
 - Socio Culturales
 - Tradicionales

- **Lugares Turísticos**
 - Flora
 - Fauna
 - Biodiversidad

- **Fuentes de financiamiento**
 - Capital de la población
 - Crédito Instituciones financieras

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro N°1

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<ul style="list-style-type: none"> Determinar los aspectos socioeconómicos generales de los habitantes de la parroquia Goaltal, para medir el grado de aceptación para la creación de la empresa turística. 	Socio-cultural	<ul style="list-style-type: none"> Nivel cultural Actividad económica Creación de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario Fichas
<ul style="list-style-type: none"> Analizar las posibles formas de hacer turismo en Gualchán. 	Turismo	<ul style="list-style-type: none"> Ambientales Socio Culturales Tradicionales 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas Investigación 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario Fichas Bibliografía Estadísticas y encuestas
<ul style="list-style-type: none"> Conocer los lugares turísticos existentes en la parroquia Goaltal 	Lugares Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Flora Fauna Biodiversidad 	<ul style="list-style-type: none"> Investigación 	<ul style="list-style-type: none"> Leyes y Reglamentos
<ul style="list-style-type: none"> Establecer las posibles fuentes de financiamiento para la creación de la empresa.. 	Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> Capital de la Población Crédito Instituciones financieras 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario

FUENTE: Formulación de Objetivos, Variables e Indicadores
Elaborado por: La Autora

1.6 ASPECTOS IMPORTANTES DE LA PARROQUIA GOALTAL CONTEXTO GEOGRÁFICO.

La parroquia Goaltal, comprendida en los siguientes linderos: al norte con Chical y Maldonado, al sur provincia de Imbabura, al este con la Concepción y al oeste Comunidad La Joya.

De acuerdo a los siguientes referentes:

- A 10 Km. De la vía Ibarra San Lorenzo, 9 Km. De la cabecera parroquial
- Margen derecho del Río Blanco.
- Temperatura promedio 19⁰C.
- Altitud, 1099 m.s.n.m.
- Nivel de precipitaciones 2500 mm. al año
- Clima cálido húmedo.
- Clase de suelo arcilloso, rocoso.
- Topografía del terreno irregular.
- Vía de acceso carretera, sendero.

La parroquia El Goaltal se ubica a una hora y media al norte de Ibarra, en la vía Ibarra- San Lorenzo.

En este sitio cálido, los turistas pueden practicar deportes extremos, realizar caminatas, nadar o deleitarse de gastronomía típica del lugar.

La mayoría de los cerca de cinco mil habitantes se dedica a la ganadería y agricultura.

Esta localidad nació como parroquia en 1949. En el lugar existe la unidad educativa que acoge a niños y adolescentes, quienes acuden al centro en busca de nuevos conocimientos.

1.7 CONTEXTO SOCIAL Y ECONÓMICO.

La comunidad cuenta con 119 familias, 450 habitantes, aproximadamente, cuenta con las siguientes instituciones y organizaciones sociales:

- Puestos de Salud.
- Club Ecológico “Fronterizo”
- Centro de Información Turística
- Organización de Pequeños Agricultores
- Clubes Deportivos.
- Tenencia política
- Policía Comunitaria(UPC)
- Junta Parroquial

Los habitantes de la Comunidad se dedican a la agricultura 15%, ganadería en un 30%, el 15% son jornaleros, un 15% a la artesanía un 5% son empleados públicos y un 20% se dedican a otras actividades como comercio, estudian.

Entre las principales fuentes de producción tenemos:

Agricultura y Ganadería

La gente que se dedica a la agricultura y ganadería, lo hace en las fincas que se ubican en la zona. La producción de frutas es esencial; cítricos, banano, los madroños y las guabas, son algunos de los productos que se recolectan en el lugar.

La producción de leche y la elaboración de quesos es una actividad diaria y permanente. Estos ingresos ayudan a las familias de escasos recursos económicos, en la comunidad Gualchán.

El Turismo.

La comunidad se encuentra rodeada de varios atractivos turísticos como: El Río Blanco con sus aguas cristalinas, bosques primarios, cascadas, senderos de ecoturismo, variedad de producción en frutas, plantas exóticas, ornamentales y medicinales, diversidad de fauna propia del clima subtropical que hace un lugar acogedor de nuestra querida provincia.

Otras comunidades que aportan al desarrollo del turismo es la Primavera donde se encuentra el Complejo Ecológico “La Hacienda la Primavera” que brinda atractivos naturales al turista nacional e internacional, Las Juntas donde se encuentra la “Fundación Golondrinas” encargada de conservar el bosque protector.

Vialidad

Desde el sector de Guallupe, existe un desvío que conduce a la parroquia El Goaltal, son 11 kilómetros de camino, la carretera es de tercer orden.

Existe la Asociación Ecológica, que tiene presupuesto de 10 mil dólares para realizar un albergue comunitario en Las Juntas. El objetivo es atraer a turistas para que disfruten de los atractivos de la zona.

Atractivos

La visita a 15 cascadas identificadas en la zona es la encantadora propuesta que tienen los habitantes. A la vez se puede visitar el bosque protector Las Golondrinas y practicar deportes extremos.

El Bosque Protector Mirador de las Golondrinas (BPMG), se localiza en la parte noroccidental del Ecuador, en la parroquia de El Goaltal del cantón Espejo, Provincia del Carchi, limitado por el bosque El Cerro las Golondrinas al Norte; al Sur del río Chorro Blanco; a 2 Km al Oeste el poblado El Goaltal y al Este el bosque El Cerro las Golondrinas. Posee una superficie

aproximada de 177,38 has. Se encuentra en las coordenadas geográficas (UTM), 17 N 819279 – 91247, a una altura de entre 1538 hasta los 2179 msnm.

El río El Goaltal atraviesa por esta parroquia, sus aguas transparentes motiva a que propios y extraños disfruten a lo largo del caudal.

La Cascada del Simio es la más cercana, se ubica a 15 minutos de caminata, en el trayecto se puede observar variedad de flora y fauna. Mientras que la vegetación y el sonido del agua nos dan aviso de que estamos cerca de ver un atractivo envuelto en lo desconocido.

La Parroquia El Goaltal, se conforma de las siguientes comunidades:

- Gualchán
- Morán
- Espejo 2
- Guayabal
- Chutín
- Las Juntas
- La Cortadera
- Corazón de Mundo Nuevo

Se puede realizar varias actividades, para los turistas nacionales y extranjeros:

- Caminatas a las cascadas
- Deportes extremos
- Observación de aves
- Práctica de Natación
- Recolección de frutas
- Pesca

1.8 FESTIVIDADES Y TRADICIONES

FIESTAS DE LA PARROQUIA

Fue creada el 27 de diciembre de 1949 por tal motivo se la celebra el 27 de diciembre de cada año y hay la presencia de desfile cívico, entrega de premios a los mejores grupos que se han presentado durante las fiestas, luego sesión solemne y para terminar el baile general. Para todo esto las fiestas empiezan dos semanas antes del 27 por motivos de hacer participar a todas las comunidades que pertenecen a esta parroquia. Cabe mencionar que el reinado se lo realiza cada 2 años. En estas fiestas hay encuentros deportivos, carrera de cintas en motos y bicicletas, atletismo, rafting y mucho más.

31 DE DICIEMBRE

Esta fiesta se la celebra en todo el Ecuador, pero en la comunidad de Gualchán se la celebra haciendo presentes algunos números como: juegos deportivos concurso de baile, palo encebado, concurso de disfraces, juegos pirotécnicos y a las 12 de la noche se hace la quema de monigotes en donde amigos, familiares y entre otros se abrazan deseando en feliz año nuevo, por último hay baile popular hasta la madrugada del 1 de enero.

FIESTAS DE SAN VICENTE FERRER

Se la celebra el 5 de abril o a veces pasado la fecha ya que muchas veces coincide con la semana santa. Esta fiesta se la hace en honor a san Vicente Ferrer ya que es el patrono de la comunidad de Gualchán. En este día se hace la misa por el santo, también hay años en los cuales se hace presente un grupo de danza y luego de esto se hace la quema del castillo.

DÍA DE LOS DIFUNTOS

Se lo realiza el 02 de noviembre de cada año y en honor a esto se celebra la santa misa en el cementerio en donde acude gente particular y familias que

tienen a sus seres queridos en él llevando flores, coronas y un poco de tristeza en el alma .Además en este día se hace la colada morada acompañada con panes o muñecas que son elaboradas en la casa.

06 DE ENERO DÍA DE LOS INOCENTES

Se celebra todos los años y se caracteriza por la presencia de diferentes personas disfrazadas que hacen reír o asustar al público, también hay la presencia del denominado venado quien corre por los campos verdes hasta llegar a la plaza central para hacer distraer a la gente.

FIESTA DEL DIVINO NIÑO

Se realiza el 20 de julio de cada año.se realiza una misa y al final se da un pequeño refrigerio por parte de los priostes del niño puede ser sánduche con cola o champús y al final hay juegos pirotécnicos

SEMANA SANTA

Esto se realiza de acuerdo al calendario en donde todos los creyentes hacen la fanesca la cual se elabora a base de muchos ingredientes como: zambo, zapallo, choclo, fréjol, haba, arveja, maní, pescado, col, melloco, chocho y más.

1.9 DIAGNÒSTICO EXTERNO

Aliados

- Ubicado en la frontera costa y sierra, gozando de un delicioso clima.
- Condiciones naturales y adecuadas para la infraestructura del proyecto.
- Goza de un exquisito clima cálido húmedo, con una temperatura de 22 grados centígrados aproximadamente, flora y fauna bien distribuida.
- Ubicado geográficamente, ya que se encuentra cerca de la naturaleza, ríos, cascadas y el bosque protector golondrinas.
- La ubicación es excelente, ya que es un ambiente silencioso

- Centros de entretenimiento como; piscina, paseos a caballo, cancha múltiple, restaurante, transporte, paseos con guías turísticos, excelente seguridad.

Oponentes

- Ausencia de alta tecnología.
- Lugar turístico aún poco conocido.
- Mal estado vial de las carreteras, que conectan a la Comunidad de Gualchán.

Oportunidades

- Llegar a aquellos turistas insatisfechos del lugar y los demás lugares turísticos del país.
- Crecimiento socioeconómico de la comunidad.
- Desarrollar centros de entretenimiento dentro de la Residencial Turística.
- Oportunidad de extendernos a nivel nacional, a las demás provincias del país; dependiendo siempre de la aceptación turística en esta provincia.

Riesgos

- Presencia de competidores nuevos y existentes.
- Estrategias agresivas por partes de los competidores.

1.10 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Luego de la investigación realizada se ha obtenido suficiente información como falta de conocimientos en turismo y ser un lugar poco conocido y promocionado, como problema principal.

Valiéndose de las principales herramientas de investigación como: encuesta y entrevista personales, se logro determinar posteriormente con un estudio de mercado, técnico y económico sobre la rentabilidad que podría generar esta actividad.

Además se ha detectado un alto grado de interés por parte de la población, ya que contribuirá en gran medida al desarrollo socio económico de la parroquia, con una mejor oportunidad para la generación de fuentes de trabajo con la creación de esta residencial.

Por lo tanto para dar solución a esta problemática, es necesario plantear un proyecto que permita realizar un ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIAL TURÍSTICA, CON CARACTERISTICAS NATURALES Y ECOLOGICAS, EN LA PARROQUIA DE GOALTAL, PROVINCIA DEL CARCHI.

CAPÍTULO II BASES TEÓRICAS

2.1 PROYECTOS

CORDOBA, Marcial, (2012), Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones(Pág. 3. 2008) manifiesta: “Los proyectos metódicamente diseñado de actividades planificadas y relacionadas entre sí, que utilizan recursos para generar resultados concretos, con los cuales apuntan a alcanzar objetivos definidos.”

El autor determina como proyecto al conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo, dichas actividades deben estar interrelacionadas y coordinadas.

2.2 TURISMO

KRAF, (2009; Pág. 9) comenta: “El turismo es el tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y de cultura, o para llevar a cabo deseos de diversa índole, únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales..”

GURRIA, Manuel (2007; Pág. 4) manifiesta: “El turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales.”

Para que exista turismo, debe existir el desplazamiento temporal de nuestro lugar de domicilio, hacia otro sitio ya sea por motivo de recreación, descanso, cultura o salud, sin ánimo lucrativo.

2.2.1 Importancia del turismo

Según Kraf, el turismo es una actividad de gran importancia en la económica global, que requiere de diversas áreas productivas como la agricultura, la construcción, los servicios para el disfrute de los turistas.

Hay que destacar que en nuestro país el turismo no es solo el responsable de proporcionar grandes ganancias económicas y sociales, si no que sea encargado de unir a las familias, comunidades y de dar a conocer al mundo entero que somos un país como cualquier otro que posee ventajas y desventajas al visitarnos. Pero cada día que pasa está luchando para mejorar, con el fin de asegurarle a los turistas y a la sociedad en general un excedente servicio.

El turismo en la economía actual del país juega un papel muy importante debido a que depende de cierta manera del ingreso de turistas extranjeros al país, esto a su vez ha generado el incremento del comercio de productos tradicionales y autóctonos que ofrecen cada una de las provincias. Dando a conocer de esta manera la diversidad de flora, fauna, ecología y naturaleza existente en las diferentes regiones del país.

2.2.2 Características del Turismo.

La actividad turística tiene como característica más resaltante su conexión con otros contextos que, en muchos casos, inciden de manera determinante en el desarrollo del turismo. Por tal razón, debemos referirnos en primer lugar al turismo en el contexto macro: sus perspectivas, potencialidades y los nuevos enfoques para el desarrollo de productos innovadores y sostenibles.

De acuerdo a las investigaciones realizadas en www.buenastareas.com/ensayos/Concepto-y-Caracteristicas-Del-Turismo/, tenemos las siguientes 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 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.

2.2.3 Principios de la actividad turística

Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. ”

2.2.4 Ventajas y Desventajas del Turismo.

Es verdad que el turismo nos proporciona a los visitantes o viajeros la posibilidad de poder disfrutar de un placentero viaje y visitar la naturaleza y

poder conocer la diversidad de un país, pero de igual manera sufre desventajas como es encontrarse con una naturaleza en decadencia por el mal uso de los recursos naturales debido a la no concientización de preservación de la ecología.

A continuación presentamos las posibles ventajas y desventajas:

Ventajas

La integración de las familias: Esta es una de las más importantes generada por el turismo, puesto que permite el dialogo, la integración y el esparcimiento del núcleo familiar en determinadas ocasiones.

Aprovechamiento y Explotación de los Recursos de la 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: Los programas implementados para la seguridad se ha logrado que los turistas se sientan más seguros en el momento de salir a vacaciones.

La Conservación de Lugares Históricos y Turísticos: Con el fin de mejorar y de conservar, nuestra historia para el turismo y la comunidad.

Creación de nueva infraestructura: Este se lleva a cabo en todo lugar que se desea utilizar como destino Turístico, ya que se hace necesario la mejora de estos lugares.

Generación de Empleo: Gracias a las grandes inversiones que se realizan para llevar a cabo estos proyectos turísticos, muchas personas se ven beneficiadas.

Desarrollo de nuevas Tecnologías: En cada instancia que pase se crean nuevas Herramientas tecnológicas, lo que hace necesario estar siempre actualizado.

Genera grandes cambios Sociales, Culturales y Regionales: Este es un factor muy contradictorio. Ya que es bueno interactuar con otras personas y darnos a conocer, como gente que posee grandes cualidades.

Destino para todos los gustos y Exigencias: Gracias a la gran variedad de destinos que podemos brindar a todos los turistas ya sea nacional o internacional, se logra una mayor cobertura y satisfacción.

Importancia de la Administración Turística y Hotelera: Para el buen desarrollo del Turismo se hace necesario de especializar y utilizar todos los Recursos humanos posibles, con el fin de brindar un servicio de alta calidad y así obtener reconocimientos Turísticos. Rescata muchos pueblos que están completamente abandonados. Da a conocer la riqueza natural, gastronómica y costumbres de las diferentes zonas geográficas.

Desventajas

La pérdida de las comunidades: En el momento del cambio al que se ve comprometido un lugar o una comunidad determinada, muchas veces las costumbres se ven afectadas y la pérdida de estas se hacen notorias.

La Mala Cobertura que puede poseer un país: En temporada alta la cobertura del transporte Terrestre, Aéreo y Marítimo es muy difícil, lo que genera represamiento de turistas.

La excesiva ocupación en las costas: Al implementar nuevos proyectos se está acabando con las áreas naturales.

La comunidad Medioambiental: Este es un factor muy importante ya que esta abarcando con lugares y especies, muchas veces por un mal uso de los turistas y encargados.

La falta de concientización de la comunidad: Esto genera que la comunidad e muchas ocasiones se aprovechen de manera excesiva de los turistas, sin tener en cuenta que gracias a ellos, obtenemos muchos beneficios. Destrucción de la flora causada por los incendios que a veces son descuido de los turistas.

<http://viajandoxecuador.blogspot.com/2009/10/turismo-ventajas-y-desventajas.html>

2.2.5 TIPOS DE TURISMO

Turismo Comunitario

El turismo comunitario es aquel en el que la comunidad local tiene un control sustancial sobre las actividades turísticas que se generan participando en su desarrollo y manejo. Una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad.

Turismo Cultural

Según libro INTRODUCCIÓN AL TURISMO, de GURRIA, Manuel, manifiesta: Los viajes ilustran reza un adagio más antiguo que el propio concepto de turismo, e implica q aun sin un propósito de culturización el viajero adquiere conocimientos, y conoce las costumbres propias del país o región que visita. Se interesa por la historia, y no puede menos que entrar en un proceso educativo, pues adquiere, asi sea temporalmente, nuevas formas de conducta.

Turismo deportivo y de aventura

Este tipo de turismo es el que se realiza con la finalidad de poder practicar un determinado deporte o actividad. Lo buscan quienes quieren unas vacaciones “activas”. Podría definirse como recreación al aire libre, donde el propósito del viaje es experimentar y tomar parte de actividades con ciertos riesgos e incertidumbres sobre su resultado. Que requiere de esfuerzo físico y actitud mental positivo para su desempeño y una gran descarga de adrenalina.

2.2.6 BENEFICIOS DEL TURISMO

<http://www.elmercurio.com.ec/257660-beneficios-del-turismo-interno.html> El turismo puede convertirse en una forma integradora del proceso de desarrollo y crecimiento de una localidad o de un país, usando las increíbles capacidades de diversificación económica y manejo sostenible de los recursos existentes.

El turismo bien administrado permite obtener los siguientes beneficios.

Beneficio Relacionados con el ocio: Es la posibilidad de disfrutar de una atmósfera relajada así como de actividades que fomenten esa sensación de relajación. Las personas que visitan estos lugares buscan conseguir algún grado de implicación con el paisaje, la flora, la fauna y los enclaves culturales a través de sus actividades de ocio.

Captación de divisas: En lo que respecta al Ingreso de Divisas por concepto de turismo, en el primer semestre del año 2010 el país contabilizó en su Balanza de Pagos (Viajes + transporte de pasajeros aéreo) 386,8 millones de dólares, de los cuales 384,3 millones de dólares corresponden al

gasto en compras directas realizadas por los no residentes en el país y 2,5 millones de dólares al gasto en transporte aéreo.

Generación de empleo: El turismo requiere una considerable mano de obra y, sobre todo, el mantener una reserva de trabajadores especializados. El sector turístico ocupa alrededor de un 10% de la población activa del mundo, no solo en empleo directo sino también en indirecto. El problema que plantea el turismo con respecto al empleo es la fuerte estacionalidad, pues un gran número de puestos de trabajo se crean en temporada alta. También el volumen turístico depende en gran medida de la situación macroeconómica.

Tanta es la importancia actual del turismo que en varios países existe la carrera universitaria y estudios de posgrado dedicados al turismo.

2.2.7 EL TURISTA

Según, Enciclopedia Encarta 2010.manifiesra que: “El turista es el visitante que permanece por lo menos veinte y cuatro horas en el país visitado y cuyos motivos de viaje pueden ser: descanso (recreación, vacaciones, salud, estudios, religión, deportes) o negocios(familiares, misión, oficial, reuniones)”

Se considera turista o visitante a la persona que viaja a un lugar determinado y pase por lo menos veinte y cuatro horas en lugares turísticos con fines de descanso, recreación, vacaciones, deportes entre otras.

2.2.7.1 TIPOS DE TURISTAS

<http://apeadero.ivangadea.com/2008/07/losxxxtiposxdexturistas/> Los turistas se clasifican de acuerdo al estatus social o posición social que goza cada persona:

- **Clase privilegiada:** son personas que por su situación política y social disponen de sobrados medios para viajar.
- **Clase Burguesa:** son en general personas de clase media.
- **Clase Juvenil:** son en su mayoría número de estudiantes.
- **Clase Popular:** constituida por los trabajadores asalariados.

Otro tipo de turistas

- **Los “Osea”:** este grupo busca la aceptación social y prestigiosa con un viaje.
- **Los Intelectuales:** Buscan conocer la cultura del lugar, la gastronomía o aprender el idioma de donde viaja.
- **Los comodones:** es el grupo de la gente que busca la comodidad ante todo.
- **Los estrechados:** son aquellos que buscan huir de la vida cotidiana con una relación superficial con el lugar visitado.
- **El individualista:** Busca viajar sin un grupo de gente detrás.
- **Los rutinarios:** son aquellos que en sus vacaciones mantienen la vida que suelen hacer en su casa.
- **El Familiar:** que aprovecha las vacaciones para visitar a familiares o amigos.
- **El aventurero:** busca un viaje distinto en cada ocasión y no le influye para su elección” factores externos” como la falta de seguridad, las enfermedades, etc.

2.2.7.2 EL PERFIL DEL TURISTA DE HOY

<http://www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020-35.html> El turista de hoy además de requerir un buen servicio y precios adecuados, exige que el dinero que va a invertir en la compra del producto turístico sea una cuota de placer determinada en los sentidos.

Demanda de un servicio de una serie de características establecidas que tengan que ver con su satisfacción. Este se da independientemente del precio que va a pagar.

El consumidor moderno es exigente, tanto en el servicio como en la calidad del producto, espera que lo atiendan como si fuera el único cliente del día.

2.3 ECOTURISMO

Según, JIMÉNEZ, Luis, (2010, Pág. 3) manifiesta “Aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueva la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socio – económicamente benéfico de las poblaciones locales”.

El ecoturismo es el viaje a zonas naturales, de forma responsable, en la cual predomine el respeto a la naturaleza y la población que habite esta zona, manteniendo un equilibrio entre lo social, económico y ecológico.

2.3.1 LA FLORA Y FAUNA

Fauna: En este lugar se puede observar una variedad de fauna como: perdices, mirlos, cóndores, conejos silvestres, curiquingue, gaviota andina, tórtola entre otras especies.

Especies en Extinción: La especie que se encuentra en peligro de extinción es el Cóndor.

Flora: La flora se encuentra representada por especies de arrayán, encinos, cedrillos, quinina, chachajo, wicundos, yalte, motilón, guel, helecho gigante, cedro, canelo, yarumbo, goalte, copal, tangeré, naranjuelo, sangre de drago, cucharillo, naranjillo entre otros.

2.3.2 SERVICIOS Y CALIDAD DEL TURISMO

Servicio

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. El servicio es "un valor agregado para el cliente", y en ese campo el cliente es cada vez más exigente.

