



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE  
TURISMO ECOLÓGICO EN LA PARROQUIA JUAN MONTALVO, EN EL  
CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD  
Y AUDITORÍA- CPA.**

**AUTORA:**

**YESENIA LIZETH CHEZA TREJO**

**DIRECTOR:**

**MSC. CARLOS MERIZALDE**

**IBARRA, FEBRERO 2017**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo dar respuesta a la interrogante de si es conveniente o no la creación de una empresa que cumpla con las expectativas que tiene el visitante nacional y extranjero de satisfacer sus necesidades con nuevas alternativas turísticas; en donde pueda reencontrarse con la naturaleza en su estado natural o conocer más de la cultura y tradiciones de diferentes lugares del país, y porque no así decirlo del Cantón Cayambe específicamente de una de sus parroquias Juan Montalvo, de esta manera contribuir al desarrollo económico del sector y al fortalecimiento del sector turístico en la zona. Es por ello que el presente proyecto detalla varios aspectos importantes en la determinación de la viabilidad del mismo los cuales se detallan de manera generalizada. En el primer capítulo se realizó un diagnóstico general del entorno, identificando variables e indicadores; en el segundo capítulo se sustentó de manera teórica el trabajo de investigación contando con fuentes bibliográficas referentes al tema; el tercer capítulo es el estudio de mercado que nos permitió analizar el perfil del turista, sus gustos y preferencias además de la competencia; el cuarto capítulo establecido como ingeniería del proyecto donde se analizó el lugar ideal para establecer la empresa; el quinto capítulo determinó la factibilidad del proyecto a través de los diferentes indicadores financieros; en el sexto capítulo se implantó la estructura administrativa del proyecto; en el séptimo capítulo se realiza un análisis de impactos que genera el proyecto en el ámbito, económico, social, ambiental y cultural.

## EXECUTIVE SUMMARY

The present research aims to answer the question of whether or not it is convenient to create a company that meets the expectations of the national and foreign visitor to meet their needs with new tourist alternatives; where you can find nature in its natural state or learn more about the culture and traditions of different parts of the country, and why not say the Canton Cayambe specifically one of its parishes Juan Montalvo, in this way contribute to the economic development of