En la percepción de la calidad del servicio turístico influyen también los símbolos que rodean al producto como es la de ganar una batalla competitiva basada en los precios. En este juego siempre hay un competidor más poderoso que puede hacerlo mejor.

La comunicación desempeña un papel importantísimo en el éxito de una estrategia de servicio. Es el vehículo indispensable para ampliar la clientela, conseguir lealtad, motivar a los empleados y darles a conocer las normas de calidad que deben poner en práctica. La comunicación es la única forma de hacer conocer la ventaja de la empresa en relación a sus competidores. Es la que permite ocupar un lugar en la mente de los consumidores (posicionamiento). La comunicación debe ajustarse a la magnitud del servicio que se brinda.

2.3.3 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Las características del servicio son las siguientes:

- **Intangible:** no se puede tocar, sentir, escuchar y oler antes de la compra.
- **Inseparable:** se fabrica y se consume al mismo tiempo.
- **Variable:** depende de quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece.
- **Perecedero:** No se puede almacenar.

2.3.4 CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

La preocupación por la calidad de la atención al cliente no constituye un actitud "romántica", sino que la misma está estrechamente vinculada a la mayor o menor capacidad de las empresas para generar rentabilidad.

El mantenimiento de altos niveles de calidad en la Atención al Cliente genera los siguientes beneficios:

- Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios.
- Incremento de las ventas y la rentabilidad (la alta calidad permite, entre otras cosas, fijar precios más altos que la competencia).
- Ventas más frecuentes, mayor repetición de negocios con los mismos clientes, usuarios o consumidores.
- Más ventas, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar los otros servicios o productos de la empresa.
- Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca-a-boca, las referencias de los clientes satisfechos, etcétera.

- Mejor imagen y reputación de la empresa.
- Menores gastos en actividades de marketing (publicidad, promoción de ventas y similares).
- Una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores (aunque sean productos y servicios similares a los de los competidores, los clientes los perciben como diferentes e, incluso, como únicos).
- Un mejor clima de trabajo interno, ya que los empleados no están presionados por las continuas quejas de los consumidores, usuarios y clientes.
- Mejores relaciones internas entre el personal ya que todos trabajan, unificados, hacia un mismo fin.
- Menos quejas y ausentismo por parte del personal (más alta productividad).

2.3.5 PROPÓSITO DE LA CALIDAD EN UN DESTINO TURÍSTICO

Es propiciar la competitividad y asegurar la sostenibilidad del negocio turístico en su particularidad y en conjunto como parte de un entorno geográfico y social.

Premisas para un destino con calidad turística

a) En la población local: sentido de pertenencia y de conglomerado social.

b) En la administración pública: compromiso con la localidad mediante la formulación y ejecución de planes de desarrollo pertinentes. Pro-actividad, eficiencia y transparencia. Inversión en obras, educación y salud. Administración ágil. En otras palabras, una gestión pública excelente.

c) En los empresarios turísticos: implementación y aplicación de fórmulas empresariales asociativas, capacitación del recurso humano en búsqueda de la excelencia en la prestación del servicio, compromiso con el desarrollo del destino (social y físico), observancia permanente de los conceptos del desarrollo sostenible; auto exigencia y exigencia para la incorporación de principios éticos en el ejercicio diario.

d) En los turistas visitantes: respeto por el destino y la comunidad local.

2.4 PLAN DE MARKETING Y PROMOCIÓN DEL TURISMO

2.4.1 Análisis de la situación.

El Plan de promoción de marketing y promoción se inicia con el diagnóstico de la situación actual, base del análisis, que permite incorporar información técnica precisa para la formulación de las conclusiones y de la estrategia. Para este análisis se han considerado las dos realidades internas. En primer lugar, la realidad del producto turístico Ecuador. Y en segundo lugar, su realidad promocional.



Asimismo, se ha estudiado también lo que denominamos su realidad externa, la imagen turística de Ecuador existente en los mercados turísticos más importantes.

2.4.2 Análisis del producto turístico del Ecuador

El Ecuador turístico es una realidad, que existe como resultado de un proceso de gestión que ha transformado el patrimonio y los atractivos culturales y naturales del país en una serie de productos turísticos.



El Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador ha tomado como punto de partida el producto turístico actual para tratar de optimizar su promoción y, así, transformarlo en la mejor oferta para los diferentes mercados.

2.4.3 El análisis de la promoción y publicidad turística Ecuador

El Portal turístico www.ExploringEcuador.com es una guía turística del Ecuador en línea, una de las más visitadas en Internet, la publicado en los tres idiomas más importantes que son inglés, español y alemán.

ExploringEcuador.com se publica desde el año 1997 y actualmente recibe más de 500.000 visitantes individuales al año que revisan en promedio de 6000 a 8000 páginas por día. En esta página se recibe visitas de diversos lugares del mundo como Estados Unidos, Europa, Asia, y toda el área latinoamericana.

Los principales segmentos de esta guía independiente son: el directorio de hoteles, servicios turísticos con actividades y tour operadores, recursos para el viajero (centro de mapas, guías regionales para el turista) e información general que muestra la mega diversidad de nuestro país.

En la guía se ha seleccionado hoteles con encanto y buen servicio, Spa Resorts con terapias de relajación y evasión absoluta, pero con un toque diferente.

La guía de hoteles y alojamientos proporciona al viajero y visitante del portal una herramienta eficiente para encontrar hospedaje para sus necesidades específicas. Con este fin está organizada con criterios regionales o geográficos (Costa, Sierra, Oriente, Galápagos, ciudades, destinos) y dentro de esto por precios y orden alfabético.

2.5 MICROEMPRESA

MONTEROS, Edgar (2005, Pág. 15), define a la microempresa como: “una asociación de personas que operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”

Una microempresa es una empresa de tamaño pequeño, debidamente organizada, en general, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma, este es el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo adelante.

2.5.1 Características de la microempresa

- La gran mayoría de microempresas se dedican a la actividad comercial o a la prestación de servicios y un pequeño porcentaje a las actividades de transformación.
- Su estructura jurídica se asemeja a las sociedades de personas y eventualmente a las sociedades anónimas.
- Es de tipo familiar.
- Tiene la tendencia a mantenerse en los sitios donde iniciaron su actividad originalmente.
- El objetivo predominante es el mercado local y eventualmente el regional.
- Crece principalmente a través de la reinversión de sus utilidades.
- Carecen de una estructura formal de organización.
- Son un soporte al desarrollo de grandes empresas.
- Generalmente no cuentan con personal capacitado.
- Existe una estrecha relación entre el microempresario y la comunidad.

2.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Según www.wikipedia.org/Estudio de viabilidad es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia).

Un estudio de factibilidad es un análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio, desarrollo o implementación.

2.7 ESTUDIO DE MERCADO

MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús (2010), Evaluación Financiera de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones, Pág. 22, señala: “El estudio de mercado es un estudio de demanda, oferta y precio de un bien o servicio”.

El estudio de mercado es importante ya que ayuda a demostrar la necesidad de los consumidores por adquirir un bien o servicio, tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción, basándose en un mercado potencial.

2.7.1 Segmentación de mercados

Según http://es.wikipedia.org/wiki/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado La segmentación de mercado es el proceso de dividir, como su palabra lo dice de segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

Es dividir ciertos tipos de consumidores de acuerdo a sus preferencias, y enfocar el producto hacia satisfacer sus necesidades.

2.7.2 Demanda

CASADO Ana y SELLERS Ricardo (2010), expresa: Es el volumen total que sería adquirido de dicho producto por un grupo de compradores determinado, en un periodo de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados. Pág. 102.

La demanda es la cuantificación de la necesidad real de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad, determinando la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado.

2.7.3 Oferta

www.monografias.com, manifiesta: "Oferta es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo en un periodo de tiempo y a diferentes precios, suponiendo que otras cosas tales como la tecnología, la disponibilidad de recursos, precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecer constantes. Además que se debe tomar en cuenta la capacidad de vender o producir, el deseo de hacerlo y el tiempo".

La oferta señala dónde se encuentran localizados, las principales características de la competencia, indicando mecanismos que se utilizan para lograr la satisfacción del cliente, productos que ofrecen, cantidad de productos que venden anual, mensual o diariamente, mercado que abarcan, precios que ofertan.

2.7.4 Demanda Insatisfecha.

La Demanda insatisfecha es aquella que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta <http://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

La demanda insatisfecha es la demanda existente de dicho producto o servicio, la cual desea ser captada por la hostería, del resultado de la demanda insatisfecha, depende la decisión de implantación del proyecto.

2.7.5 Producto

Según LAMB Charles (2009), Marketing, 11° edición: Cengage Learning Pág. 308 dice: "Es todo aquello, sea favorable o desfavorable, que una persona recibe en un intercambio. Empaque estilo color, opciones y tamaños son algunas características típicas del producto."

El producto representa la satisfacción de una necesidad, es decir que quien lo necesita lo compra. En el caso de este proyecto el producto en si es un servicio turístico.

2.7.6 Mercado

RIVERA C. Jaime; (2007) define al mercado como “el conjunto de compradores que buscan un determinado producto en un lugar físico o virtual en el que se produce una relación de intercambio entre individuos u organizaciones.” (Pág. 69)

El lugar donde se da a conocer un producto que está a la venta es lo que se considera mercado, en la actualidad por el avance tecnológico este lugar dejó de ser un espacio físico para pasar a ser virtual multiplicando el alcance a nivel mundial, es decir que podemos vender un producto a un comprador que se encuentra en otro continente manteniendo siempre el concepto básico entregar un producto a cambio de dinero u otro beneficio que sea mayor al que se está entregando.

2.8 COMERCIALIZACIÓN

J. M. Rosemberg; (2007), Expresa que “Comercialización son las actividades que aceleran el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, planificación del producto, promoción, investigación y desarrollo, ventas transportes y almacenamiento de bienes y servicios”.

La Comercialización, es toda actividad realizada para que un producto llegue hasta el consumidor final. Representa todo tipo de esfuerzos realizados por una empresa para hacer llegar su producto a los consumidores y obtener una ganancia económica.

2.8.1 Canales de Distribución.

LIMAS S. Janneth; (2012) expresa que los canales de distribución representan al recorrido por el que atraviesa el producto según transferencia de propiedad del mismo, desde el fabricante o productor hasta el consumidor fina. Los canales de distribución están integrados por personas y empresas implicadas en el proceso de y que posibilitan el traslado del producto desde la producción hasta el consumo. (Pág. 190).

De acuerdo al autor, los canales de distribución son los medios a través de los cuales el producto llega al consumidor.

2.8.2 Funciones de los canales de distribución.

Salvador Mercado Hernández (2007), (Pág. 243) indica que las funciones de los canales de distribución son:

- Realizar todas las funciones propias de ventas.
- Realiza todas las actividades de comercialización.
- Investiga el mercado hasta la consumación de las ventas.
- Llevar el producto cerca del consumidor para satisfacer sus necesidades.

Los canales de distribución es la colocación del producto en un mercado donde pueda ser competitivo y pueda sobresalir para ser vendido.

2.8.3 Promociones.

KENNETH E., Clow; (2010), indica que las promociones consisten en todos los incentivos ofrecidos a los clientes para estimular las compras de productos.(Pág. 326)

La promoción es una estrategia utilizado por las empresas para vender con mayor fluidez sus productos, es utilizada por el departamento de ventas el cual está encargado del diseño de estas promociones.

2.8.4 Publicidad.

LIMAS S., Janneth; (2012) expresa la publicidad corresponde a toda comunicación no personal y pagada, sobre ideas o productos a través de un patrocinador. La publicidad es una herramienta que hace uso de los medios de comunicación para informar, recordar o avisar a los consumidores sobre un producto. (Pág. 206- 207)

La publicidad es la herramienta utilizada por toda empresa para dar a conocer sus productos, siendo la creatividad el factor más importante dando a conocer los beneficios del producto que se pretende vender, para lo cual el uso de medios de comunicación se ha vuelto en la actualidad la manera más rápida para llegar al posible consumidor.

2.9 ESTUDIO TÉCNICO

PRIETO Jorge (2005), dice: “El estudio técnico es la fase que corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito”. Pág. 82.

El Estudio Técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis administrativo, organizativo y legal. Al realizar el estudio técnico se busca cumplir como objetivo el valorar las variables técnicas que permitirán poner en marcha el proyecto, describiendo el lugar en donde se va a desarrollar, su proceso productivo, hasta su inversión.

2.9.1 Localización óptima del proyecto

MIRANDA Juan José (Pág. 122, 2005), manifiesta: “el estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.”.

El concepto expuesto anteriormente determina que la localización del proyecto, debe ser analizada, ya que debe cubrir las necesidades que el proyecto requiera para su funcionamiento, buscando minimizar costos.

2.9.1.1 Macro localización

Según CORDOBA, Marcial, (2012), Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Pág. 119

La macro localización, es la zona general del proyecto, ya sea un país, región o provincia, donde se señala ampliamente el área de estudio, del proyecto.

2.9.1.2 Micro localización

Según CORDOBA, Marcial, (2012), Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones. La micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. Pág. 121.

Es la localización del proyecto dentro de la macro zona o macro localización determinada, tomando en cuenta todos los factores y necesidades que sean indispensables para el funcionamiento adecuado del proyecto.

2.9.1.3 Ingeniería del proyecto

Según CORDOBA, Marcial, (2012), Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones, “El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimiento de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto”..

La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinación tecnológica y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidas.

Además se ocupa del almacenamiento y distribución del producto de métodos de diseño, de trabajos de laboratorio, y de sistemas de producción.

2.9.1.4 Tamaño del proyecto

Según CORDOBA, Marcial, (2012), Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones, “El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”.

La determinación del tamaño tiene la importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto, en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y también por la estimación de rentabilidad que podrá generar su implementación.

2.10 ESTUDIO ECONÓMICO

BACA URBINA, Gabriel (2010), Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill señala que: “El Estudio Económico ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”. Pág. 7

Los objetivos de este estudio es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que se originan de los estudios anteriores, para la evaluación del proyecto y determinar su rentabilidad

2.10.1 Estados Financieros

ZAPATA, Pedro (2011), Contabilidad General: Con Base en las Normas Internacionales de Información Financiera, España: Séptima Edición, McGraw-Hill (Pág. 60) dice: “Los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”.

Los estados financieros indican la situación económica de la empresa en un periodo determinado, ayudando a la toma de decisiones correctas por los ejecutivos, en busca del logro de objetivos.

Características cualitativas de los estados financieros, con el fin de que los estados financieros cumplan a cabalidad con el propósito de calidad:

- **Comprensibilidad.** Cualidad esencial que facilitará comprender los aspectos más importantes sin mayor dificultad, a usuarios que no tengan cultura contable.
- **Relevancia.** La información que proporciona deben permitir a los usuarios identificar los datos más importantes, a partir de los cuales se tomará decisiones.
- **Confiabilidad.** Las cifras que correspondan a los conceptos expuestos deben ser suficientemente razonables, es decir, pueden ser comprobables.
- **Comparabilidad.** Las cifras estarán expresadas en moneda de un mismo poder adquisitivo, a fin de hacerlas comparables al momento de establecer diferencias de un periodo a otro.

2.10.1.1 Balance General

ZAPATA, Pedro (2011), Contabilidad General: Con Base en las Normas Internacionales de Información Financiera, España: Séptima Edición, McGraw-Hill dice: “Es un informe contable que presenta ordena y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio y determina la situación financiera de la empresa en un tiempo determinado.”

Este balance presenta las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, informando lo que la empresa tiene y adeuda, indicando la situación financiera de la empresa.

2.10.1.2 Estado de Resultados

ZAPATA, Pedro (2011), Contabilidad General: Con Base en las Normas Internacionales de Información Financiera, España: Séptima Edición, McGraw-Hill manifiesta: “Es dinámico, ya que expresa en forma acumulativa las cifras de rentas (ingresos), costos y gastos resultantes en periodo determinado.”

El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa, y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida, resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado.

2.10.2 Evaluación financiera

El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante métodos que son básicamente el VAN y TIR que veremos más adelante.

2.10.2.1 Valor actual neto

SAPAG CHAIN, Nassir, (2011),Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación: Pearson Educación señala: “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual” Pág. 321.

El cálculo del VAN en nuestro estudio será muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos que apliquemos, si resultase un VAN alto sería una razón importante para nuestro ente productivo y en caso que resultase bajo deberíamos considerar diversas razones como podrían ser la imagen que le aportará a la empresa, por motivos estratégicos u otros motivos que en ese momento nos repercutan.

2.10.2.2 Tasa Interna de Retorno

CORDOBA, Marcial, (2012) Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones Pág. 242. La tasa interna de retorno conocida como TIR, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil.

Esta tasa de interés calculada permitirá medir la rentabilidad del proyecto pudiéndonos endeudar adecuadamente y evitar pérdida alguna.

2.10.2.3 Periodo de Recuperación

CORDOBA, Marcial, (2012) Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones Pág. 234. manifiesta: Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

En el proyecto permitirá medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de nuestra inversión se recuperen su costo o inversión inicial.

2.10.2.4 Costo, Beneficio.

SAPAG CHAIN, Nassir, (2011), Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación: Pearson Educación señala que: “El análisis del Costo-Beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”. Pág. 278.

Este proceso involucra, ya sea explícita o implícitamente, un peso total de los gastos previstos en contra del total de los beneficios previstos de una o más acciones con el fin de seleccionar la mejor opción o la más rentable.

El coste-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el coste son exitosos, caso contrario fracasan.

2.10.2.5 Punto de Equilibrio

MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús (2010), Evaluación Financiera de Proyectos, Colombia: Ecoe Ediciones Pág. 138, manifiesta: “se define como aquel punto o nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto, no se genera ni utilidad ni pérdida contable en la operación”.

El cálculo de punto de equilibrio en este estudio implica un proceso importante para varios factores, puesto que mediremos nuestra capacidad del servicio, y a su vez, aprovecharemos cual es el tope en el que hemos venido dando a conocer el balneario y con ello tomar la mejor decisión, para acoger más turistas.

2.11 PROPUESTA ESTRATEGICA

2.11.1 Misión

GALINDO, CARLOS (2011, Pág. 16,) Manifiesta “La misión de una empresa se fundamenta básicamente en el propósito para el cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividad que realizará durante su período de operación.

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe, es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

Para definir la misión es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Debe ser motivadora, es decir, que debe transmitir entusiasmo tanto a colaboradores como a clientes y socios de la misma teniendo en cuenta los valores por los cuales se regirá la organización.
- Específica, hace referencia al objeto para el cual fue creada, siendo lo suficientemente amplia y clara con el fin de no confundir a los clientes ni a los colaboradores, en cuanto a la naturaleza de la misma.

Adicionalmente debe definirse muy bien el nicho de mercado donde posicionaremos nuestros productos o servicios, cual es la necesidad que vamos a satisfacer y cuáles serán las estrategias que utilizaremos para cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

2.11.2 Visión

GALINDO, CARLOS (2011, Pág. 17) Manifiesta, Es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la organización en un futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativas.”

Es la imagen del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa de lo que debe ser en el futuro la empresa.

2.11.3 Objetivo corporativo

GALINDO, CARLOS (2011, Pág. 17) Dice, Permiten establecer los planes de acciones que incurrirá la empresa, a corto, mediano y largo plazo. Los objetivos deben ser medibles, claros, alcanzables y realizables, en el tiempo estipulado.”

Estos deben traducirse en objetivos específicos, los cuales registran la cantidad de recursos asignados para cada actividad, además, son los responsables de la ejecución de las tareas programadas y del tiempo empleado en cada una de ellas.

En algunos casos la visión y los objetivos corporativos se complementan para ampliar los alcances que tiene la misión de la empresa, en cuanto a sus logros futuros.

2.11.4 IMAGEN CORPORATIVA

Según http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen_corporativa dice: "Es un concepto relacionado de una forma muy estrecha con la cultura empresarial. La imagen corporativa debe ser consistente con el posicionamiento de producto de la compañía, de la línea de productos, o de la marca."

La imagen corporativa es muy importante, ya que se estima ser la personalidad de la empresa, lo que la simboliza, dicha imagen tiene que estar impresa en todas partes que involucren a la empresa.

2.11.5 Logotipo

Según <http://www.monografias.com/trabajos7/imco/imco.shtml> "Un logotipo es un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras etc, fundidas en solo bloque para facilitar una composición tipográfica, no es más que la firma de la compañía que se puede aplicar a todas clases de material impreso o visual."

Logotipo se puede decir que es la firma de una empresa, con el que se puede representar y que se puede aplicar en toda clase de material visual, reflejando la identidad corporativa de una empresa.

2.11.6 Lema

Según <http://www.definicionabc.com/comunicacion/lema.php> "Un lema es aquella frase que de una manera breve nos comunica la motivación, intención o conducta de una persona, un grupo, una institución, un país o una organización."

Un lema es título o una frase que expresa, de una manera breve, la intención de una empresa en este caso, de la actividad que desea realizar.

2.11.7 Organigrama

FLEITMAN, Jack, (2007, Evaluación Integral para implantar modelos de calidad, México: Pax México manifiesta: “Es la representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y asesoría”.

Un organigrama es un instrumento informativo, que permite a las personas vinculadas a una organización, conozcan las autoridades, niveles jerárquicos y divisiones departamentales en la empresa.

2.12.8 IMPACTOS DEL TURISMO

Impacto turístico internacional: En las últimas cinco décadas, el turismo internacional ha pasado de desplazar 25 a casi 700 millones de viajeros al año, y lugares cada vez más remotos gracias al desarrollo de los medios de transporte. Estos Impactos se clasifican en tres categorías:

Impacto Económico: El turismo ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pago nacionales.

Así mismo es cierto que el turismo genera empleo, pero en muchas ocasiones para la población local es un empleo estacional y poco cualificado. Además, suele tratar de un empleo inestable: el turismo es un sector con grande vaivenes, y las zonas de destino se tiene que enfrentar con la competencia de otras nuevas que surgen gracias al desarrollo de los medios de transporte. También es verdad que se moderniza las infraestructuras, pero

según las prioridades turísticas y no en base a un desarrollo endógeno y equilibrado con otras actividades productivas.

Impacto Medioambiental: Lo que favorece la aparición del turismo en una zona, es el paisaje, suele mostrarse especialmente frágil con su desarrollo. Ya hemos visto como la llegada de turistas tiende a cambiar el uso de los recursos naturales. Pero más allá de ello, muchas veces tiende a sobreexplotarlos.

El turismo de masas se ha mostrado especialmente violento con el medio ambiente: urbanización de zonas naturales o no integrada en el paisaje, sobreutilización del recurso del agua, problema relacionados con el tratamiento de la basura, contaminación del agua por los residuos líquidos, destrucción de monumentos históricos, contaminación del aire por el uso de vehículos y calefacción, cambios en el paisaje para favorecer actividades de ocio como el golf o el esquí, etc.

El turismo alternativo se agrupa diversas formas de turismo que, a veces, buscan un desarrollo sostenible de la actividad. El paisaje es el principal valor turístico

Impactos Socioculturales.

El turismo puede tener beneficios positivos al permitir la interrelación entre culturas diferentes, además permite el intercambio de costumbres y tradiciones de cada una de estas culturas. Los impactos socioculturales detectados suelen ser negativos para la sociedad anfitriona. Es la tendencia a acelerar cambios culturales que despojen de su significado a los elementos culturales para dejarlos solo en el epifenoménico, lo “visible” que es tratado como una mercancía más. El desarrollo del turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferencia social.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

El nombre de la Comunidad de Gualchán, proviene del dialecto Lachas que quiere decir “Tierra linda”. Está ubicada en el centro de la parroquia El Goaltal a orillas del majestuoso río Blanco que nace en las entrañas del Bosque Protector Golondrinas. Este bosque de transición, ubicado en la parte occidental del Cantón Espejo, con una altitud de 2.200 m.s.n.m. en el existen más de 20.000 especies de plantas y 700 especies de aves, es un bosque tropical que va desde las orillas de quebradas y ríos hasta las partes altas del Cerro Golondrinas.

Con la finalidad de sustentar adecuadamente el proyecto “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIAL TURÍSTICA CON CARACTERÍSTICAS NATURALES Y ECOLÓGICAS EN LA COMUNIDAD DE GUALCHAN, PARROQUIA GOALTAL PROVINCIA DEL CARCHI.” , es necesario conocer más cercanamente el potencial existente en la Comunidad de Gualchán. Se ejecuta el plan para el estudio de mercado que consiste básicamente en lo siguiente: diseño, formulación, aplicación y procesamiento de encuestas a los habitantes de la parroquia Goaltal se realiza el levantamiento de fotografías de los lugares turísticos existentes, observación directa al lugar, y se relacionan con datos estadísticos históricos y actuales referentes al turismo en el Ecuador.

3.2 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

La belleza natural del Ecuador no tiene comparación, sumada a su gente amable y una fascinante historia lo convierte en el lugar ideal para unas vacaciones.

Costa

La Reserva Ecológica Cayapas-Mataje, en la provincia de Esmeraldas, se destaca por su exuberante vegetación. El bosque de Majagual es su principal símbolo, pues alberga los manglares más altos del mundo. Algunos sobrepasan los 60 metros de altura. Tiene cinco senderos que se puede recorrer con facilidad. Allí moran grandes cangrejos, guacamayos y garzas, entre otras especies. El clima es tropical húmedo. Otra zona en la misma provincia corresponde a la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, que comparte territorio con la provincia de Imbabura.

Cerro Blanco: Consiste en un bosque seco tropical que comprende una zona de 2.000 has. Cuenta con flora y fauna riquísimas y variadas, donde se destaca la lora "frente roja", una especie endémica que se traslada de hábitat al llegar la noche. C

En Montañita, Guayas, los deportistas tienen la mejor playa

para practicar surf. El sitio ofrece lugares para descansar y comer.

Atacames, que recibe turistas todo el año. Cuenta con una amplia infraestructura hotelera. A lo largo del malecón se encuentran los principales restaurantes con lo mejor de la comida típica de la región. Junto a la playa, los bares ofrecen bebidas típicas con base en agua de coco.

Manta, Manabí segundo puerto marítimo del país y con una importante infraestructura hotelera. Su playa principal, el Murciélago, tiene un moderno malecón con restaurantes que ofrecen todas las especialidades culinarias de la región y bebidas típicas. Restaurantes y discotecas son parte de la urbe, que se llena de turistas los fines de semana.



Bahía de Caráquez, otra bella playa, ofrece igualmente hoteles de primera y sitios de descanso y diversión. Uno de sus atractivos consiste en navegar por el río Chone en lancha o gabarra hasta llegar a San Vicente.

Los Andes



Reserva Ecológica El Ángel, con flora y fauna de páramo. Su vasto jardín de frailejones es parte de lo que se puede apreciar en un recorrido que, además, permite disfrutar de la presencia de numerosas lagunas, aves de distintas especies y extensos bosques de polilepys. Bosque de los Arrayanes de Santa Marta de

Cuba, que se inicia a 7 km. de la población de San Gabriel. Allí crecen árboles de tronco rojizo con espeso follaje, musgos y orquídeas. Numerosas especies de aves hacen del lugar un sitio cargado de naturaleza, muy apreciado por los viajeros que se aventuran en una caminata inolvidable.

Tulcán, Reserva Forestal y Étnica AWA, que alberga un área de bosque natural con diferentes especies de flora y fauna. Se puede observar al paletón, la guacamaya, el guatín y la flor roja (anturio). También hay especies madereras como el chandul y el guayacán. En este sector, protegido por el Estado, vive la comunidad indígena AWA, que conserva su identidad autóctona.

Imbabura, Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas que comparte territorio con Esmeraldas. Constituye un destino obligado para el turista que se adentra en los Andes. A pocos minutos de Cotacachi se encuentra la laguna de

Cuicocha (3.068 msnm), los paseos en lancha alrededor de dos pequeñas islas que se ubican al medio de la laguna, permiten conocer muy de cerca la flora y fauna del sector, con colonias de aves y plantas de diversas especies. El área protegida comprende además bosques húmedos y páramos con herbáceas, lianas y helechos.

Quito, está el "Pululahua", se trata de un volcán extinguido único en el mundo, que tiene en el fondo de su cráter una planicie cultivada. Su entorno paisajístico es inigualable, y puede observarse desde el mirador que existe en la reserva. Mas adelante, por la vía a Calacalí y después de la población de este nombre, está el Bosque Protector Mindo-Nambillo. Es la reserva natural de aves, ideal para la observación de alrededor de 500 especies de pájaros.

Cotopaxi. Parque Nacional del mismo nombre, cuyo atractivo central es el volcán Cotopaxi que tiene 5.897 metros de altura, la zona presenta gran variedad de mamíferos, aves y especies endémicas.

La Cordillera de los Andes es interesante y seductora. Uno de los trayectos más espectaculares que pueden realizar los aventureros, es "La caminata del Cóndor", cuyo recorrido por lagos, páramos y bosques ofrece espectaculares vistas de nevados y volcanes. El camino cruza la Reserva Ecológica Antisana, entre otras, y ofrece la posibilidad de observar al Cóndor, la majestuosa ave de los Andes en peligro de extinción.

Amazonía

Sucumbíos, la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, sus características principales se pueden contar sus bosques de clima tropical, de lagunas como Zancudococha y varias especies de aves, algunas en peligro de extinción. Igualmente presenta gran variedad de flora y fauna.

Morona Santiago tiene en el Parque Nacional El Cóndor su principal atractivo. Posee una de las floras más ricas y alberga especies únicas de fauna. Se han registrado 127 clases de mamíferos. Gracias a la presencia de la cordillera del Cóndor, se han originado grandes sistemas hidrográficos que conforman las



cuencas de los ríos Zamora, Santiago, Coangos y Namangoza. En Zamora Chinchipe se levanta imponente el Parque Nacional Podocarpus, que presenta un bosque nublado, ríos y numerosas especies de aves. También hay cascadas, cañones y varias clases de mamíferos y plantas. Entre las principales actividades que se pueden realizar para observar mejor la naturaleza, están las caminatas por varios días para admirar espectaculares paisajes con orquídeas y aves multicolores.

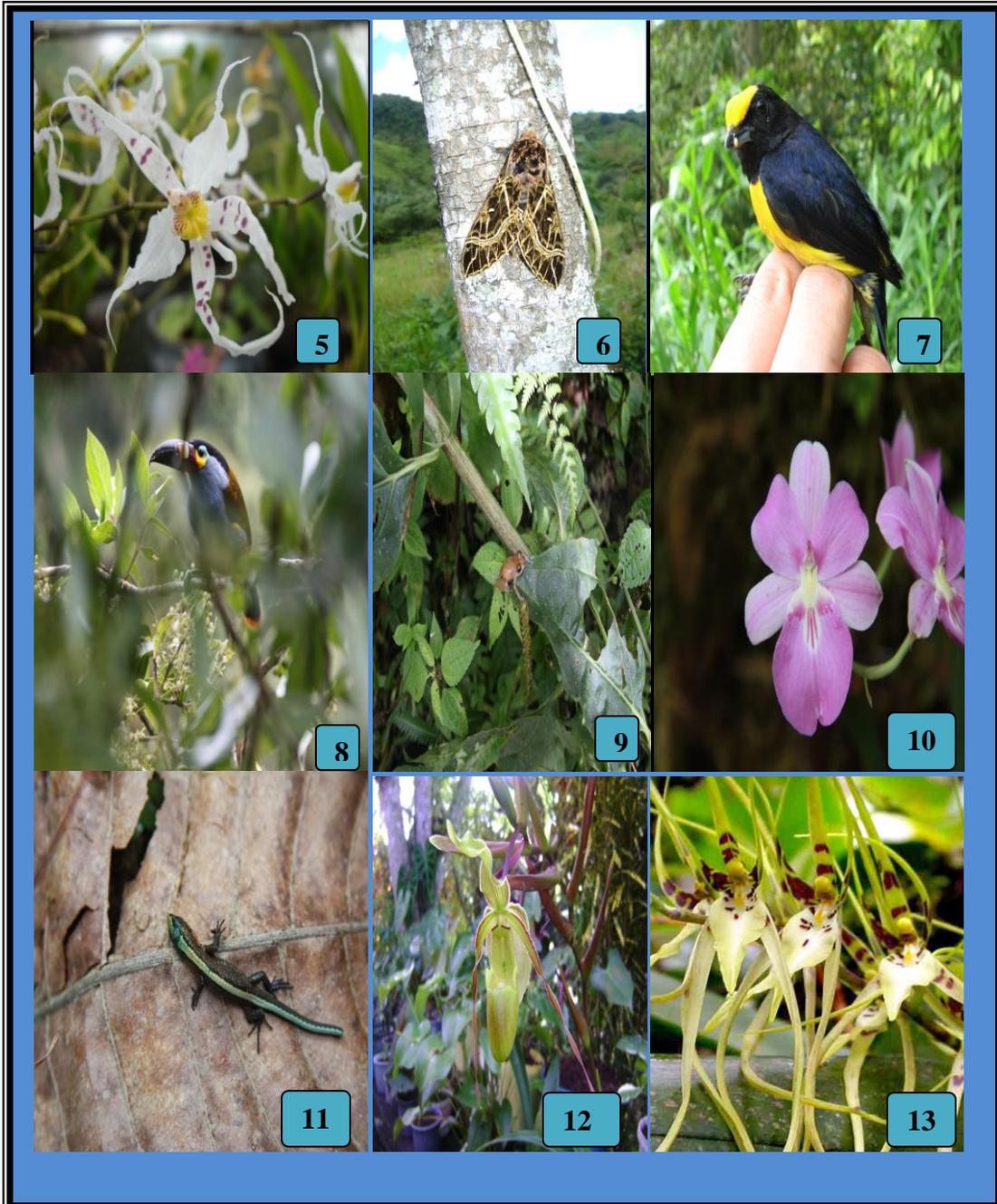
En la provincia de Napo, está el Parque Nacional Yasuní, que abarca las cuencas de los ríos Yasuní, Nashino, Cononaco y Tiputini. Cuenta con colinas de densa vegetación, árboles maderables y muchas especies de aves. Así mismo, alberga llanuras con extensos pantanos. Entre los mamíferos y reptiles que habitan la zona, están jaguares, arpías y caimanes, principalmente. Su temperatura bordea los 30 grados centígrados.

En cuanto a las preferencias de los turistas que visitan el Ecuador, los estudios muestran un énfasis en el turismo de naturaleza, seguido por aventura y salud. Si bien es cierto que ya hay destinos posicionados para estos segmentos en la oferta global, nuestra área de estudio presenta alto potencial para competir o para actuar como complemento a otras ofertas en estos mercados.

3.3 FLORA Y FAUNA DE GUALCHAN

Entre la flora y fauna del lugar tenemos:

Fotografías N° 5-13



Nota: Las fotografías son realizadas por Susana Hernández.

3.4 CASCADAS

Esta zona con su clima cálido húmedo presenta varios atractivos turísticos, que ofrece la naturaleza en este sector como:

CASCADA SANTA ROSA

Está ubicada a 8km de la comunidad de Las Juntas; al este de Gualchán y dura una caminata de aproximadamente 2 horas. Tiene una altura de 25m. es de doble salto y al final forma un vado natural que invita a tomar un refrescante baño. Existe un sendero por el cual se puede observar la variedad de flora y fauna que existe.

Fotografía N° 14



Autor: Susana Hernández

CASCADA LIANAS DEL ROSAL

Fotografía N° 15



Autor: Susana Hernández

Tiene una impresionante caída de agua de doble salto con una altura de 30 m. que al terminar forma una piscina natural y se encuentra ubicada a 8 km. De la comunidad de las Juntas al este. Aquí se puede escalar, tomar fotografías y bañarse se va por el mismo sendero que conduce a la cascada Santa Rosa.

CASCADA ORQUÍDEA BELLA

Fotografía N° 16

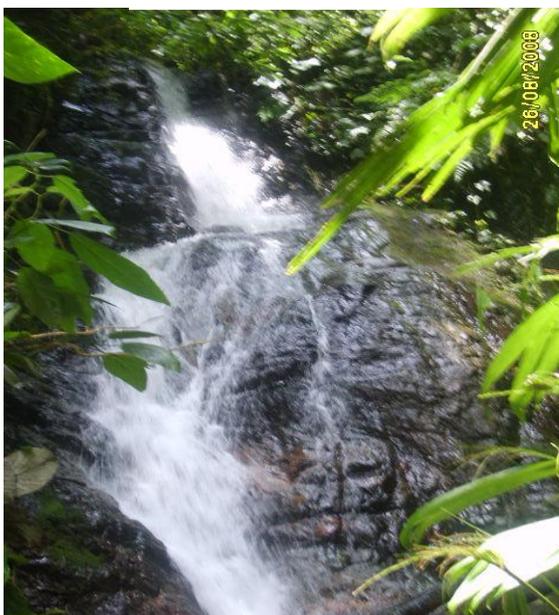
Lleva este nombre por la variedad de orquídeas que existe a su alrededor tiene una altura de 20m. y se encuentra ubicada a 7km.de la comunidad de Gualchán, al norte de la Comunidad las Juntas, dura una caminata de 30 min. Además durante el trayecto se puede observar colibries y aves de distintas especies, mariposas y flora como: balso guarumo cedro helechos y más.



Autor: Susana Hernández

CASCADA EL SIMIO

Fotografía N° 17



Está ubicada a 400m. de la comunidad del Espejo N° 2, con una altura de 12m.al este de Gualchán. El nombre lo tiene gracias a que en la pared rocosa resalta la cara de un simio. En ella se realiza actividades como: escalar, fotografiar y tomar un baño.

Autor: Susana Hernández

PILETA

Posee una vegetación espesa y un sinnúmero de fauna.

Ubicada a 4km. de la comunidad de Gualchán al este. Vía a la Comunidad Las Juntas con una altura de 8m. al lado izquierdo subiendo a Las Juntas. Durante el recorrido puedes observar la belleza que rodea a la zona del Goaltal.

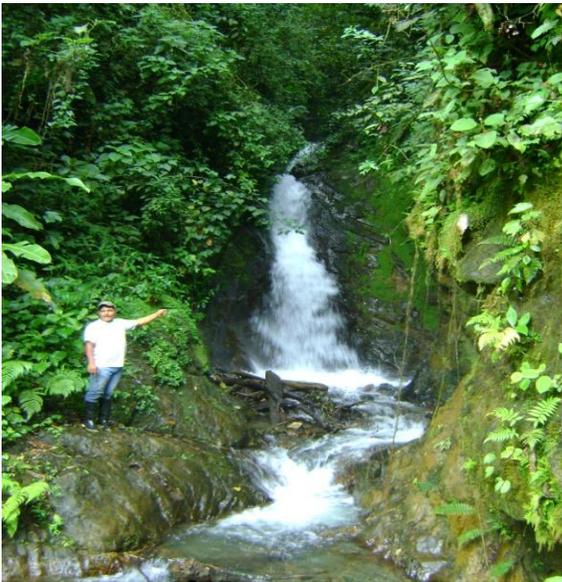
Fotografía N° 18



Autor: Susana Hernández

CASCADA CUMBE

Fotografía N° 19



Autor: Susana Hernández

Está ubicada a 410m. de la comunidad del Espejo N° 2 y tiene una altura de 25m. Ubicada al este de Gualchán. Para llegar se toma el mismo sendero para ir a la cascada El Simio, y en ella se puede escalar, tomar fotografías y bañarse.

Fotografía N° 20

CASCADA EL DUENDE

Estacascada tiene una altura de 11m. cerca de la comunidad de Las Juntas y se encuentra a 250m. Al noreste de la comunidad de Gualchán. Durante el camino se puede observar diferentes clases de orquídeas que son introducidas



Autor: Susana Hernández

CASCADA LA ESCALINATA

Fotografía N° 21



Está a 600m al este de la comunidad Las Juntas, tiene una altura de 15m. y en ella se puede escalar y tomar fotografías

Autor: Susana Hernández

CASCADA LA ESCONDIDA

Fotografía N° 22

Es una cascada que está en procesos de investigación y tiene una altura de aproximadamente 10m. y se encuentra ubicada a 5km vía comunidad Las Juntas al Sur este , y se encuentra rodeada de vegetación espesa y abundante especies de fauna. Aquí se puede escalar y tomar fotografías.



Autor: Susana Hernández

CASCADA LA GOTITA

Fotografía N° 23



Se encuentra por el mismo sendero hacia la cascada Escondida pero a menos distancia, 1500m al sur este de la comunidad Las Juntas. Tiene una altura de 8m y posee poca agua e igualmente se encuentra en las mismas condiciones que la anterior.

Autor: Susana Hernández

CASCADA EL MANANTIAL

Fotografía N° 24

Tiene una altura de 15 m. y es de doble salto de agua. Está a una distancia de 2km. Al noroeste de la comunidad de Gualchán en la cual se puede tomar un refrescante baño y fotografiar, además se puede observar flora y fauna de diferentes especies.



Autor: Susana Hernández

CASCADA EL TOBOGÁN

Fotografía N° 25



Tiene una altura de 15m.y se encuentra a 2km al noreste de la Comunidad de Gualchán y se camina por el mismo sendero de la cascada El Manantial.

Autor: Susana Hernández

3.5 GASTRONOMÍA

En la comunidad existen varios platos típicos del lugar, entre los que destacamos:

CALDO DE GALLINA NACIONAL

El sabroso y nutritivo caldo de gallina nacional va acompañado de yuca, ají, picadillo de cilantro con cebolla y un delicioso vaso de jugo natural.

Fotografía N° 26



Autor: Susana Hernández

DULCE DE GUAYABA CON TORTILLAS DE TIESTO

Fotografía N° 27



Autor: Susana Hernández

Plato tradicional de este lugar que se compone de dulce de guayaba fruta propio de esta zona y con tortillas de harina flor hechas en tiesto. Además se puede acompañar con queso y en ocasiones también degustar con pan.

BOLAS DE VERDE

Un plato exquisito para tu paladar que se elabora con un producto propio del lugar y que va acompañado con una taza de café o agua aromática.

Fotografía N° 28



Autor: Susana Hernández

3.6 OBJETIVOS

General

Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda del turismo en la parroquia Goaltal y evaluar el potencial turístico de la zona.

Específicos

- Determinar la demanda potencial de bienes y servicios turísticos, existentes en la zona.
- Determinar la oferta de bienes y servicios de la comunidad.
- Establecer los productos que tiene la zona de estudio, donde se implantará el proyecto.
- Determinación de la estrategias de comercialización

3.7 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para obtener mayor información se realizó encuestas a los pobladores del sector, con una población en la parroquia Goaltal que asciende a 819 habitantes, según datos del último censo de población y vivienda 2010.

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula y los siguientes parámetros de medición:

- Puesto que la población es finita trabajamos con el 5% de error.
- Nivel de confianza 95%
- Desviación de la población al cuadrado o varianza 0,25 porque se trabaja en el centro.
- Valor tipificado “z” que corresponde a 1,96.

La fórmula para el cálculo de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Nz^2s^2}{E^2(N-1) + z^2s^2}$$

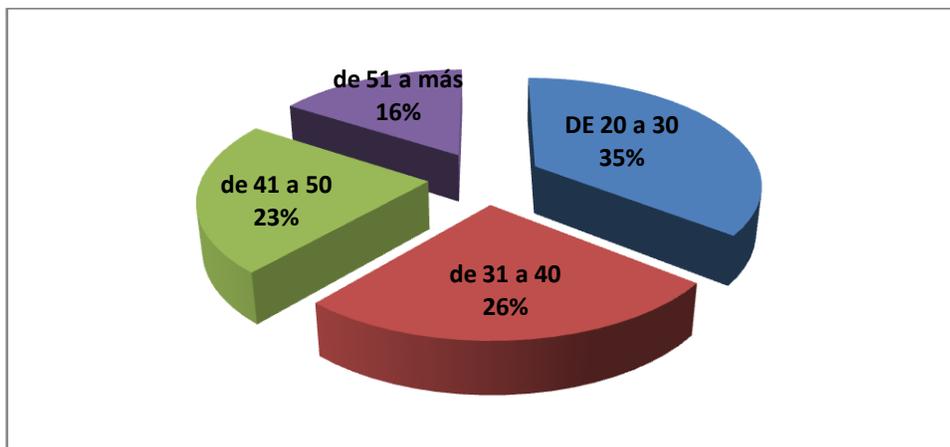
$$n = \frac{819 * (1,96^2) * 0,25}{(0,05)^2 (819 - 1) + (1,96^2) * (0,25^2)}$$

$$n = 132$$

A continuación detallamos los resultados de la encuesta luego de la tabulación.

Gráfico N°1

Encuestados que contestaron estar de acuerdo con la creación de la Residencial Turística, según Edad

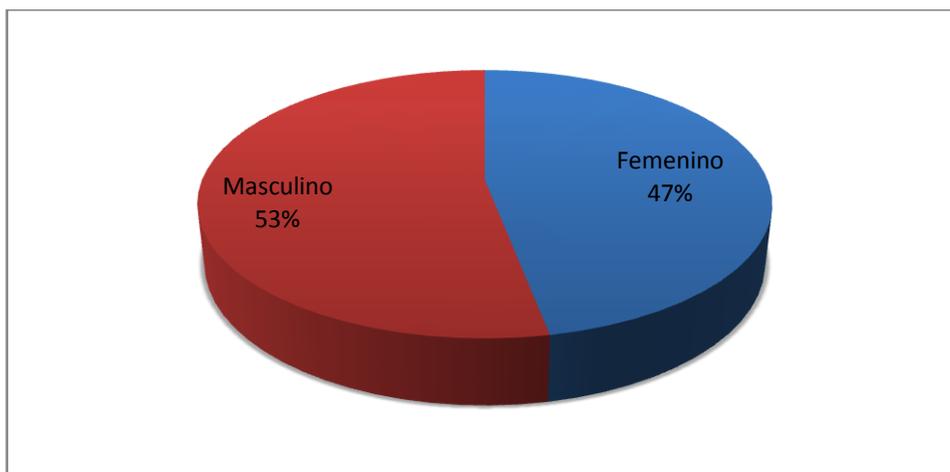


Fuente: Encuesta aplicada a población parroquia Goaltal Mayo, 2011
Autor: Susana Hernández

Análisis; La mayoría de las personas, que ayudaron en las encuestas en la parroquia Goaltal, son de 20 a 30 años de edad, del total de encuestados, esto genera la expectativa que la población es joven.

Gráfico N°2

Encuestados que contestaron estar de acuerdo con la creación de la Residencial Turística, según Género

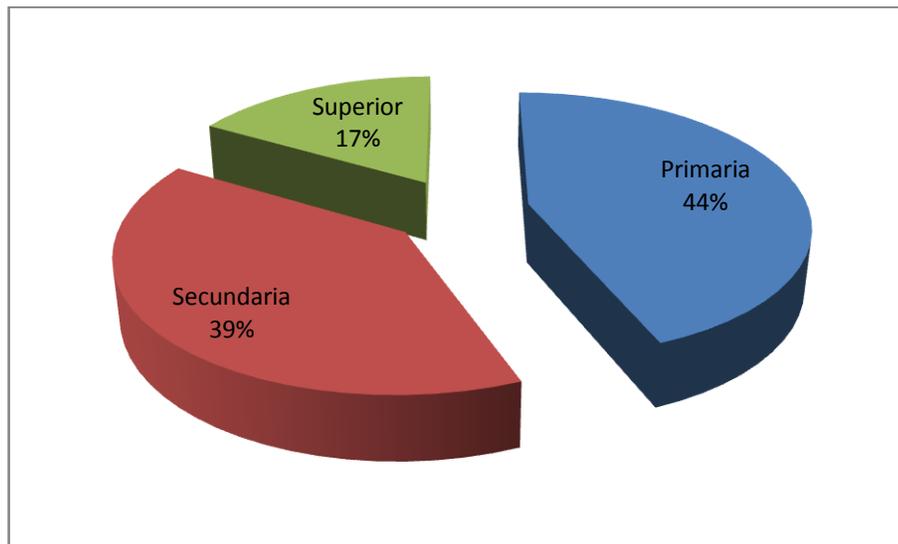


Fuente: Encuesta aplicada a población parroquia Goaltal Mayo, 2011
Autor: Susana Hernández

Análisis; En la encuesta realizada a la muestra de los habitantes de la Comunidad de Gualchán, se observa que el género masculino colaboró en la recopilación de información, siendo mayor su porcentaje ya que son las personas que se encontraban en sus respectivos domicilios y plaza de la comunidad, la diferencia corresponde al género femenino.

Gráfico N°3

Encuestados que contestaron estar de acuerdo con la creación de la Residencial El Manantial, según Nivel de Educación

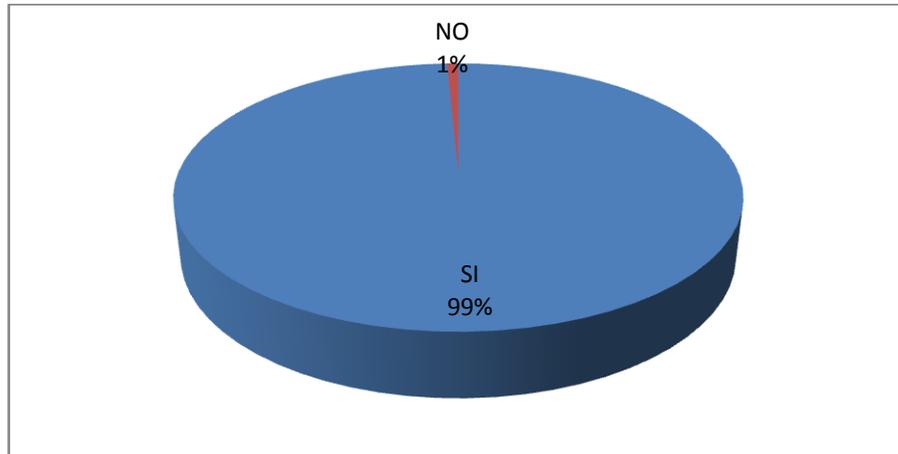


Fuente: Encuesta aplicada a población parroquia Goaltal Mayo, 2011
Autor: Susana Hernández

Análisis; La mayoría de los encuestados son terminados el nivel primario de educación, posteriormente la secundaria y el nivel superior en menor porcentaje, datos que indican que el nivel de educación de los pobladores es bajo, lo que puede originar, cierto rechazo al progreso turístico de la Comunidad.

Gráfico N°4

¿Está Usted de acuerdo con la implementación de una Residencial turística con características naturales y ecológicas?

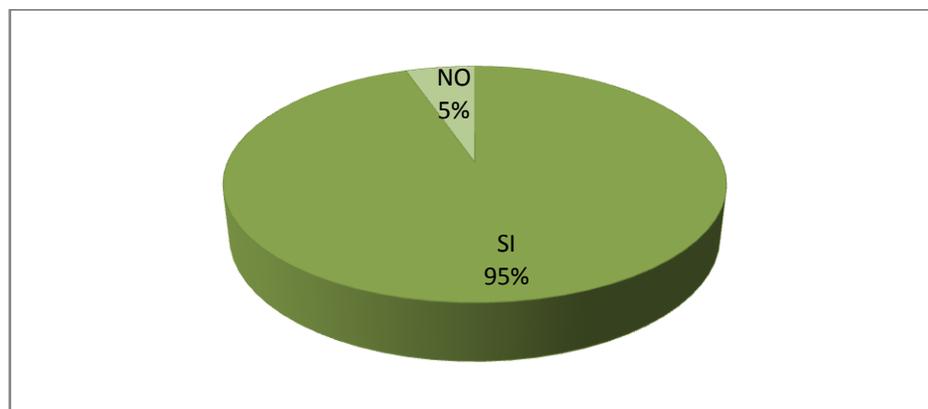


Fuente: Encuesta aplicada a población parroquia Goaltal Mayo, 2011
Autor: Susana Hernández

Análisis; Existe una preferencia por crear la Residencial Turística en la comunidad, está representado por las respuestas positivas de los individuos encuestados, mientras que la diferencia no está de acuerdo. El presente resultado genera expectativas para la realización de este proyecto.

Gráfico N°5

¿Piensa Usted que se podrá mejorar las condiciones económicas de la comunidad de Gualchán con la creación de la Residencia Turística?

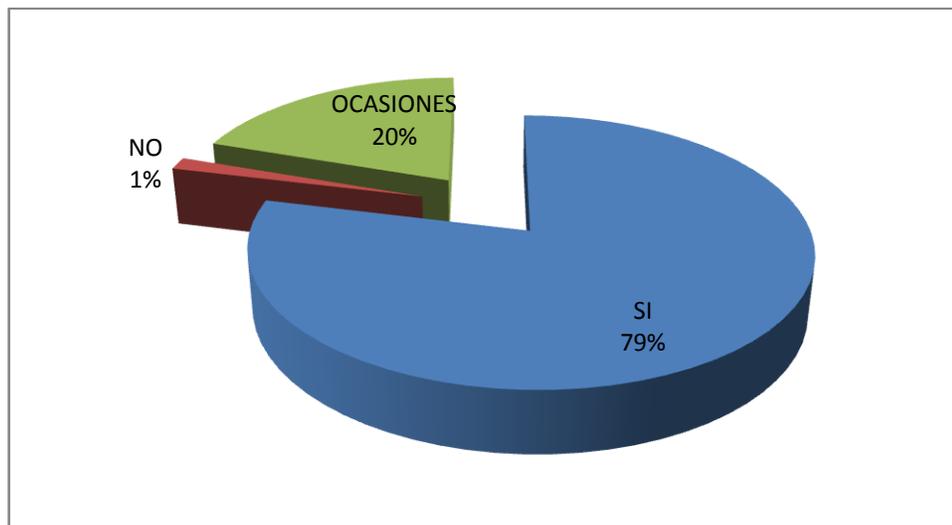


Fuente: Encuesta aplicada a población parroquia Goaltal Mayo, 2011
Autor: Susana Hernández

Análisis; Los encuestados manifiestan que la creación de la nueva unidad productiva, mejorará las condiciones económicas de los habitantes, una minoría se muestra indiferente. De los datos se deduce que la población ve como una nueva fuente de ingreso económico tanto para el propietario y la comunidad; la atracción de turista a una zona genera mayor comercio y por ende mejoraría la economía para la Parroquia.

Gráfico N°6

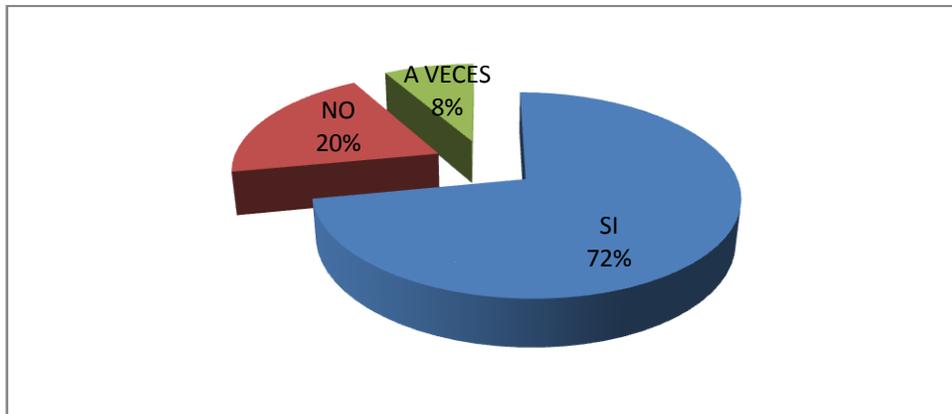
¿Participaría en eventos turísticos, culturales o de otra índole que organice la Residencial Turística en la Comunidad de Gualchán?



Fuente: Encuesta aplicada a población parroquia Goaltal Mayo, 2011
Autor: Susana Hernández

Análisis; La mayoría de los individuos encuestados, afirman la participación activa en eventos turísticos y culturales que organice la Residencial Turística, para de esta manera atraer el turismo a esta localidad con una aceptación masiva, otros lo realizaría en ocasiones, por sus ocupaciones laborales no podrían participar en todos los eventos, pero podrán colaborar en las actividades programadas y la diferencia que realmente es mínima no lo haría.

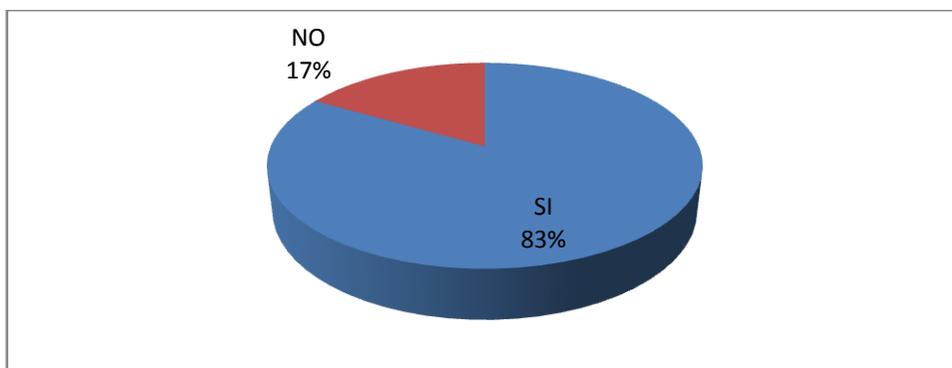
Gráfico N°7
¿Buscaría y haría actividades llamativas que atraigan el turismo a la Comunidad?



Fuente: Encuesta aplicada a población parroquia Goaltal Mayo, 2011
Autor: Susana Hernández

Análisis; La población indica un interés en integrar en su vida habitual la actividad turística, de esta manera Goaltal no solo sea conocido como una parroquia agrícola, sino también por la diversidad de cultura, lugares turísticos y por la amabilidad de su gente; los encuestados contestaron a veces, pero expresaron que realizar actividades para atraer más turistas a la zona los fines de semana por razones laborales y no lo harían en menor número.

Gráfico N°8
¿Cree Usted que la afluencia del turismo afectaría positivamente a la Comunidad?



Fuente: Encuesta aplicada a población parroquia Goaltal Mayo, 2011
Autor: Susana Hernández

Análisis; Los resultados indican que la población piensa que es positivo la creación de la Residencia en la Comunidad de Gualchán, ya que como lo manifestaron en puntos anteriores, esto favorecería de cierta manera a la economía y comercio de la Parroquia a más de ser conocida como un lugar en el Ecuador, que brinda a los turistas nacionales como extranjeros, lugares maravillosos para relajarse y poder observar las maravillas que ofrece la naturaleza, y la diferencia no están de acuerdo ya que piensan que no tendrían ningún beneficio para la Parroquia sino solo sería para el propietario de la residencia turística, siendo otro argumento sus actividades diarias que son la agricultura y ganadería.

3.8 ANÁLISIS ACTUAL DEL TURISMO EN EL CONTEXTO NACIONAL

Según estadísticas proporcionadas por la Dirección Nacional de Migración, el Ecuador contabiliza 96.358 entradas de extranjeros al país, en el mes de Diciembre de 2010, con lo cual existe un crecimiento del 5,81% al compararse con las entradas registradas en Diciembre de 2009. Sin embargo, en el período Enero-Diciembre de 2010 existe un incremento del 8,10% en las entradas de extranjeros al país, al pasar de 968.499 en el año 2009 a 1.046.968 en el año 2010.

Entre los principales mercados emisores registrados en el período Enero a Diciembre se encuentran: Estados Unidos, Colombia y Perú, con una importante participación porcentual del 23,79%, 19,48% y 14,73% en su orden, y mercados tales como España, Alemania, Gran Bretaña y Francia que contribuyen con las llegadas al país, con valores relativos de: 5,64%, 2,39%, 2,14% y 1,94% respectivamente.

3.9 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Según el Banco Central del Ecuador, la demanda de servicios turísticos ocupa un lugar preponderante en la contribución de divisas para el país. Los

datos que se presentan a continuación cobran relevancia si se comparan los ingresos de otros sectores productivos.

Cuadro N°2
INGRESOS POR TURISMO COMPARADO CON LOS INGRESOS DE LAS
EXPORTACIONES POR PRODUCTO PRINCIPAL

Año: 2009-2010

(En millones de dólares)

	2009	UBICACIÓN	2010	UBICACIÓN
PETRÓLEO CRUDO	6.284,13	1	8.951,94	1
BANANO Y PLÁTANO	1.995,65	2	2.032,77	2
DERIVADOS PETRÓLEO	680,51	3	721,29	5
TURISMO	674,2	4	786,7	4
CAMARÓN	664,42	5	849,67	3
OTROS ELAB. PROD MAR	650,11	6	622,51	7
FLORES NATURALES	543,70	7	607,77	8
MANUFACT. METALES	532,75	8	707,64	6
TOTAL EXPORTACIONES (Productos primarios e industrializados)	12.025,47		15.280,29	

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Susana Hernández.

El turismo a nivel nacional, proporciona ingresos importantes, en comparación a las exportaciones de productos primarios e industrializados, ocupando el puesto cuarto, en el año 2009, con un crecimiento del 17 % para el año 2010, generando así grandes expectativas de crecimiento del turismo en Ecuador, e incentivando la inversión.

3.9.1 OFERTA LOCAL

Para el análisis de la oferta en la zona de estudio, la presencia de turistas nacionales y extranjeros en la Comunidad de Gualchán es importante, tomando como base las estadísticas que reflejan las visitas por año a la Reserva Ecológica El Ángel, se toma esta referencia, primeramente por ser

un lugar turístico de similares condiciones, además por pertenecer al mismo cantón, y de acuerdo al Plan Estratégico del Cantón Espejo, se proporcionará caminos adecuados y senderos, para dar a conocer en un recorrido continuo, la belleza natural de este cantón, pasando del frío del páramo, hacia al clima cálido húmedo de la comunidad de Gualchán, cualidades que sin duda alguna atraerá al turismo interno y externo.

Cuadro N° 03

ANÁLISIS DE VISITANTES A LA RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL

AÑOS 2004 -2010.

**MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE
DIRECCIÓN NACIONAL DE ÁREAS NATURALES Y VIDA
SILVESTRE
REGISTRO DE VISITANTES**

**ÁREA NATURAL
RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL**

AÑOS	VISITANTES		TOTAL
	NACIONALES	EXTRANJEROS	
2004	802	628	1430
2005	692	371	1063
2006	970	352	1322
2007	1206	324	1530
2008	1267	278	1545
2009	1426	357	1783
2010	2194	403	2597

Fuente: Dirección Nacional de Biodiversidad - Ministerio del Ambiente

Elaborado por: Susana Hernández.

La apreciación general de los datos anteriormente citados, indican que la tendencia de los visitantes, tiende a crecer, para el cálculo de la oferta se debe obtener una tasa de crecimiento con los datos históricos, a continuación la fórmula y el proceso para el cálculo correspondiente.

$$TASA DE CRECIMIENTO ANUAL = \frac{AÑO ACTUAL}{AÑO ANTERIOR} - 1$$

Así tenemos:

$$\text{año 2004} = \frac{1430}{0} - 1 = 0$$

$$\text{año 2005} = \frac{1063}{1430} - 1 = -0,26$$

$$\text{año 2006} = \frac{1322}{1063} - 1 = 0,24$$

$$\text{año 2007} = \frac{1530}{1322} - 1 = 0,16$$

$$\text{año 2008} = \frac{1545}{1530} - 1 = 0,01$$

$$\text{año 2009} = \frac{1783}{1545} - 1 = 0,15$$

$$\text{año 2010} = \frac{2597}{1783} - 1 = 0,46$$

Estos resultados se resumen a continuación en el cuadro.

Cuadro N° 04
TASA DE CRECIMIENTO DE ACUERDO A LA TENDENCIA HISTÓRICA
PROYECCIÓN DE TURISTAS

AÑOS	TASA
2004	0,00
2005	-0,26
2006	0,24
2007	0,16
2008	0,01
2009	0,15
2010	0,46
TASA	0,11

Elaborado por: Susana Hernández

Los datos históricos, dan como resultado una tasa de crecimiento de 0,11 la misma que nos servirá, para el cálculo de las proyecciones.

3.9.2 PROYECCIONES DE LA OFERTA

La oferta está proyectada para diez años, a pesar de que el proyecto puede tener muchos más años de vida útil, se toma en consideración por motivo de cálculos de evaluación financiera.

Cuadro N° 05
PROYECCIÓN DE VISITANTES A LA RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL
PARA EL AÑO 2011-2020.

PROYECCIÓN DE TURISTAS

AÑOS	VISITANTES		TOTAL
	NACIONALES	EXTRANJEROS	
2011	2434	447	2881
2012	2700	496	3195
2013	2994	550	3545
2014	3322	610	3932
2015	3684	677	4361
2016	4087	751	4838
2017	4534	833	5366
2018	5029	924	5952
2019	5578	1025	6603
2020	6188	1137	7324
2021	6864	1261	8124
2022	7613	1398	9012

Elaborado por: Susana Hernández.

Los datos obtenidos, generan expectativas de afluencia de turistas, que en los próximos años, serán posibles clientes de la Residencial Turística, considerando que para el año 2022, se pretende acoger a 9.012 turistas, pero sin duda alguna se puede llegar a captar muchos más, al posicionarse en el mercado, brindando un excelente servicio.

Cuadro N° 06

**ANÁLISIS DE VISITANTES A LA RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL
PARA EL AÑO 2010. (POR MESES)**

**MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE
DIRECCIÓN NACIONAL DE ÁREAS NATURALES Y VIDA SILVESTRE
REGISTRO DE VISITANTES ÁREA NATURAL
RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL**

MESES	VISITANTES		TOTAL
	NACIONALES	EXTRANJEROS	
ENERO	255	37	292
FEBRERO	273	40	313
MARZO	172	27	199
ABRIL	406	36	442
MAYO	203	22	225
JUNIO	55	15	70
JULIO	135	18	153
AGOSTO	404	50	454
SEPTIEMBRE	94	28	122
OCTUBRE	35	47	82
NOVIEMBRE	146	75	221
DICIEMBRE	16	8	24
			2597

Fuente: Dirección Nacional de Biodiversidad - Ministerio del Ambiente

Elaborado por: Susana Hernández

Los datos reflejan, para el año 2010 han visitado un total de 2.597 turistas, representando el 84% de visitantes ecuatorianos y un 16% de extranjeros. Los meses de mayor afluencia de turistas es el mes de Abril y Agosto,

considerado como temporada alta, representando el 17% con referencia al total; en el mes de Agosto se encuentra la Región Sierra en vacaciones del periodo escolar y académicos, razón por la cual hay mayor cantidad de visitantes.

3.10 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para reconocer un servicio como oferta turística es necesario que el consumidor, en este caso el turista conozca de su existencia; caso contrario el servicio no cumple con el requisito de haber entrado en el mercado.

Se conoce a la oferta como el patrimonio turístico y los servicios directos e indirectos que se ofrecen dentro de un centro turístico; ésta debe ser debidamente planificada y fundamentada en el conocimiento cierto del patrimonio y las diferentes necesidades de desarrollo.

3.10.1 DEMANDA TURÍSTICA NACIONAL

Actualmente, Ecuador presenta grandes perspectivas de desarrollo en diversos campos de la actividad económica, entre los que las autoridades ecuatorianas citan el turismo, junto con el petróleo, minería, telecomunicaciones, generación de energía, pesquería, agroindustria y red vial.

El turismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un atractivo de divisas para Ecuador.

La variedad de paisajes, fauna y grupos étnicos y las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventuras, de negocios o cultural hacen de este país andino un destino turístico muy atractivo, sobre

todo, para visitantes de Europa, cuyos gustos actuales y tendencias se identifican con la oferta de Ecuador.

El sector turístico ecuatoriano ha empezado a desarrollarse recientemente, por lo que aún existe una gran necesidad de inversión para mejorar las infraestructuras y la imagen de Ecuador, a veces estereotipada y otras desconocida, en muchos países. El número de turistas que llegan cada año va en aumento.

El Estado está aplicando en varios países de Europa y América un Plan Integral de Marketing Turístico, con el cual pretende el incremento de las visitas a Ecuador en los próximos 10 años, objetivo primordial del Fondo Mixto de Promoción Turística de Ecuador. Además, Ecuador ha incrementado su presencia en ferias internacionales.

3.10.2 PLANTA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI

La Provincia del Carchi, es donde empieza y termina la Patria Ecuatoriana, puerta de entrada para el Turismo y el Comercio se caracteriza por la magia de su gente, su solidaridad, amistad y bondad de un pueblo. Conformada por 6 Cantones de los cuales todos son conocidos por sus lugares tan hermosos para el turismo, jardines botánicos, infraestructura colonial, monumentos y parques, lugares de recreación. Posee grandes montañas y su clima es Frío-Templado, posee un pequeño aeropuerto que recibe vuelos locales. Tulcán es el centro de la infraestructura de servicios Turísticos de Carchi con aeropuerto, hoteles, restaurantes, discotecas, etc. desde donde es posible visitar los atractivos turísticos de la Provincia que se convierten en un verdadero deleite para propios y extraños.

De acuerdo al Plan de Desarrollo de la Provincia del Carchi, se reconoce como los principales sitios turísticos a:

- Aguas Hediondas (Tufiño)
- Cementerio Tulcán (Tulcán)
- Estación Ecológica Guanderas-Jatun Sacha (Huaca)
- Balneario La Calera (Espejo)
- Balneario Uyama (Mira)
- Gruta de la Paz (Montufar)
- Bosque de los Arrayanes (Montufar)
- Reserva Ecológica El Ángel

3.10.3 TURISMO EN EL CANTÓN ESPEJO

De acuerdo a los análisis del estudio de Flavio Coello para la micro región de las cuencas Espejo-Mira en la Provincia del Carchi , los principales atractivos son:

- Lagunas del Voladero
- Hondón El Colorado
- Rasococha
- Baños en la parroquia La Libertad
- Lagunas de Crespo y Cerro del Pelado
- Chiltazón
- Cerro Iguán
- Río Santiaguillo
- Bosque protector Uguayrapungo
- Cuenca del río Morán
- Bosque protector Golondrinas
- Río Blanco y
- Río Chutín

3.10.4 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la determinación de la demanda se ha tomado como referencia datos obtenidos, por el Ministerio de Turismo, mediante La Asociación de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, presenta información sobre la entrada de turistas extranjeros, por jefatura expuesto en el cuadro siguiente:

Cuadro N°07

ENTRADAS DE EXTRANJEROS POR JEFATURAS					
JEFATURAS	2008	2009	2010	2011	2012
	Ene-Dic	Ene-Dic	Ene-Dic	Ene-Dic	Ene-Dic
PICHINCHA	464.923	446.016	460.872	485.913	540.075
GUAYAS	245.401	250.931	282.032	301.602	316.544
CARCHI	127.116	100.440	120.233	167.614	228.058
EL ORO	141.171	143.959	150.486	147.610	144.287
LOJA	13.428	14.240	14.894	14.504	13.179
OTRAS JEFATURAS	13.258	12.913	18.451	23.794	29.810
TOTAL	1.005.297	968.499	1.046.968	1.141.037	1.271.953

<http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

En el cuadro anterior se expone, información de entrada turistas extranjeros, resaltando la provincia del Carchi, por pertenecer al área de estudio, datos del 2008 – 2012, que servirán para determinar la tasa de crecimiento, y posteriormente la proyección para los siguientes años, con la fórmula expuesta anteriormente.

Cuadro N°08

Determinación de tasa de crecimiento

AÑOS	TURISTAS EXTRANJEROS VISITAN CARCHI	DETERMINACIÓN TASA DE CRECIMIENTO
2008	127.116	0
2009	100.440	-0,20985556
2010	120.233	0,19706292
2011	167.614	0,3940765
2012	228.058	0,36061427
TOTAL		0,74189813
TASA		0,14837963

Elaborado por: Susana Hernández

Obtenida la tasa de crecimiento, se procede a proyectar la demanda para los siguientes años, aplicando la siguiente fórmula:

Cuadro N°09

Proyección de la Demanda de turistas

AÑOS	PROYECCIÓN TURISTAS EXTRANJEROS
2013	261.897
2014	300.757
2015	345.384
2016	396.632
2017	455.484
2018	523.068
2019	600.681
2020	689.809
2021	792.163
2022	909.704

Elaborado por: Susana Hernández

La proyección realizada de los turistas, en el cuadro anterior, servirá para la determinación de la demanda insatisfecha que a continuación se calcula.

3.11 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

La determinación de la demanda satisfecha es la demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

Cuadro N°10

DETERMINACIÓN DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA DE TURISTAS EXTRANJEROS CARCHI	OFERTA DE TURISTAS RESERVA ECOLOGICA EL ANGEL	DEMANDA INSATISFECHA
2013	261.897	3.545	258.353
2014	300.757	3.932	296.826
2015	345.384	4.361	341.022
2016	396.632	4.838	391.794
2017	455.484	5.366	450.117
2018	523.068	5.952	517.116
2019	600.681	6.603	594.078
2020	689.809	7.324	682.485
2021	792.163	8.124	784.039
2022	909.704	9.012	900.692

Elaborado por: Susana Hernández

Se pretende captar el 1% aproximadamente, para el primer año del total de la demanda insatisfecha, ya que el posicionamiento en el mercado, va a ser difícil, ya que es un lugar poco conocido.

3.12 SERVICIOS DE TRANSPORTE EXISTENTE

Se analiza la frecuencia de transporte público de las siguientes Compañías:

Cuadro N°11

FRECUENCIA DE MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO

COOPERATIVA	LUGAR	DIAS	HORARIO DE SALIDA	VALOR (EN DOLARES)
VALLE DEL CHOTA (capacidad de 38 a 40 personas)	Gualchán	Todos	8:00 AM	\$ 2,00
			13:00 PM	
			14:00 PM	
			17:00 PM	
ESPEJO (capacidad de 38 a 40 personas)	Limonal	Todos	4:00 AM	\$ 1,20
			5:00 AM	
			6:00 AM	
			7:00 AM	
			8:00 AM	
			10:00 AM	
			11:30 AM	
			12:30 AM	
			14:30 PM	
			16:00 PM	
18:00 PM				
PULMAN CARCHI (capacidad de 38 a 45 personas)	Limonal	Todos	4:30 AM	\$ 1,25
			10:30 AM	
			13:30 PM	
			20:30 PM	
FERROCARRIL CHIVA FERRO SERVICIO ECONÓMICO	Diferentes paradas	Todos	8:30 AM	\$ 15
	Diferentes paradas		Todos	8:30 AM

Fuente: Datos Obtenidos Terminal Terrestre y Ferroviario de Ibarra.

Elaborado por: Susana Hernández

La investigación indica, que el turista nacional y extranjero, tiene las facilidades para transportarse a la Residencial Turística y gozar de los servicios que se ofrece, además de admirar los atractivos naturales del sector.

3.13 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Se realizó entrevistas a los administradores de cada uno de los establecimientos de alojamiento del sector, con el objetivo de conocer la posible competencia directa e indirecta. Encontrando diferentes dificultades, entre ellas la falta de colaboración de los propietarios y administradores, en proporcionar la información suficiente para la investigación.

Como establecimientos de alojamiento cercanos a la ubicación del proyecto son los siguientes:

Cuadro N° 12

ESTABLECIMIENTOS QUE PRESTAN SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA GOALTAL.

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTOS CERCANOS

ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN	CAPACIDAD (personas)	PRECIO DE HOSPEDAJE (Por día)
CIELO AZUL	Juntas	25	\$ 10
HACIENDA LA PRIMAVERA	Primavera	40	\$ 10
HOSTAL DON MANUEL	Gualchán	20	\$ 4
EL LIMONAL	Limal	40	\$ 7

Fuente: Investigación de Campo Mayo - 2011

Elaborado por: Susana Hernández.

La investigación de campo, determina la competencia existente en el lugar su infraestructura, ubicación, atención, y precios. Los competidores directos de la Residencial turística son: Hacienda la Primavera y El Hostal Don Manuel, por encontrarse más cercanos a la ubicación del proyecto.

Las entrevistas se hicieron para conocer la posible competencia sus fortalezas y debilidades, luego de terminar estas entrevistas se concluye:

- Los turistas que visitan las hosterías del sector lo hacen para realizar deportes, turismo en general como montar a caballo, visitar pueblos.
- Mucha gente acude a estos lugares por conocer las cascadas, los ríos y por ver flora y fauna del sector, ya que aquí existen la Reserva Ecológica El Ángel y el Bosque Protector Las Golondrinas, en donde se puede observar una gran variedad de aves y otras especies de animales.
- Generalmente en las hosterías se hospedan por grupos conformados por 2 a 8 personas, entre jóvenes, adultos, principalmente extranjeros.
- Lo máximo que llegan a quedarse los turistas en la Hostería son 7 días, dentro de este tiempo ellos realizan actividades fuera y dentro de las instalaciones.
- De igual manera las hosterías indican que los días en donde tienen mayor afluencia de gente son fines de semana y feriados, y que entre semana no va mucha gente por eso es pertinente ofrecer sus instalaciones para diferentes convenciones, congresos en esos días laborables.
- El medio más común de información que usan es el Internet y folletos, no tienen convenios de promoción con ninguna entidad, además la mayoría no cuenta con estrategias de comercialización, solo por recomendaciones de clientes que ya han utilizado el servicio.
- Con respecto a la comida se advierte que casi todas las hosterías ofrecen comida nacional, pero muy pocas nos habló sobre el tipo de comida gourmet.

- Las promociones disponibles para clientes, no están fijamente establecidas, por lo general se instaura a petición de los clientes, solo la Hacienda Primavera existe que por un grupo de personas, van tres turistas gratis.

A continuación se detalla los servicios que brindan los distintos establecimientos:

Cuadro N° 13
SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE
ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA GOALTAL.

ESTABLECIMIENTO	SERVICIOS QUE OFRECEN				
	CANCHAS DEPORTIVAS	SALON DE ACTOS	PISCINA	RESTAURANT	HOSPEDAJE
CIELO AZUL	X			X	X
HACIENDA LA PRIMAVERA		X		X	X
HOSTAL DON MANUEL					X
EL LIMONAL	X	X	X	X	X

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández.

El cuadro presenta los servicios que cada establecimiento está en capacidad de ofrecer a los turistas. Básicamente, estos son escenarios deportivos, salón de eventos, piscina, restaurante y hospedaje.

A continuación fotografías, que plasman el estado de las demás hosterías del lugar.

Fotografía N° 1



Autor: Susana Hernández

Fotografía N° 2



Autor: Susana Hernández

Fotografía N° 3



Autor: Susana Hernández

Fotografía N° 4



Autor: Susana Hernández

La evidencia indica, deterioro en las instalaciones de la Hostería, falta de atención en su mantenimiento.

3.14ANÁLISIS DE PRECIOS

Para analizar los precios, debemos analizar lo que está actualmente cobrando la competencia, por los diferentes servicios que ofrece. El precio será establecido de acuerdo a costos, gastos incurridos y un margen de utilidad.

Cuadro N° 14
SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE
ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA GOALTAL CON PRECIOS.

ESTABLECIMIENTO	SERVICIOS QUE OFRECEN					PRECIO (Por día)
	CANCHAS DEPORTIVAS	SALÓN DE ACTOS	PISCINA	RESTAURANT	HOSPEDAJE	
CIELO AZUL	X			X	X	\$ 30
HACIENDA LA PRIMAVERA		X		X	X	\$ 80
HOSTAL DON MANUEL					X	\$ 4
EL LIMONAL	X	X	X	X	X	\$ 40

Fuente: Investigación de Campo Mayo - 2011

Elaborado por: Susana Hernández.

La información anterior, refleja el valor que cobra la competencia, por la prestación del servicio de alojamiento, y alimentación, solo el Hostal Don Manuel presta servicio solo de hospedaje. Los precios están generalmente cómodos a excepción de la Hacienda La Primavera, que los duplica, ya que este establecimiento, está considera de lujo.

La creación de la Residencial turística con respecto al precio, debe ser fijado considerando el costo de producción, gastos administrativos y ventas y un margen de utilidad, esto se obtendrá en el siguiente capítulo.

3.15ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

La comercialización de la competencia es nula, ya que no aplican ninguna estrategia, esta debilidad, puede ser una causa de que no sea conocido el sector de la Comunidad de Gualchán.

Dentro de la comercialización se plantea estrategias de mercado, las cuales están enfocadas en posicionar a la Residencial Turística y dar a conocer los diferentes atractivos turísticos de la parroquia Goaltal.

Una estrategia de mercado utilizando medios como el Internet, dotando de una página web; donde se presentará fotos de las instalaciones de la Residencial Turística mapa turístico de la provincia del Carchi, luego de estar elaborada la página web será registrada en los principales buscadores de turismo del mundo.

Respecto al Material impreso existirán alternativas de producción como carpetas, revistas, una guía plegable, para turismo en el idioma inglés y español., afiches promocionales, Juegos de postales y tarjetas de negocios; para ser distribuidos en eventos de lanzamiento, ferias de turismo nacionales e internacionales y lugares de afluencia de turistas.

Estrategia de distribución, serán organizados PressTrips, donde serán invitados los principales operadores mayoristas y minoristas de turismo del Ecuador; así como también a medios de comunicación especializados en turismo; además participar en ferias de turismo a nivel nacional como la Feria Internacional de Turismo "FIT" en la ciudad de Quito y la Feria Internacional de Turismo del Ecuador "FITE" en la ciudad de Guayaquil.

Entre otras estrategias es propuesta la realización de un video promocional, dando a conocer la ruta adecuada para llegar a la Residencial Turística, y dando a conocer los lugares turísticos de la zona.

La contratación de publicidad en revistas especializadas de turismo, la dotación de elementos informativos para el turista como mapa de la parroquia, fotografías de flora y fauna de la zona, de igual forma gigantografías informativas, camisetas y viseras con el logotipo.

3.16 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Una visión general del turismo en el Ecuador y su influencia en la Balanza de Pagos, fue el análisis a nivel nacional que se realizó en el presente estudio, con datos obtenidos del Banco Central, dando como resultado

una gran referencia de progreso a nivel nacional, por la singularidad de climas, fauna y flora del turismo en nuestro país,

- Para determinar la oferta de la Residencial Turística, se procedió a proyectar en base a un crecimiento del 11%, de acuerdo a datos históricos obtenidos del registro de visitantes a la Reserva Ecológica el Ángel, registrados por el Ministerio del Ambiente, en los años 2004 -2010, además la referencia del año 2010, por meses, nos indica que el mes de mayor afluencia de turistas es en el periodo de vacaciones. (Agosto). Además se realizó encuestas a la población de la parroquia, determinando la aceptación y colaboración de los encuestados, puesto que esto mejorará las condiciones de vida de la comunidad.
- La demanda se ha basado, en datos históricos, de entrada de turistas extranjeros por jefaturas, tomando como referencia Carchi, por pertenecer al área de estudio, obteniendo la proyección de la demanda.
- La demanda insatisfecha obtenida es muy alta, sin embargo se ha determinado captar tan solo el 1% de esta, hasta lograr posicionarse en el mercado la hostería, tomando en cuenta que nuestro principal cliente a ser captado es el turista extranjero, que gusta de la naturaleza y lugares espectaculares de Ecuador.
- A pesar de existir establecimientos de alojamiento en la parroquia, el presente proyecto busca satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros con la creación de la Residencial turística, con características, naturales y ecológicas en la Comunidad de Gualchán. Con este proyecto lo que se pretende es difundir los recursos naturales en estado bruto de la localidad, dando a conocer un lugar natural de impresionante belleza, con la participación de toda la población, principalmente se quiere captar la participación del Grupo Ecológico del lugar.

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO.

4.1 INTRODUCCIÓN

El turismo en Ecuador ayuda a desarrollarse social y económicamente ya que crea plazas de trabajo, y una mayor atracción de turistas extranjeros a nuestro país.

El presente proyecto, por su ubicación estratégica se puede ofrecer excelentes servicios y entretenimiento. Compartiendo de una manera cercana la naturaleza.

La infraestructura, estará diseñada para cumplir con todas las necesidades que el cliente requiere.

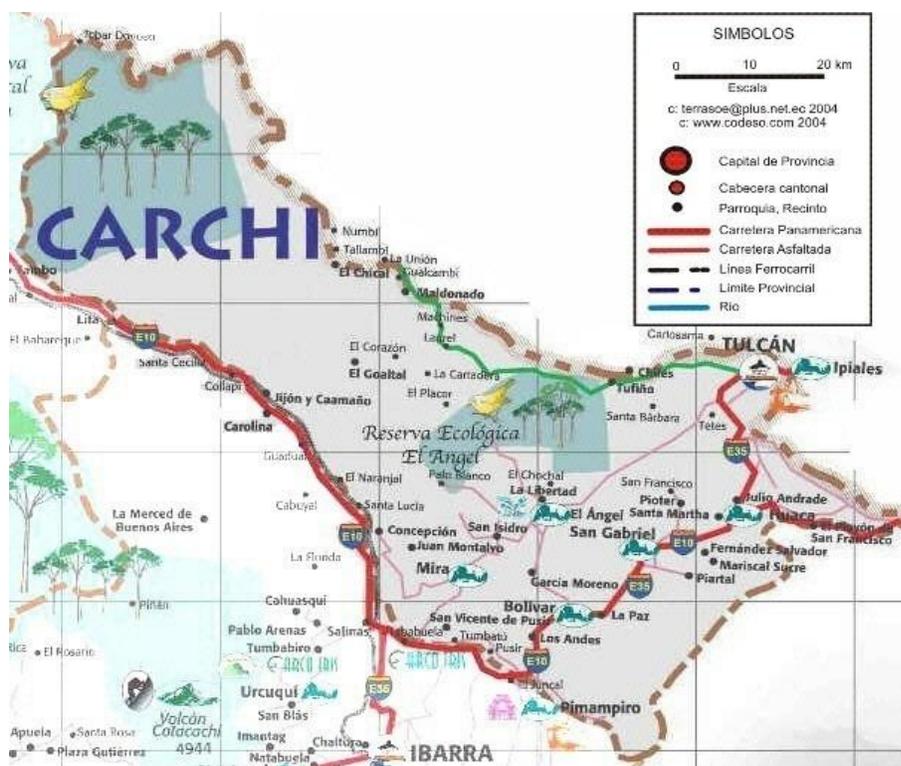
Con la creación de la Residencial turística se desea captar una mayor demanda y satisfacción por parte de los turistas extranjeros, y nacionales siendo esto nuestro principal objetivo.

4.2 LOCALIZACIÓN

4.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La “Residencial ecológica, se ubicará al norte del Ecuador, en la provincia del Carchi. El Cantón Espejo se encuentra a

**FIGURA N° 1
MAPA PROVINCIA DEL CARCHI**



Fuente: www.mapasdeecuador.blogspot.com.

4.2.2 MICROLOCALIZACIÓN

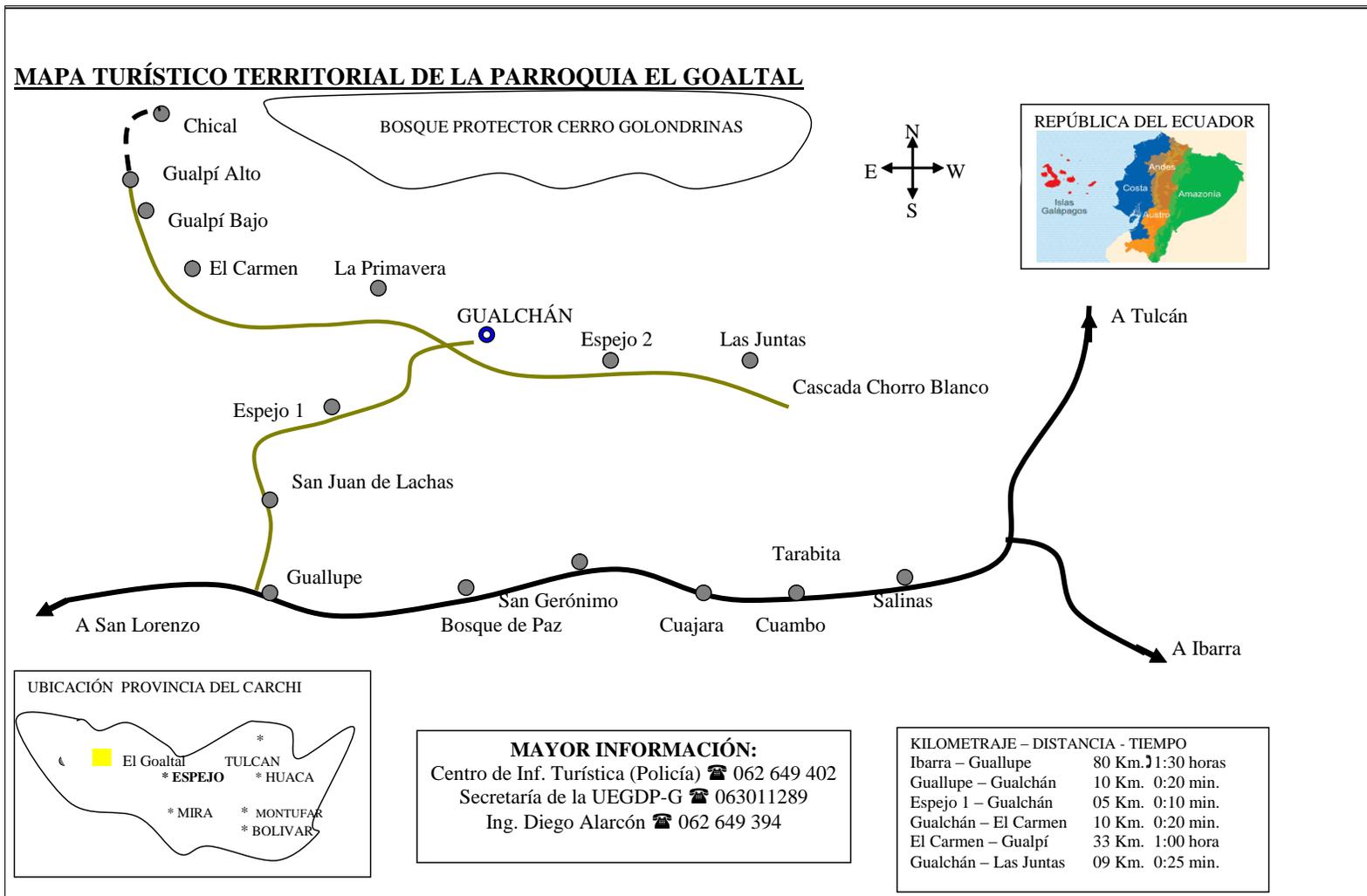
Al sur occidente del cantón Espejo, se encuentra la Comunidad de Gualchán, a 1060 msnm. Su clima subtropical húmedo, con una temperatura promedio de 20°. Gualchán comunidad perteneciente a la parroquia Goaltal que limita:

- Al Norte con las Parroquias Maldonado y Chical
- Al Sur con las Parroquias La Concepción y Jacinto Jijón y Caamaño
- Al Este con las parroquias La Libertad y la Concepción
- Al Oeste con la Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño

La parroquia de Goaltal posee un Corredor Turístico que goza de varios pisos ecológicos y zonas de vida que van desde los altos páramos de la Reserva Ecológica El Ángel, como el sector de Socavones a una altura de 4.000 msnm. Luego se atraviesa parte del Bosque Protector Golondrinas con más de 20.000 hectáreas, donde se registra aproximadamente 20.000 especies de plantas y 700 especies de aves, avanza hasta la zona subtropical de Gualchán a una altura de 1.060 msnm.

El Goaltal a base de lucha de sus habitantes en la actualidad cuenta con dos puestos de salud, centro infantil, Unidad de Policía Comunitaria, tenencia política, Junta Parroquial, escuela fiscal en cada comunidad, el 14 de diciembre de 1997 logran la creación del primer colegio fiscal, extensión de colegio a distancia.

**FIGURA N°2
MAPA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA GOALTAL**



4.3 DISEÑO DE INSTALACIONES

La Residencial Turística, tendrá una extensión de 17 hectáreas, las mismas que consta de 2 hectáreas del Bosque Protector Las Golondrinas, propiedad del Sr. José Hernández, miembro y coordinador del Grupo Ecológico Juvenil de la Comunidad.

A continuación se detalla los ambientes operativos turísticos:

4.3.1 Área de Construcción

El terreno contiene áreas verdes, donde resulta favorable construir la residencial turística con sus respectivas zonas de esparcimiento, para turistas de todas las edades, en la cual se realizarán cambios físicos para un mejor acabado y satisfacción del turista, evitando modificar el paisaje, del lugar. Además la ubicación del Río Blanco, el Bosque Protector Las Golondrinas, también las hermosas cascadas, flora y fauna del lugar.

Contaremos con zonas bien distribuidas como mencionamos a continuación:

- Área bar- restaurante
- Zona de juegos infantiles.
- Área de piscina
- Paseos a caballo.
- Cancha múltiple
- Cabañas de tres tipos que se detallan a continuación.

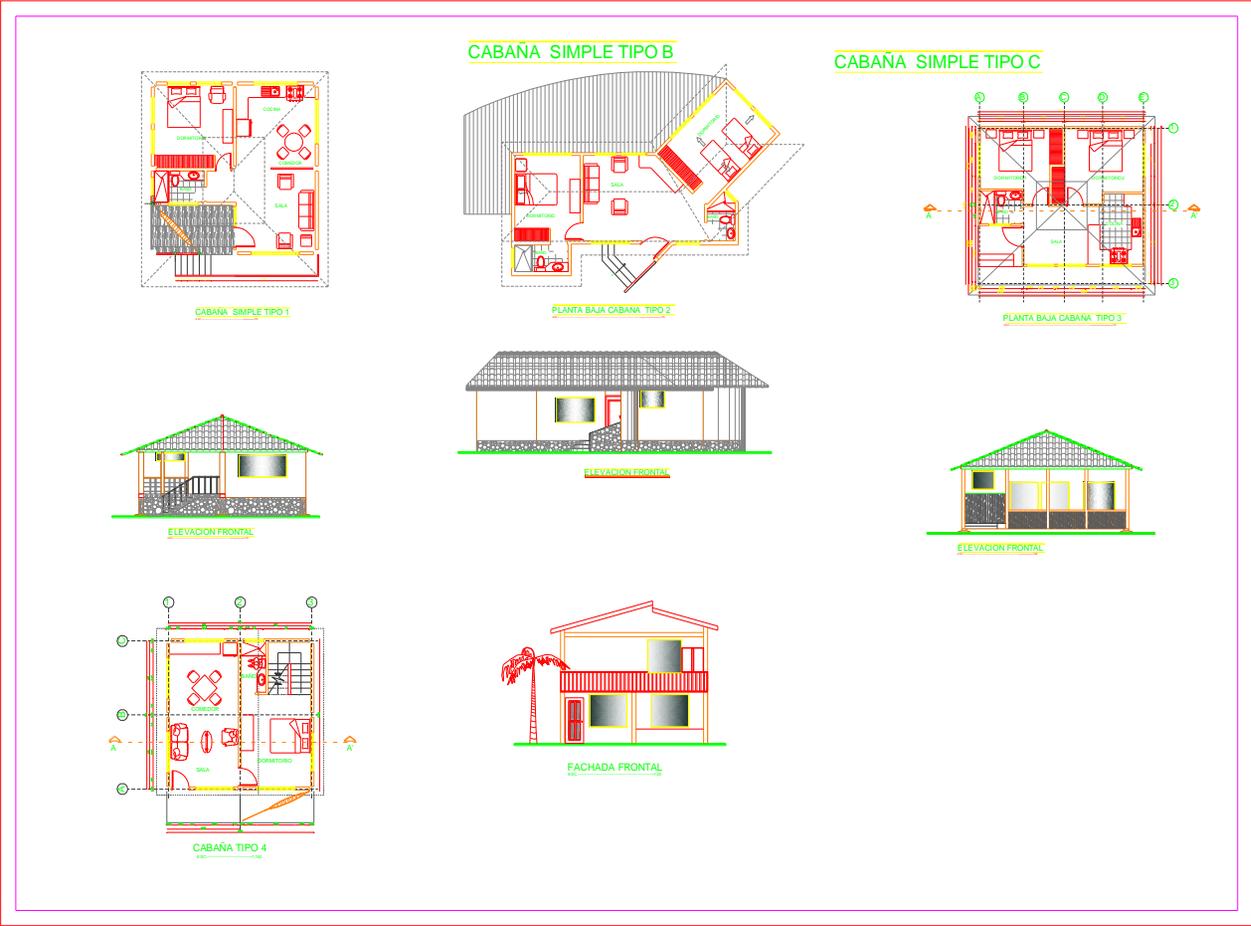
El restaurante estará ubicado en la cabaña principal de la Residencial, el tipo de comida que se servirá en el restaurante será, ecuatoriana e Internacional teniendo también opciones de platos vegetarianos.

Predominarán los colores azul y café, debido a que queremos darle un toque rústico y también ecológico, por lo que se utilizará bastante madera en la edificación de las cabañas.

Se adornará las paredes con cuadros de flora y fauna, la iluminación acompañarán velas de color blanco y azul.

La barra del bar será hecha de madera, al igual que todas las mesas y sillas. En las cabañas predominará el color Blanco, puesto que este da claridad a la habitación. Todas las cabañas serán de madera acompañadas de un velador por cama, una mesa y un sillón grande, ó dos sillones pequeños, dependiendo del tipo de habitación, tendrán baño privado y una cocina

FIGURA N° 3 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS CABAÑAS



4.4 DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS

La Residencial Ecológica, será dotada en un ambiente natural, en la Comunidad de Gualchán la misma que se encuentra a 10 km. De la vía interoceánica, existe transporte público hasta el lugar, de diferentes Cooperativas de Transporte. (ver cuadro N° 6 Estudio de Mercado)

En la comunidad existe luz eléctrica, teléfono, agua, aunque no cuenten con alcantarillado, se planifica tratar las aguas servidas, en cuanto a la basura existe tratamiento adecuado en la Comunidad, guiado o fomentado por el CLUB ECOLÓGICO.

Además es importante agregar la existencia de un Centro de Información Turística El Goaltal la cual se encarga de un I-TUR comunitario que brinda a los visitantes y público en general información de primera mano mediante la entrega de:

- Mapa turístico territorial de la parroquia
- Tríptico promocional de la Unidad Educativa GDP - Gualchán
- Tríptico de atractivos naturales
- Hoja informativa de Flora y Fauna del BP Golondrinas
- Hoja informativa del Folklore: mitos y leyendas
- Tríptico del centro de información turística
- Tríptico de información ambiental
- Otras informaciones.

Este centro constituye un proyecto educativo de la Unidad Educativa Gonzalo Díaz de Pineda - Gualchán y su Bachillerato Técnico en información y comercialización turística, el cual se ha implementado para la información de turistas, pasantías estudiantiles y promoción de los proyectos productivos de la institución, siendo de esta manera un apoyo más hacia el turismo de la zona.

4.5 TAMAÑO DEL PROYECTO.

- Extensión: 17 hectáreas
- Área del Bosque Protector Golondrinas: 2 hectáreas.
- Se estima recibir 2881 turistas para el año 2011; con un porcentaje de 17% en temporada alta, considerada los meses de julio y agosto y la diferencia en temporada baja, durante todo el año.
- Cobertura del proyecto: estará en capacidad de alojar a 45 personas diariamente, es la capacidad disponible de alojamiento en las cabañas, además puede captar más turistas, que hagan uso de las instalaciones.
- Tiempo de servicio: 365 días del año.
- Producto: Tours turísticos
- Vida Útil estimada del proyecto: 9 años, considerados para visualizar y evaluar la capacidad de recuperación de la Residencial Turística.

4.6 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

4.6.1 INVERSIÓN FIJA

Terreno

El desarrollo del presente proyecto, requiere la adquisición de un terreno, para la construcción de las instalaciones adecuadas, su extensión es de 17 hectáreas, conformados por 2 hectáreas del Bosque Protector Golondrinas.

Cuadro N° 15
Requerimiento de terreno

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (hectáreas)	PRECIO	TOTAL
Terreno	17	3.000,00	51.000,00

Fuente: Junta Parroquia Goaltal 2011

Elaborado por: Susana Hernández.

Infraestructura Civil

Por concepto de construcciones civiles que son necesarias para operar la Residencial se tendrá un monto de \$48.000 dólares. Y corresponde a las obras civiles ejecutadas en las cabañas, restaurante y, áreas recreativas.

Cuadro N° 16
Infraestructura Civil

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Infraestructura Civil	48.000,00

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández.

Para el funcionamiento adecuado de la Residencial se necesitará diferente maquinaria y equipo.

- Equipo de Computación
- Equipo de Oficina
- Muebles y Enseres para todas las áreas de la residencial.
- Equipo para restaurante y cocina como: cocina industrial, congelador, refrigeradora, horno, licuadora, batidora y otros.
- Utensilios de cocina: sartenes, ollas, menaje, cristalería y otros.
- Equipo de limpieza y mantenimiento de los espacios verdes.

Muebles y Enseres

Por concepto de muebles y enseres se tendrá una inversión de \$20.265 dólares; cuyas partidas son las siguientes:

Cuadro N° 17
Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorios	1	375,00	375,00
Sillas de recepción	10	35,00	350,00
Sillas de Gerencia	1	100,00	100,00
Sillones grandes para cabañas	12	75,00	900,00
Sillones pequeños para cabañas	24	45,00	1.080,00
Sillas	15	10,00	150,00
Archivadores	2	120,00	240,00
Juego de mesa para restaurante	12	160,00	1.920,00
Juego de mesa para piscina	3	150,00	450,00
Cama 2 plazas	14	400,00	5.600,00
Cama 1 1/2 plazas literas	6	280,00	1.680,00
Cama 1 plaza	2	180,00	360,00
Colchones 2 plazas	14	220,00	3.080,00
Colchones 1 1/2 plazas	6	140,00	840,00
Colchones 1 plaza	2	120,00	240,00
Veladores	20	65,00	1.300,00
Caja fuerte para gerencia	1	500,00	500,00
Soporte para televisor	12	30,00	360,00
Reflectores	6	40,00	240,00
Lámparas de noche	20	25,00	500,00
		TOTAL	20.265,00

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández

Equipo de Computación

En equipo de computación, se realizará la adquisición de los siguientes:

Cuadro N° 18
Equipo de Computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadoras	2	1.150,00	2.300,00
Impresora - copiadora	1	500,00	500,00
			2.800,00

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández

Maquinaria y Equipo

La inversión de equipamiento de la Residencial, con respecto a maquinaria y equipo son necesarios para el funcionamiento adecuado de las instalaciones y la prestación de servicios siendo los siguientes:

Cuadro N° 19
Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Plancha Freidora	1	180,00	180,00
Cocina industrial	2	245,00	490,00
Congelador	1	870,00	870,00
Licuada industrial	1	125,00	125,00
Lavadoras Profesionales	2	1.470,00	2.940,00
minirefrigeradores	12	200,00	2.400,00
Microondas	12	138,00	1.656,00
Refrigeradoras	2	1.500,00	3.000,00
Calefón industrial	1	450,00	450,00
Vitrina panorámica 18 pies	1	950,00	950,00
Batidora industrial	1	150,00	150,00
Cafetera eléctrica cap. 30 tazas	2	220,00	440,00
Mini componente	1	990,00	990,00
Televisores	12	489,00	5.868,00
DVD	2	130,00	260,00
Equipos para caballo	5	80,00	400,00
Equipos de primeros auxilios	5	230,00	1.150,00
Cámaras de seguridad	2	150,00	300,00
Radio para seguridad	1	255,00	255,00
Aire acondicionado	1	400,00	400,00
Ventiladores	12	120,00	1.440,00
Telefax	1	250,00	250,00
Caja registradora	1	500,00	500,00
Teléfonos	2	60,00	120,00
Fuente: Investigación de Campo 2011 Elaborado por: Susana Hernández			25.584,00

Vehículo

Se utilizará el vehículo para la transportación de los turistas, la capacidad del vehículo es de 9 pasajeros.

Cuadro N° 20
Vehículo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
VAN N 200 CHEVROLET 2012	1	14.490,00	14.490,00

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández

Menaje

El menaje es importante para el equipamiento adecuado de la Residencial, a continuación el detalle:

Cuadro N° 21
Menaje

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Caldero industrial # 32	1	27,00	27,00
Caldero industrial # 36	1	39,00	39,00
Caldero industrial # 40	1	45,00	45,00
Caldero industrial # 45	1	57,00	57,00
Caldero arrocero # 44	1	32,00	32,00
Sartén # 30 teflón	1	12,50	12,50
Sartén # 24 teflón	1	9,50	9,50
Sartén # 20 teflón	1	7,00	7,00
Olla de presión 8 litros	1	55,00	55,00
Olla de presión 12 litros	1	86,00	86,00
Paila Extra de aluminio # 50	1	34,00	34,00
Paila Extra de aluminio # 60	1	49,00	49,00
Vasos para jugo	50	1,15	57,50
vasos para whisky	50	1,25	62,50
Copas para champan	50	1,25	62,50
Copas para Vino Blanco	50	1,10	55,00
Copas para Vino Tinto	50	1,10	55,00
Copas para Helado	50	1,00	50,00
Copas para Agua	50	1,10	55,00

Jarros cervecero	50	0,90	45,00
Ceniceros	12	0,75	9,00
Plato base	50	1,00	50,00
Plato sopero	50	1,20	60,00
Plato tendido	50	1,20	60,00
Plato postre	50	1,00	50,00
Platos y tazas para café	50	1,50	75,00
Consomeras	50	1,20	60,00
Juego de sábanas 2 plazas	24	13,00	312,00
Juego de sábanas 1 1/2 plazas	36	10,00	360,00
Cobijas cubrecama 2 plazas	24	18,00	432,00
Cobijas cubrecama 1 1/2 plazas	36	15,00	540,00
Almohada Plumón	40	6,00	240,00
Toallas medianas	50	3,20	160,00
Cortinas	24	17,00	408,00
Manteles	24	6,00	144,00
Utensilios de cocina	1	780,00	780,00
Fuente: Investigación de Campo 2011 Elaborado por: Susana Hernández			4.635,50

Herramientas

Las herramientas serán necesarias para mantener en buen estado las áreas verdes, siendo las siguientes:

Cuadro N°22
Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Pala cuadrada classictruper	3	13,99	41,97
azadón bellota	3	12,35	37,05
machete bellota	2	3,73	7,46
escoba de jardín	2	10,07	20,14
rastrillo 14 dientes	2	2,15	4,3
martillo mango metal	2	8,84	17,68
serrucho dorado truper	2	7,93	15,86
parrilla para carbón negra cilíndrica	1	139,95	139,95
Fuente: Investigación de Campo 2011 Elaborado por: Susana Hernández			284,41

Semovientes

En las diferentes actividades, que realizará la Residencial “El Manantial”, existe la opción de paseos a caballo, para recreación de los turistas por lo tanto se debe adquirir.

Cuadro N° 23

Semovientes

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Caballos	4	800	3200

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández

4.7 REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA, MATERIA PRIMA DIRECTA y COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

4.7.1 MANO DE OBRA

El proyecto contará con personal permanente y ocasional. El personal permanente será el siguiente, considerado como mano de obra directa, con un sueldo básico unificado de 300 dólares, además con los beneficios que establece la ley.

- Salonero
- Cocinero.
- Jardinero
- Mucama

Cuadro N° 24
Mano de Obra Directa

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Básico Unificado	300,00	3.600,00
Aporte Patronal	36,45	437,40
Fondos de Reserva	25,00	
Décimo Tercer Sueldo	25,00	300,00
Décimo Cuarto Sueldo	24,33	292,00
TOTAL	410,78	4.629,40

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández

Los valores expuestos en el cuadro anterior, considerados para los cuatro integrantes de mano de obra directa, denominados operadores.

4.7.2 MATERIA PRIMA DIRECTA

La materia prima para la elaboración de los alimentos, se abastecerá de productos agrícolas de la zona, y productos de los diferentes Centros comerciales de la ciudad de Ibarra, los rubros totales, considerados para la alimentación son:

Cuadro N° 25
Materia Prima Directa

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Gastos de alimentación	4.750,00	57.000,00
TOTAL	4.750,00	57.000,00

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández

4.7.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Dentro de este elemento del costo de producción se estimo materiales indirectos, mano de obra indirecta y otros cif los cuales se estima a continuación de forma mensual y anual.

Cuadro N° 26
Mano de Obra Indirecta

GUIA TURÍSTICO

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Básico Unificado	350,00	4.200,00
Aporte Patronal	42,53	510,30
Fondos de Reserva	29,17	
Décimo Tercer Sueldo	29,17	350,00
Décimo Cuarto Sueldo	24,33	292,00
TOTAL	475,19	5.352,30

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández

Los rubros por gasto de sueldo de la persona encargada de la seguridad tenemos:

Cuadro N° 27

Mano de Obra Indirecta

GUARDIA DE SEGURIDAD

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Básico Unificado	325,00	3.900,00
Aporte Patronal	39,49	473,85
Fondos de Reserva	27,08	
Décimo Tercer Sueldo	27,08	325,00
Décimo Cuarto Sueldo	24,33	292,00
TOTAL	442,99	4.990,85

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández

A continuación los costos indirectos de fabricación incurridos son:

Cuadro N° 28
Costos Indirectos de Fabricación

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Materia Prima Indirecta		
Insumos de mantenimiento limpieza	45,00	540,00
Insumos de aseo personal cabañas	50,00	600,00
Mano de Obra Indirecta		
Guía Turístico	475,19	5.352,30
Guardia de Seguridad	442,99	4.990,85
Otros CIF		
Depreciación de maquinarias	213,20	2.558,40
Servicios Básicos	120,00	1.440,00
TOTAL	1.346,38	15.481,55

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO

Este estudio determina la viabilidad del proyecto desde el punto de vista financiero y determinar las inversiones, los costos y los ingresos que el proyecto generará al ponerlo en marcha, y durante la vida económica de la organización.

Cuadro N° 29
Inversiones Fijas

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Terreno	51.000,00
Infraestructura	48.000,00
Muebles y Enseres	20.265,00
Equipo de Computación	2.800,00
Maquinaria y Equipo	25.584,00
Vehículo	14.490,00
Menaje	4.635,50
Herramientas	284,41
Semovientes	3.200,00
TOTAL	170.258,91

Elaborado por: Susana Hernández

5.1 INVERSIONES DIFERIDAS

Gastos de Constitución

Los Gastos de Constitución que generará la Residencial “El Manantial”, corresponden a diferentes partidas como: permiso municipal, bomberos, sanitarios, Registro Único de Contribuyentes, Patente e Impuestos Prediales y otras. El monto de estos gastos es de \$ 1.500 dólares.

Cuadro N° 30
Gastos de Constitución

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Gastos de constitución	1.500,00
TOTAL	1.500,00

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández

5.2 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Costos de Producción

Los costos de producción están formados por la Mano de Obra Directa, Materiales Directos y Costos Indirectos de Fabricación.

Mano de Obra Directa: Las personas necesarias para el funcionamiento de la residencial son:

1 salonero

1 cocinero

1 jardinero

1 mucama

Los trabajadores recibirán los beneficios sociales de acuerdo a la ley. A continuación el cuadro de sueldos.

Cuadro N° 31
Proyección Mano de Obra Directa

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
Sueldo Básico Unificado	14.400,00	15.009,12	15.644,01	16.305,75	16.995,48	17.714,39	18.463,71
Aporte Patronal	1.749,60	1.823,61	1.900,75	1.981,15	2.064,95	2.152,30	2.243,34
Fondos de Reserva		1.250,76	1.303,67	1.358,81	1.416,29	1.476,20	1.538,64
Décimo Tercer Sueldo	1.200,00	1.250,76	1.303,67	1.358,81	1.416,29	1.476,20	1.538,64
Décimo Cuarto Sueldo	1.168,00	1.217,41	1.268,90	1.322,58	1.378,52	1.436,83	1.497,61
TOTAL	18.517,60	20.551,65	21.420,99	22.327,10	23.271,53	24.255,92	25.281,94

Fuente: Investigación de Campo 2011

Elaborado por: Susana Hernández

Materiales Directos:

Como materiales directos se consideran los costos por mantenimiento de la infraestructura, el área de entretenimiento y materia prima para la elaboración de la alimentación.

Con los datos obtenidos en el Estudio Técnico la capacidad instalada de la Residencial será de 40 personas, por lo tanto en un mes, se acogerá 160 turistas, esta información nos ayudará al cálculo de materia prima a utilizar en la alimentación.

Cuadro N° 32
Proyección Materia Prima Directa

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
Gastos de alimentación	57.000,00	59.411,10	61.924,19	64.543,58	67.273,78	70.119,46	73.085,51
TOTAL	57.000,00	59.411,10	61.924,19	64.543,58	67.273,78	70.119,46	73.085,51

Elaborado por: Susana Hernández

Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos corresponden a los materiales indirectos requeridos para brindar servicio dentro de la residencial, además de los rubros de depreciación, personal e insumos.

Los costos indirectos tienen un incremento del 4,23 % anual porque se está tomando en cuenta la existencia de la inflación de mayo 2011 para los 7 años.

Cuadro N° 33

Proyección Costos Indirectos de Fabricación

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
Materia Prima Indirecta							
Insumos de mantenimiento limpieza	540,00	573,05	608,12	645,34	684,83	726,74	771,22
Insumos de aseo personal cabañas	600,00	636,72	675,69	717,04	760,92	807,49	856,91
Mano de Obra Indirecta							
Guía Turístico	5.352,30	6.051,28	6.421,62	6.814,62	7.231,68	7.674,26	8.143,92
Guardia de Seguridad	4.990,85	5.296,29	5.620,42	5.964,39	6.329,41	6.716,77	7.127,84
Otros CIF							
Depreciación de maquinarias	2.558,40	2.558,40	2.558,40	2.558,40	2.558,40	2.558,40	2.558,40
Servicios Básicos	1.440,00	1.528,13	1.621,65	1.720,89	1.826,21	1.937,98	2.056,58
TOTAL	15.481,55	16.643,87	17.505,90	18.420,68	19.391,46	20.421,64	21.514,87

Elaborado por: Susana Hernández

Costo de Producción

El costo de producción está compuesto por materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

Cuadro N° 34

Proyección Costo de Producción Total

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
Materia Prima Directa	57.000,00	59.411,10	61.924,19	64.543,58	67.273,78	70.119,46	73.085,51
Mano de Obra Directa	18.517,60	20.551,65	21.420,99	22.327,10	23.271,53	24.255,92	25.281,94
Costos Indirectos de Fabricación	15.481,55	16.643,87	17.505,90	18.420,68	19.391,46	20.421,64	21.514,87
TOTAL	90.999,15	96.606,62	100.851,08	105.291,36	109.936,77	114.797,02	119.882,32

Elaborado por: Susana Hernández

Gastos Administrativos

En los gastos administrativos se tendrá en consideración las partidas siguientes: sueldos administrativos, suministros de oficina, pago de servicios básicos administrativos y de ventas.

Sueldos Administrativos

Los sueldos administrativos, está determinado para el Gerente General, y la Recepcionista de la microempresa.

El crecimiento está determinado de acuerdo a la inflación acumulada de mayo 2011, además el cuadro siguiente se detalla los gastos con todos los beneficios establecidos por el Código de Trabajo.

Cuadro N° 35

Gasto Sueldos Administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
Sueldo Básico Unificado	9.000,00	9.383,40	9.783,13	10.199,89	10.634,41	11.087,44	11.559,76
Aporte Patronal	2.204,82	2.298,75	2.396,67	2.498,77	2.605,22	2.716,20	2.831,91
Fondos de Reserva		1.657,73	1.728,35	1.801,98	1.878,75	1.958,78	2.042,22
Décimo Tercer Sueldo	1.590,00	1.657,73	1.728,35	1.801,98	1.878,75	1.958,78	2.042,22
Décimo Cuarto Sueldo	876,00	913,32	952,22	992,79	1.035,08	1.079,18	1.125,15
TOTAL	13.670,82	15.910,93	16.588,74	17.295,42	18.032,20	18.800,37	19.601,27

Elaborado por: Susana Hernández

Cuadro N° 36

Suministro de Oficina y Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
Suministros de Oficina	390,00	406,61	423,94	442,00	460,82	480,46	500,92
Servicios Básicos	1.560,00	1.626,46	1.695,74	1.767,98	1.843,30	1.921,82	2.003,69
TOTAL	1.950,00	2.033,07	2.119,68	2.209,98	2.304,12	2.402,28	2.504,61

Cuadro N° 37 Total Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5	6	7
Gasto sueldos y salarios administrativos	13.670,82	15.910,93	16.588,74	17.295,42	10.634,41	11.087,44	11.559,76
Suministro de oficina	390,00	406,61	423,94	442,00	460,82	480,46	500,92
Servicios Básicos	1.560,00	1.626,46	1.695,74	1.767,98	1.843,30	1.921,82	2.003,69
Gasto de Constitución	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	0,00	0,00
Dep. Equipo de Computo	933,33	933,33	933,33	1.073,33	1.073,33	1.073,33	1.073,33
Dep. Muebles y Enseres	2.026,50	2.026,50	2.026,50	2.026,50	2.026,50	2.026,50	2.026,50
Dep. Infraestructura	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Dep vehículo	724,50	724,50	724,50	724,50	724,50	724,50	724,50
TOTAL	22.005,15	24.328,33	25.092,75	26.029,73	19.462,87	19.714,05	20.288,71

Elaborado por: Susana Hernández

A continuación se presenta la proyección del gasto de venta.

Cuadro N° 38 Gastos de Ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
Publicidad	2.760,00	2.928,91	3.108,16	3.298,38	3.500,24	3.714,46	3.941,78
TOTAL	2.760,00	2.928,91	3.108,16	3.298,38	3.500,24	3.714,46	3.941,78

Elaborado por: Susana Hernández

Capital de Trabajo

Para la determinación del capital de trabajo se determinará un mes, esto para cálculos de ingresos, y por las estimaciones de turistas mensualmente.

Cuadro N° 39
Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR	
	MENSUAL	ANUAL
Materia Prima Directa	4.750,00	57.000,00
Mano de obra Directa	1.543,13	18.517,60
Costos Indirectos de Fabricación	1.346,38	15.481,55
Gastos Administrativos		
Sueldo Personal Administrativos	1.139,24	13.670,82
Suministros de Oficina	32,50	390,00
Servicios Básicos	130,00	1.560,00
Mantenimiento combustible	75,00	900,00
Gastos de Ventas		
Publicidad	230,00	2.760,00
SUBTOTAL	9.246,25	110.279,97
Imprevistos 5%	462,31	5.514,00
TOTAL	9.708,56	115.793,97

Elaborado por: Susana Hernández

5.3 INVERSIÓN DEL PROYECTO

El estudio realizado, de las necesidades presentes, genera como resultado que el proyecto tendrá una inversión de \$206.871,75 detallada a continuación:

Cuadro N° 40
Inversión del Proyecto

DESCRIPCIÓN	TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO	9.708,56
FIJA	170.258,91
DIFERIDA	1.500,00
TOTAL	181.467,47

Elaborado por: Susana Hernández

5.4 PROYECCIÓN DE VENTAS

Volumen de Ventas

De acuerdo al volumen de ventas en unidades, tomando en cuenta que las unidades son turistas, se estima un incremento del 15%, basado principalmente que la tasa de crecimiento obtenida en la demanda del producto, dentro del estudio de mercado, tomando en cuenta la capacidad de alojamiento que tiene la residencial, podría cubrir a 40 turistas, además queda establecido la aceptación de la población, en las encuestas realizadas en el estudio de mercado.

Precio de venta

El precio que se determina para el producto, en este caso, se considera un día de alojamiento en la residencial, que incluye alimentación, uso de las instalaciones y aplicar el itinerario del tour a escoger por el cliente. Estará obtenido en base al costo de producción y aplicando un margen de utilidad del 30% del costo de producción, además para los siguientes años se estima un incremento del 4,23% anual, tomando como referencia la inflación acumulada a mayo del 2011. Aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{PRECIO} = \frac{\text{Costo de Producción} + \text{Gastos de Operación}}{\text{Volumen estimado de Ventas}} + \text{Margen de Utilidad}$$

$$\text{PRECIO} = \frac{38.995,76 + 33.201,71}{1.920 \text{ u}} + 6,09 = 43,70$$

Venta Neta

Las ventas netas están determinadas por el volumen de ventas estimado anteriormente, y el precio.

Cuadro N° 41 Ventas Netas

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5	6	7
Volumen estimado de ventas	2.800	3.220	3.703	4.258	4.897	5.632	6.477
Precio Promedio	43,7	45,54	47,47	49,48	51,57	53,75	56,03
TOTAL	122.360,00	146.638,80	175.781,41	210.708,11	252.549,51	302.709,26	362.882,23

Elaborado por: Susana Hernández

Cuadro N° 42 Gasto Depreciación de Activos

DESCRIPCIÓN		VIDA UTIL	1	2	3	4	5	6	7
Infraestructura	48.000,00	20	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Muebles y Enseres	20.265,00	10	2.026,50	2.026,50	2.026,50	2.026,50	2.026,50	2.026,50	2.026,50
Equipo de Computación	2.800,00	3	933,33	933,33	933,33	1.073,33	1.073,33	1.073,33	1.100,00
Maquinaria y Equipo	25.584,00	10	2.558,40	2.558,40	2.558,40	2.558,40	2.558,40	2.558,40	2.558,40
Vehículo	14.490,00	20	724,50	724,50	724,50	724,50	724,50	724,50	724,50
TOTAL	96.649,00		8.642,73	8.642,73	8.642,73	8.782,73	8.782,73	8.782,73	8.809,40

Elaborado por: Susana Hernández

5.5 NECESIDAD DE CAPITAL

Como toda entidad productiva, para iniciar con sus operaciones necesita de un capital para su consecución, el cual de acuerdo al estudio es de \$181.467,47 dólares, de los cuales \$51.000, que corresponde al valor del terreno será aportado por el Lcdo. José Hernández, actual propietario, el 36% que corresponde a \$ 65.467,47, será financiado con recursos propios, y la diferencia \$ 65.000,00 con recursos externos mediante un préstamo a Corporación Financiera Nacional CFN.

Gastos Financieros

La amortización de la deuda es de \$ 65.000,00 dólares, se realizará con pagos mensuales.

Cuadro N° 43

Tabla de amortización de la deuda

Valor Préstamo: 65.000,00

Interés: 10%

Plazo en meses: 60

AÑOS	Cuota	Capital	Intereses	Saldo
				65.000,00
1	19.195,57	12.996,00	6.199,57	52.004,00
2	17.830,99	12.996,00	4.834,99	39.008,00
3	16.466,41	12.996,00	3.470,41	26.012,00
4	15.109,58	13.004,00	2.105,58	13.008,00
5	13.747,83	13.008,00	739,83	-

Fuente: Datos Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: Susana Hernández

Cuadro N° 44 Gasto Financiero

Es el interés incurrido por el financiamiento, determinado para cada año.

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
Interés	6.199,57	4.834,99	3.470,41	2.105,58	739,83

Elaborado por: Susana Hernández

5.6 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Cuadro N°45 Estado de Resultados Proforma

DESCRIPCIÓN CUENTAS	1	2	3	4	5	6	7
Ventas Netas	122.360,00	146.638,80	175.781,41	210.708,11	252.549,51	302.709,26	362.882,23
(-) Costos de Producción	90.999,15	96.606,62	100.851,08	105.291,36	109.936,77	114.797,02	119.882,32
Utilidad Bruta en Ventas	31.360,85	50.032,18	74.930,33	105.416,74	142.612,74	187.912,24	242.999,90
(-) Gastos Administrativos	22.005,15	24.328,33	25.092,75	26.029,73	19.462,87	19.714,05	20.315,38
(-) Gastos de Ventas	2.760,00	2.928,91	3.108,16	3.298,38	3.500,24	3.714,46	3.941,78
Utilidad Operativa	6.595,70	22.774,93	46.729,42	76.088,63	119.649,63	164.483,74	218.742,74
(-) Gastos Financieros	6.199,57	4.834,99	3.470,41	2.105,58	739,83	0,00	0,00
Utilidad Neta antes del 15% Participación Trabajadores	396,13	17.939,94	43.259,02	73.983,05	118.909,80	164.483,74	218.742,74
(-) 15 % Part Trabajadores	59,42	2.690,99	6.488,85	11.097,46	17.836,47	24.672,56	32.811,41
Utilidad antes de Impuestos	336,71	15.248,95	36.770,16	62.885,59	101.073,33	139.811,18	185.931,33
(-) 23% Impuesto a la Renta	77,44	3.354,77	8.089,44	13.834,83	22.236,13	30.758,46	40.904,89
Utilidad Neta	259,27	11.894,18	28.680,73	49.050,76	78.837,20	109.052,72	145.026,44

Elaborado por: Susana Hernández

Cuadro N° 46 Flujo de Caja

DESCRIPCIÓN CUENTAS	0	1	2	3	4	5	6	7
INVERSIÓN	181.467,47							
Propia	116.467,47							
Préstamo	65.000,00							
INGRESOS								
Utilidad Neta		259,27	11.894,18	28.680,73	49.050,76	78.837,20	109.052,72	145.026,44
Depreciación de Activos Fijos		8.642,73	8.642,73	8.642,73	8.782,73	8.782,73	8.782,73	8.809,40
Amortización		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS		9.202,00	20.836,92	37.623,46	58.133,50	87.919,93	117.835,45	153.835,84
EGRESOS								
Pago Principal		12.996,00	12.996,00	12.996,00	13.004,00	13.008,00	0,00	0,00
Reinversión (Activos Fijos)					3.220,00			
TOTAL EGRESOS		12.996,00	12.996,00	12.996,00	16.224,00	13.008,00	0,00	0,00
FLUJO NETO DE CAJA	181.467,47	-3.794,00	7.840,92	24.627,46	41.909,50	74.911,93	117.835,45	153.835,84

Elaborado por: Susana Hernández

Balance General Proforma

EL MANANTIAL BALANCE GENERAL

Al 31 de del 20XX

<u>INVERSIÓN</u>		<u>APORTE FINANCIADO</u>	
INVERSION VARIABLE			
Capital de Trabajo	9.708,56	Deuda por Pagar	65.000,00
INVERSIÓN FIJA			
Terreno	51.000,00	<u>APORTE PROPIO</u>	
Infraestructura	48.000,00		
Muebles y Enseres	20.265,00	Inversión Propia	116.467,47
Equipo de Computación	2.800,00		
Maquinaria y Equipo	25.584,00		
Vehículo	14.490,00		
Menaje	4.635,50		
Herramientas	284,41		
Semovientes	3.200,00		
INVERSION DIFERIDA			
Gasto de Constitución	1.500,00		
TOTAL	<u>181.467,47</u>	TOTAL	<u>181.467,47</u>

5.7 EVALUACIÓN ECONÓMICA

La evaluación financiera, es esencial dentro del presente estudio, ya que nos ayudará a estimar los beneficios de la creación de la nueva unidad productiva, dentro de las principales técnicas tenemos:

Valor Actual Neto (VAN)

Este instrumento de evaluación financiera, nos muestra los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente, con la tasa de descuento que es de 0,1187 mediante la presente fórmula:

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

Cuadro N° 47 Determinación de Flujos de Efectivo Actualizados

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
1	-3.794,00	-3.391,38
2	7.840,92	6.265,06
3	24.627,46	17.589,64
4	41.909,50	26.756,48
5	74.911,93	42.751,04
6	117.835,45	60.110,57
7	153.835,84	70.147,39
		220.228,81

$$VAN = 220.228,81 - 181.467,47 = \mathbf{38.761,34}$$

El resultado obtenido, nos indica por ser un valor positivo que la creación de la Residencial Turística con características naturales y ecológicas, en la Comunidad de Gualchán es factible.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno, conjuntamente con el VAN, nos permitirá la acertada toma de decisiones dentro de la ejecución del proyecto.

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

Procedimiento:

$$TIR = 0,1187 + (0,15 - 0,1187) \left(\frac{38.761,34}{38.761,34 - 7.337,68} \right)$$

$$TIR = 0,1187 + (0,0313) \left(\frac{38.761,34}{31.423,66} \right)$$

$$TIR = 0,1187 + 0,038608$$

$$TIR = 0,1573$$

El presente resultado (15,73%) obtenido determina que el proyecto es viable, debido a que el TIR obtenido es mayor que la tasa de descuento.

Periodo de Recuperación

Este instrumento de evaluación financiera, nos permite determinar en qué tiempo se recuperara la inversión, tomando en cuenta los flujos netos de caja proyectados.

Cuadro N° 48 Determinación del tiempo de recuperación de la inversión.

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS ACUMULADOS
1	-3.794,00	-3.391,38	-3.391,38
2	7.840,92	6.265,06	2.873,68
3	24.627,46	17.589,64	20.463,32
4	41.909,50	26.756,48	47.219,81
5	74.911,93	42.751,04	89.970,85
6	117.835,45	60.110,57	150.081,42
7	153.835,84	70.147,39	220.228,81

Inversión	181.467
Flujo Acumulado Año 6	150.081
Diferencia	31.386
Valor mensual * 5 meses	29.228
Diferencia	2.158
Diferencia / valor diario	11

Flujo Actualizado Año 7	70.147
Meses	12
Mensual	5.846
Días	30
Diario	195

La inversión se recuperará a los 6 años, 5 meses.

Beneficio / Costo

El Beneficio / Costo se sustenta en el principio de obtener y alcanzar niveles considerables de producción con la mínima utilización de recursos, la fórmula para determinar es:

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{220.228,81}{181.467,47} 1,21$$

Este resultado obtenido de 1,21, determina que la inversión es viable, ya que por cada dólar invertido, se genera \$,21 centavos de utilidad.

5.8 ESTRATEGÍA DE CRECIMIENTO

Para dar más incertidumbre como estrategia de implementación del proyecto. Se plantea que en los dos primeros años será dedicada a los servicios de hospedaje, restaurante y el servicio de piscina. El Manantial ofrecerá el servicio de almacén y salón de eventos, con el fin de capitalizar los ingresos y minimizar los riesgos que todo proyecto sigue consigo. La planeación de ampliación y servicios que ofrecerá la Residencial Turística el Manantial, es significativo y atractivo, pretendiendo alcanzar en su totalidad.

CAPÍTULO VI ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1 DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa.

El Nombre que se pondrá a la Residencial Turística llamará la atención del turista y hará que se diferencie de las demás hosterías, haciendas u hostales en calidad y status. De esta forma ayudará a que este servicio se posicione en la mente del cliente y atraerá una mayor cantidad de los mismos.

El nombre de la Residencial Turística será: “**EL MANANTIAL**”

Logotipo



Naturaleza legal

La empresa tendrá una figura legal unipersonal, el capital social será constituido por los Hermanos Hernández Chacua.

6.2 ELEMENTOS ADMINISTRATIVOS ESTRATÉGICOS

Misión de la Residencial “El Manantial”

Crear y desarrollar una Residencial Turística de excelente servicio, calidad y comodidad, que brinde una completa atracción hacia el lugar por parte de los turistas que desean descansar, despejarse de la rutina y olvidarse del estrés.

Visión de la Residencial “El Manantial”

Ser reconocidos tanto a nivel nacional como internacional como un lugar estratégicamente ubicado que goza de un excelente estado climático, con espectaculares paisajes y características exóticas.

VALORES CORPORATIVOS

6.3 REQUISITOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO

MARCO LEGAL

La creación de nuevas empresas conlleva algunos requisitos, indispensables para su funcionamiento que se debe cumplir de acuerdo a ley

En el siguiente cuadro se detalla los permisos que se debe obtener.

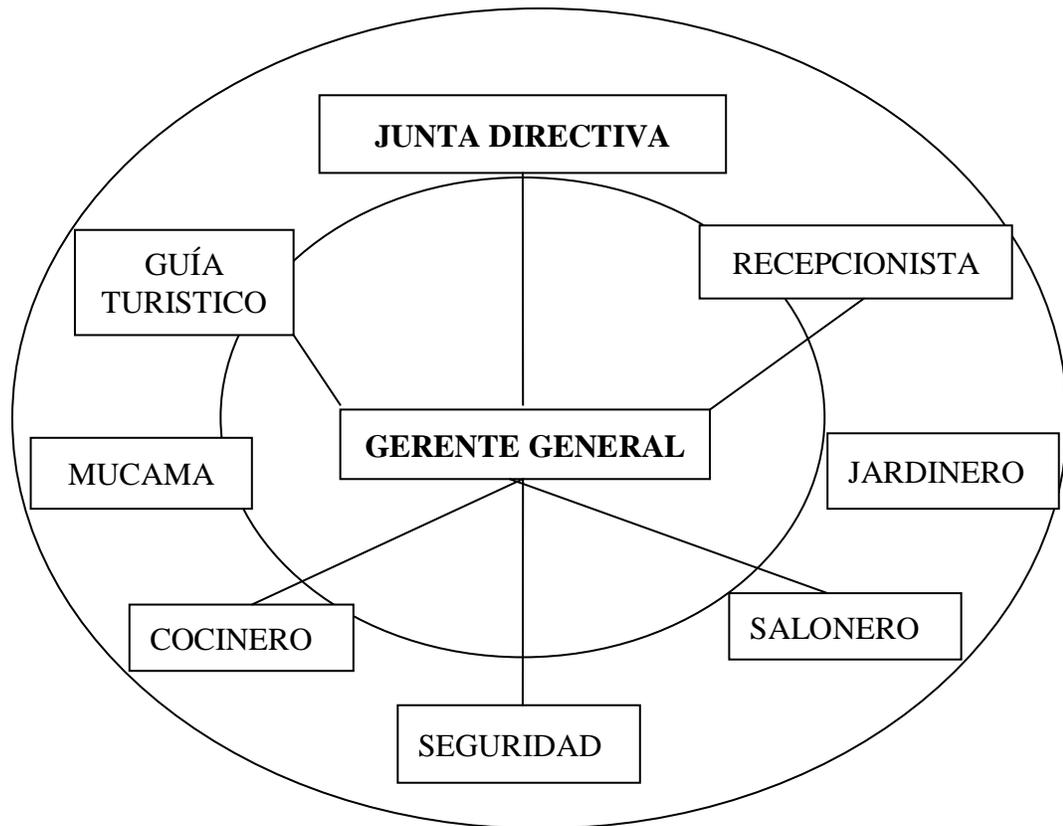
Cuadro N° 49 Requisitos para el registro y operación de un local de alojamiento.

PERMISOS	A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR LA OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	RESPONSABLE DE PAGAR Y/O CUMPLIR
Registro Único de Contribuyente	Servicio de Rentas Internas	mensual	Persona Natural o Jurídica
Registro de Actividad turística	Ministerio de Turismo	una sola vez	Persona Natural o Jurídica
Licencia de Funcionamiento Turístico	Ministerio de Turismo o Municipios	anualmente	Persona Natural o Jurídica
Permiso Sanitario	Ministerio de Salud	anualmente	Persona Natural o Jurídica
Certificado de Salud Empleados	Ministerio de Salud	anualmente	Persona Natural o Jurídica
Patente	Municipios	anualmente	Persona Natural o Jurídica
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipios	anualmente	Persona Natural o Jurídica
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	anualmente	Persona Natural o Jurídica
Licencia Ambiental	Municipios	anualmente	Persona Natural o Jurídica

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Susana Hernández

6.4 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



Organigrama circular: en este tipo de diseño gráfico, la unidad organizativa de mayor jerarquía se ubica en el centro de una serie de círculos concéntricos, cada uno de los cuales representa un nivel distinto de autoridad, que decrece desde el centro hacia los extremos, y el último círculo, el más extenso, indica el menor nivel de jerarquía de autoridad. Las unidades de igual jerarquía se ubican sobre un mismo círculo.

6.5 MANUAL DE FUNCIONES

JUNTA DE ACCIONISTAS

Será el máximo organismo de la empresa y se encargará de realizar el plan de trabajo; establecer y emitir las políticas internas de la empresa y por último velar por el desarrollo y la buena marcha de la empresa.

GERENTE GENERAL

Le corresponde dirigir la gestión de la empresa como la máxima autoridad, teniendo deberes y atribuciones; de esta manera se debe:

- Cumplir y hacer cumplir los estatutos, reglamentos y leyes internas y externas.
- Dirigir y supervisar las actividades de la empresa coordinando y controlando el funcionamiento administrativo de los distintos departamentos.
- Vigilar la administración de la empresa y dar cuenta de ello al directorio.
- Resolver en primera y segunda instancia, según el caso, los reclamos que se presentaren.
- Control de las cuentas de la empresa, que son llevadas por el administrador contable.
- Ayudado con el administrador deberá realizar un control de los gastos de la compañía.

El gerente general debe también tomar en cuenta la parte contable de ésta y su función es llevar un registro financiero, preparación de presupuestos y gastos, etc.

Saloneros: Se encargaran de servir al cliente en el restaurante.

Recepcionista: Se encontrará en la recepción para hacer las reservaciones respectivas.

Guías turísticos: Se encargarán de enseñar el lugar, sus esparcimientos y los diferentes atractivos turísticos de la zona.

Cocineros: prepararán los alimentos en un ambiente limpio, y despejado.

Jardineros: regaran diariamente las áreas verdes, para conservar su buen estado.

Mucamas: Realizarán la limpieza diaria de los dormitorios, y el lavado de sus respectivas, sábanas, toallas, etc.

Guardias: La Residencial Turística constará de seguridad para: puertas principales y comedor; garaje, piscina. Para mantener un mejor control.

6.6 PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los productos y servicios que producirá la “Residencial EL MANANTIAL” son los siguientes:

ALOJAMIENTO

La distribución y diseño de las cabañas se la detalla en la Figura N°4 anteriormente presentada.

RESTAURANTE

- Platos a la carta
- Desayunos
- Almuerzos
- Meriendas

SERVICIOS RECREACIONALES

- Guía Turística
- Restaurante
- Paseos a caballo
- Visitas al Bosque Protector Golondrinas y las cascadas de la zona.

También se tendrá 4 tipos de tours que se ofrecerá a los clientes; dentro de estos estarán los siguientes:



DÍA DE DESCANSO (DAY TOUR)

- Cóctel de bienvenida.
- Visitas a las instalaciones
- Almuerzo
- Uso de las instalaciones (tiempo libre)
- Recorrido por las Instalaciones
- Visita a las cascadas.
- Coffe break.
- Retorno a la Residencial



TOUR ECOLÓGICO

DIA 1

ACTIVIDADES

- Llegada a la Residencial
- Asignación de cabañas
- Desayuno de bienvenida
- Excursión al sendero ecológico
- Lunch
- Regreso al Manantial
- Almuerzo
- Uso de las instalaciones (Tiempo Libre)
- Cena

DIA 2

ACTIVIDADES

- Desayuno
- Recorrido por el bosque Protector Golondrinas
- Almuerzo típico en la zona
- Tiempo libre
- Cena

DIA 3

ACTIVIDADES

- Desayuno
- Recorrido a la Cascada El Chorro Blanco
- Lunch
- Regreso a la Residencial
- Tiempo Libre
- Almuerzo
- Uso de las Instalaciones
- Cena

DIA 4

ACTIVIDADES

- Desayuno de despedida



TOUR DE LOS RIOS

DIA 1 ACTIVIDADES

- Llegada a la Residencial
- Asignación de cabañas
- Desayuno de bienvenida
- Excursión al Bosque Protector Golondrinas
- Regreso al Manantial
- Almuerzo
- Tiempo Libre
- Cena

DIA 2 ACTIVIDADES

- Desayuno
- Recorrido por el Rio Blanco y visita a la cascada del Simio y Pileta.
- Refrigerio
- Regreso a la Residencial
- Almuerzo
- Tiempo libre
- Cena

DIA 3 ACTIVIDADES

- Desayuno
- Recorrido por el Río Gualchansito
- Refrigerio
- Recorrido por las haciendas de la zona
- Regreso a la Residencial
- Almuerzo
- Tiempo Libre
- Uso de las Instalaciones
- Cena



TOUR DE LOS RIOS

DIA 4 ACTIVIDADES

- Desayuno
- Visita a la cascada de las Juntas Chorro Blanco
- Refrigerio
- Almuerzo
- Tiempo libre
- Fogata de despedida

DIA 5 ACTIVIDADES

- Desayuno
- Tiempo libre
- Coctel de despedida



EXCURSIONES COLEGIALES ACTIVIDADES

- Coctel de bienvenida
- Excursiones por el Bosque Protector Golondrinas
- Lunch reforzado
- Regreso a la Residencial
- Visita a las diferentes cascadas de la zona
- Refrigerio Ligero
- Uso de las instalaciones (Tiempo Libre)
- Despedida

6.7 Estrategia de posicionamiento

El posicionamiento es muy importante a la hora de llevarlo al turismo masivo, porque debemos pensar en el impacto que va a llegar y se quedará impregnado en la mente del consumidor, con nombre, precio y calidad.

Esta estrategia de posicionamiento se hace por atributos y por imagen porque esta Residencial Turística ofrece beneficios e imagen al turista.

La declaración de posicionamiento tendrá 3 elementos básicos: el mercado de destino, el marco competitivo de referencia y el beneficio exclusivo.

Estos podrán considerarse de la siguiente manera:

Este servicio se dirige a todos los turistas que desean dejar el estrés, relajarse, descansar y pasar un momento ameno con sus amigos o seres queridos, conociendo lugares exóticos y probando la comida típica del lugar.

Vendemos nuestra imagen como Residencial Turística, también nuestro servicio de calidad, y personal capacitado, ofrecemos diferentes tipos de entretenimiento para la familia, paseos por el lugar, etc.

Esta Residencial Turística queda ubicada en un lugar campestre, y tiene muchas ventajas y beneficios para el turista.

Por las siguientes razones se debería hospedar en este lugar:

Relajante: El turista tiene el placer de descansar alejándose del ruido, y acercándose a la naturaleza.

Comodidad: la Residencial Turística goza de gran comodidad.

Diversión: El turista tiene varias opciones de entretenimiento, piscina, ríos, paseo a caballo, juegos, relajación, etc.

6.8 Posicionamiento y Ventaja Diferencial

Con el objetivo de llegar a obtener un posicionamiento adecuado de la Residencial Turística “EL MANANTIAL” debemos considerar algunos factores principales como: calidad, productividad, comodidad, tranquilidad, y seguridad.

La calidad se la ve reflejada en la capacidad de la hostería; tales como cantidad, calidad de la infraestructura y los equipos correspondientes; en la tecnología operativa; como son los procesos y mano de obra; y en la eficiencia de los servicios.

La productividad hace referencia a la atención eficiente al turista así como también de una manera organizada que permita el mejoramiento continuo en los procesos.

Es importante que el turista se sienta en un ambiente cómodo para asegurar su satisfacción y un pronto retorno a la Residencial Turística, y lo más importante que se realice una buena comunicación al momento de informar a los demás lo que ésta brinda.

Gozar de tranquilidad es un factor fundamental, especialmente para personas que desean ir a descansar y dejar la rutina y el estrés.

La seguridad es un factor indispensable para el control de la Residencial Turística y que nuestros turistas se encuentren en las mejores condiciones de confiabilidad.

Nuestro slogan es *“Un paraíso para descansar”*

6.9 Selección de mercados Meta

Nuestros principales turistas son personas que les gusta conocer la belleza natural del Ecuador, les encanta el riesgo, la aventura, y a su vez descansar, además que les encante explorar lugares nuevos y pocos conocidos.

En conclusión el mercado meta son los habitantes a nivel nacional y especialmente los extranjeros, de un rango de edad desde niños hasta personas de la tercera edad.

6.10 Planteamiento de Estrategias

El punto estratégico consiste en que dentro del valor de la tarifa va a incluir para cada persona la ocupación libre de todas las instalaciones del lugar, incluyendo comida y esparcimientos.

Nuestros clientes se van a diferenciar de clientes externos portando una pulsera en su mano derecha, de color verde oscuro y será cortada en el momento que se abandone el lugar.

Otra de nuestras estrategias es los paseos de excursión en el lugar, con los guías turísticos. Además de esta estrategia que es la que nos ayudará a competir existe también dos tipos adicionales:

6.11 Estrategias de Cambio.

Es el resultado de la relación entre debilidades y amenazas. Es el punto más crítico, puesto que se conjugan las influencias negativas del exterior con las condiciones menos favorables de la empresa, lo que demanda que la organización ponga sus mayores esfuerzos, a fin de conseguir cambios sustanciales, tanto de las influencias externas como de las condiciones internas.

- Precios cómodos para el turista.
- Elaborar un buen programa publicitario.

6.12 Estrategia de Servicio

El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y la gentileza demostrada con una palabra. En el mundo de los servicios, calidad no significa necesariamente lujo, ni algo inmejorable, un servicio alcanza su

nivel de excelencia cuando responde a las demandas de un grupo seleccionado.

De modo en general, la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de adquirir algo.

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO.

Una vez concluida la presente investigación, se procede a realizar un análisis técnico y prospectivo, de los impactos positivos o negativos que la ejecución de este proyecto generaría en forma directa o indirectamente para la comunidad.

Para este fin se utilizará la metodología de la valoración de los niveles de impactos para cada área, ya que por su sencillez y operatividad es efectiva y confiable.

A continuación en la matriz se muestra una valoración de -3 a 3 que se califican de acuerdo a los siguientes criterios:

Cuadro N° 50

VALORACIÓN DEL IMPACTO	TIPO DE IMPACTO
-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO
0	INDIFERENTE
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
3	IMPACTO ALTO POSITIVO

La aplicación de dicha metodología, tiene los siguientes pasos:

Se ha procedido a seleccionar una serie de ámbitos o áreas de impacto con diferentes indicadores cada una; a cada indicador se asigna un nivel de impacto, para luego encontrar la sumatoria de éstos, la cual se divide para el número de indicadores y este resultado indica el nivel de impacto por cada área, con la siguiente ecuación:

$$GRADO DE IMPACTO = \frac{\Sigma}{\# DE INDICADORES}$$

Cabe aclarar que se diseña una matriz para cada área seleccionada, así tenemos:

7.1 IMPACTO SOCIO – ECONÓMICO

Cuadro N° 51

Impacto Socio - Económico

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fuentes de trabajo						X		2
Desarrollo del sector						X		2
Reactivación de la economía familiar							X	3
TOTAL	-	-	-	-	-	4	3	7

$$IMPACTO SOCIO – ECONOMICO = \frac{7}{3}$$

IMPACTO SOCIO – ECONOMICO = 2,3 MEDIO POSITIVO

7.1.1 PROYECCIÓN DE IMPACTOS

FUENTES DE TRABAJO.- Se asignó un puntaje medio positivo a este indicador, ya que por medio de la creación de la nueva residencial se dará empleo a habitantes de la misma zona.

DESARROLLO DEL SECTOR.- En este aspecto se señala un nivel de impacto también medio positivo, de acuerdo a nuestro planteamiento de estrategias de comercialización se busca dar a conocer este lugar turístico, por tal razón incrementará los turistas y los habitantes deberán realizar actividades de turismo y negocios que satisfaga las necesidades de los clientes.

REACTIVACIÓN DE LA ECONOMÍA FAMILIAR.- El puntaje asignado a este indicador es alto positivo, ya que la implantación de la residencial turística, contribuirá indudablemente para la generación de dinero circulante y satisfacer las necesidades básicas de cada familia involucrada.

7.2 IMPACTO EDUCATIVO

Cuadro N° 52
Impacto Educativo

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fuente de consulta						X		2
Conocimiento y experiencia en turismo.						X		2
TOTAL	-	-	-	-	-	4	-	4

$$IMPACTO EDUCATIVO = \frac{4}{2}$$

IMPACTO EDUCATIVO = 2 MEDIO POSITIVO

7.2.1 PROYECCIÓN DE IMPACTOS

FUENTE DE CONSULTA.- Se asigna un puntaje medio positivo ya que la presente investigación servirá como fuente de consulta y apoyo para investigaciones similares, o para personas que quieran incursionar en éste ámbito.

CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA ENTURISMO.- Este proyecto nos permitirá adquirir experiencia tanto en el área administrativa de un residencial así como en la turística, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos, en tal virtud se determina un nivel de impacto medio positivo.

7.3 IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro N° 53
Impacto Ambiental

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Conservación y Defensa de Recursos Naturales							X	3
Contaminación de ambiente			X					-1
Infraestructura			X					-1
TOTAL	-	-	-2	-	-	-	3	1

$$IMPACTO AMBIENTAL = \frac{1}{3}$$

IMPACTO AMBIENTAL = 0,33 INDIFERENTE

7.3.1 PROYECCIÓN DE IMPACTOS.

CONSERVACIÓN Y DEFENSA DE RECURSOS NATURALES.- La conservación de recursos naturales, es importante conservar las aguas, topografía de los suelos, flora y fauna. Siendo importante para la residencial el medio ambiente ya que su infraestructura será elaborada en madera, conservando en su mayoría todos los espacios verdes del terreno, sin afectar en lo posible la naturaleza, ya que es este es nuestro mayor atractivo.

INFRAESTRUCTURA.- Se asignó un nivel de impacto bajo negativo, debido a que la infraestructura de la residencial será edificada en madera, por lo tanto la tala de árboles, tratando de no afectar al paisaje de la zona.

7.4 IMPACTO EMPRESARIAL

Cuadro N° 54
Impacto Empresarial

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Creación de nuevas unidades productivas							X	3
Rentabilidad							X	3
TOTAL	-	-	-	-	-	-	6	6

$$IMPACTO EMPRESARIAL = \frac{6}{2}$$

IMPACTO EMPRESARIAL = 3 ALTO POSITIVO

7.4.1 PROYECCIÓN DE IMPACTOS.

CREACIÓN DE NUEVAS UNIDADES PRODUCTIVAS.- El nivel asignado a este indicador es alto positivo ya que el desarrollo de este proyecto incentivará a los moradores de la zona, en la creación de empresas familiares o actividades turísticas, generando mayores ingresos y el desarrollo económico de la zona.

RENTABILIDAD.- Se asigna un nivel de impacto alto positivo ya que se espera alcanzar los niveles más altos de captación de turistas, trayendo consigo una alta rentabilidad.

7.5 IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

Cuadro N° 55
Impacto General

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Socio – Económico						X		2
Impacto Educativo						X		2
Impacto Ambiental				X				0
Impacto Empresarial							X	3
TOTAL	-	-	-	-0	-	4	3	7

$$IMPACTO GENERAL = \frac{7}{4}$$

$$IMPACTO GENERAL = 1,75 \Rightarrow 2 \text{ MEDIO POSITIVO}$$

ANÁLISIS

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en cada uno de los impactos, podemos determinar que la implantación de este proyecto tiene un impacto general medio positivo. Esto quiere decir que la creación de la Residencial Turística, en la Comunidad de Gualchán en la parroquia Goaltal, perteneciente a la provincia del Carchi es viable.

CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
<p>El turismo es un motor primordial de desarrollo; en el análisis de acuerdo a la balanza de pagos ocupa el sitial cuarto, por lo tanto con este proyecto se vivirá una revolución social y económica en la Comunidad de Gualchán, debido a que se atraerá a turistas nacionales y extranjeros quienes serán los portavoces de la riqueza cultural y ecológica de este sector.</p>	<p>Hacer gestión ante los Gobiernos locales, conjuntamente con el sector privado para desarrollar la actividad turística, crear y fomentar nuevos planes estratégicos y proyectos productivos dentro de la rama del turismo, ya que así se fomentará plazas de trabajo y se logre eliminar en parte la desocupación.</p>
<p>La parroquia Goaltal, ubicada al norte del país, presenta escenarios que no son debidamente aprovechados y admirados por su belleza natural, los cuales no están promocionados, ni conocidos a nivel nacional e internacional.</p>	<p>Utilizar medios alternativos como trípticos, gigantografías, guías turísticas, páginas web, para difundir los atractivos turísticos e incentivar el turismo interno.</p>
<p>El desarrollo del proyecto, contribuirá en el crecimiento del sector turístico del cantón Espejo, propiciando nuevas oportunidades para mejorar la calidad de vida de la población, a partir de un mejor aprovechamiento de la actividad turística.</p>	<p>Articular esfuerzos entre el sector privado y el sector público para promocionar la zona norte, dando a conocer los lugares turísticos existentes, especialmente en la provincia del Carchi.</p>

<p>El sector cuenta con modalidades complementarias de las actividades agrícolas que son potencialmente sustentables, y su mayor fuente de ingresos proviene de la agricultura; por lo que se hace necesario implementar diferentes actividades que generen dinero; tal es el caso del turismo ayudaría a captar más circulante.</p>	<p>En la ejecución del proyecto, se recomienda tomar las acciones necesarias para minimizar los impactos ambientales, como por ejemplo micro proyectos de reciclaje, de desechos orgánicos, producción de abonos y clasificación de basura.</p>
<p>La parroquia Goaltal, presenta características propicias para desarrollar el turismo lo que garantiza la promoción y difusión de la Residencial Turística en el plan estratégico de turismo del cantón Espejo y dar a conocer los atractivos naturales de esta zona.</p>	<p>Hacer de la capacitación y actualización de conocimientos un proceso de mejora continua para fortalecer la gestión empresarial.</p>
<p>Por estrategia, el proceso de ejecución del proyecto se iniciará con los servicios de tours, alimentación y hospedaje, para luego continuar con otros servicios.</p>	<p>La administración debe visualizar nuevas estrategias de marketing para aplicar en la Residencial Turística con el fin de atraer nuevos clientes y más aún dentro de éstas incluir e incentivar a los visitantes locales para que ellos se encarguen de hacer la publicidad dentro y fuera de la provincia.</p>

<p>Todos los miembros que trabajarán en la empresa tendrán un objetivo común que será trabajar en conjunto para dar cumplimiento con lo que se propone en la misión y visión considerando como su principal centro un servicio de calidad.</p>	<p>Desde el inicio, el personal de la Residencial "El Manantial", deberá ofrecer sus servicios con calidad y amabilidad. El cliente es la razón de ser de la empresa, es por eso que los servicios deben satisfacer sus expectativas.</p>
<p>Existe oportunidad de establecer una cadena turística con las demás hosterías de la zona, tomando como base fundamental la calidad del servicio al turista.</p>	<p>Implementar en forma puntual las propuestas técnicas, económicas y ambientales, para mantenerse en el mercado a base de competitividad y calidad en los servicios.</p>
<p>Los atractivos turísticos presentan facilidades de acceso, en lo referente a vialidad, y transporte público</p>	<p>Hacer gestión ante los gobiernos locales para mantener las vías de acceso a los lugares turísticos en excelentes condiciones que permita realizar la actividad turística.</p>
<p>El estudio realizado, en lo referente a la evaluación financiera tanto el Valor Actual Neto, tasa Interna de retorno, beneficio costo y el periodo de recuperación de la inversión, demuestran que el proyecto es rentable y factible.</p>	<p>Ejecutar este proyecto, ya que es un aporte que se pone a consideración de todos los interesados en promover de una u otra forma el desarrollo turístico.</p>

BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel (2010),Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill
- CASADO Ana y SELLERS Ricardo (2010)Introducción al Marketing
España: Editorial Club Universitario
- CORDOBA, Marcial, (2012), Formulación y Evaluación de Proyectos,
Colombia: Ecoe Ediciones
- COSTALES, Bolívar, (2002.) “DISEÑO, ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN
DE PROYECTOS, Segunda Edición, Lascano Editorial, Quito –
Ecuador.
- CHILQUINGA Manuel, (2007),Costos, Segunda Edición, Ecuador:
Graficolor
- CLIFFORD. Gray; LARSON, Erick (2009), Administración de Proyectos,
Cuarta Edición, McGraw-Hill
- FLEITMAN, Jack, (2007), Evaluación Integral para implantar modelos de
calidad, México: Pax México
- GALINDO RUIZ, Carlos Julio, (2011), Formulación y Evaluación de
Planes de Negocios: Ediciones de la U
- GURRRIA, Manuel.(2007.) “introducción al turismo”, TRILLAS, México.
- HATTON, Angela, (2000.) “la guía definitiva del plan de marketing”,
PEARSON EDUCACIÓN, Madrid,
- HINOJOSA, Flavio. (1998.), “Plan comunitario de ecoturismo para la
micro región de las cuencas Espejo – Mira en la provincia del Carchi”,
MBS-IICA, Quito.
- ILUSTRE MUNICIPIO (2009.) “CRONOLOGÍA HISTÓRICA DEL
CANTÓN ESPEJO”, Cantón Espejo Imprimax, Quito – Ecuador.
- LAMB Charles (2009),Marketing, 11° edición: CengageLearning
- MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús (2010),Evaluación Financiera de
Proyectos, Colombia: EcoeEdiciones,Pág. 22,
- PEÑAHERRERA, Cecilia, (2001.), “CONTANDO HISTORIAS
GUALLUPE” Imprefepp, Quito. Ecuador,

- PHILIP Kotler y ARMSTRONG Gary (2008), Marketing, México: PEARSON EDUCACIÓN
- SANDOVAL, Ewaldo R. (2006.),“ECOTURISMO”, EDITORIAL TRILLAS, México,
- SAPAG CHAIN, Nassir, (2011),Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación: Pearson Educación
- SINISTERRA, Gonzalo; POLANCO, Luis; HENAO, Harvey, (2011), Contabilidad: Sistema de Información para las organizaciones, Sexta Edición, McGraw-Hill,
- STANTON William, (2007), Fundamentos de Marketing, 14° Edición, McGraw-Hill
- UTN, (2005.), “GUÍA PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE TRABAJO DE GRADO, Editorial Universitaria, Ibarra – Ecuador.
- VALIÑAS, Ricardo.(2007.), “MANUAL PARA ELABORAR UN PLAN DE MERCADOTECNIA”, Mc. Graw Hill, India.
- ZAPATA, Pedro (2011), Contabilidad General: Con Base en las Normas Internacionales de Información Financiera, España: Séptima Edición, McGraw-Hill

LINCONGRAFÍA

www.ecuador.us./turismo.htm.

www.turismo.gob.ec

www.optur.org.

www.municipiodemira.gov.ec.

www.inpc.gov.ec.

www.undp.org.ec.

www.art-initiative.org.

www.codeso.com./turismo01.html.

www.listadomercadolibre.com.ec

www.rincondelvago.com/niif.html

www.wikipedia.org

www.mapasdeecuador.blogspot.com

www.aduana.gov.ec

www.revistalideres.ec

www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020-35.html El

<http://apeadero.ivangadea.com/2008/07/losxxxtiposxdeturistas/>

www.elmercurio.com.ec/257660-beneficios-del-turismo-interno.html

<http://viajandoxecuador.blogspot.com/2009/10/turismo-ventajas-y-desventajas.html>

ANEXOS



ANEXO N° 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A FAMILIAS DE LA COMUNIDAD DE
GUALCHÁN

OBJETIVO: MEDIR EL GRADO DE ACEPTACIÓN DE LA POBLACIÓN, PARA EL ESTUDIO DE LA CREACIÓN DE UNA RESIDENCIAL TURÍSTICA CON CARACTERÍSTICAS NATURALES Y ECOLÓGICAS EN LA COMUNIDAD DE GUALCHÁN.

INSTRUCCIONES: POR FAVOR MARQUE SU RESPUESTA CON UNA X

EDAD (en años)

De 20 a 30 () De 31 a 40 ()
De 41 a 50 () De 51 a más ()

SEXO

Femenino () Masculino ()

EDUCACIÓN

Primaria () Secundaria () Superior ()

1. ¿Está Usted de acuerdo con la implementación de una Residencial turística con características naturales y ecológicas?

SI () NO ()

2. ¿Piensa Usted que se podrá mejorar las condiciones económicas de la comunidad de Gualchán con la creación de la Residencia Turística?

SI () NO ()

3. ¿Participaría en eventos turísticos, culturales o de otra índole que organice la Residencial Ecológica en la Comunidad de Gualchán?

SI () NO () EN OCASIONES ()

4. ¿Usted estaría dispuesto a capacitarse en Hotelería y turismo ecológico para ingresar a trabajar en la Residencial Turística?

SI () NO ()

5. ¿Buscaría y haría actividades llamativas que atraigan el turismo a la Comunidad?

SI () NO () AVECES ()

6. ¿Cree Usted que la afluencia del turismo afectaría positivamente a la Comunidad?

SI () NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



ANEXO N° 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS ADMINISTRADORES DE LOS LUGARES DE ALOJAMIENTO EN LA PARROQUIA GOALTAL.

Nombre de su establecimiento: -----

Nombre del representante o administrador: -----

¿Cuántos años tiene el establecimiento prestando el servicio?

¿Qué servicios presta su establecimiento?

Generalmente que actividades les gusta realizar a las personas que se hospedan en su Hostería.

¿En un promedio a su Hostería en grupos de cuantas personas suelen hospedarse?

¿Cuántos días generalmente suelen alojarse en la Hostería?

¿Qué días prefieren visitar Gualchán?

¿Qué tipo de comida ofrecen ustedes en su restaurante?

¿Qué estrategias de comercialización utiliza en su hostería?

¿Qué medios usan ustedes para promocionar su Hostería?

¿Qué promociones ofrece a sus clientes?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 3

CÁLCULO DE SUELDOS MANO DE OBRA DIRECTA

Para realizar el cálculo se ha tomado en cuenta los beneficios que establece la ley; como aporte patronal el 12.15%, sobre el sueldo básico unificado; fondos de reserva, mensualmente corresponde a la doceava parte del sueldo básico unificado, cancelando desde el segundo año de trabajo; décimo tercero, igualmente la doceava parte del sueldo básico unificado; y el décimo cuarto sueldo, es el sueldo básico que establece para el año 2012; de 292 dólares, al año.

$$\text{Aporte Patronal} \equiv \text{Sueldo Básico Unificado} \times 12.15\%$$

$$\text{Aporte Patronal} \equiv 300 \times 12,15\% \equiv 36,45 \text{ mensual}$$

$$\text{Fondo de Reserva} \equiv \frac{\text{Sueldo Básico Unificado}}{12}$$

$$\text{Fondo de Reserva} \equiv \frac{300}{12} \equiv 25 \text{ mensuales}$$

$$\text{Décimo Tercer Sueldo} \equiv \frac{\text{Sueldo Básico Unificado}}{12}$$

$$\text{Décimo Tercer Sueldo} \equiv \frac{300}{12} \equiv 25 \text{ mensuales}$$

$$\text{Décimo Cuarto Sueldo} \equiv \frac{\text{Sueldo Básico}}{12}$$

$$\text{Décimo Cuarto Sueldo} \equiv \frac{292}{12} \equiv 24,33 \text{ mensuales}$$

ANEXO N° 4
DISTRIBUCIÓN DEL TERRENO

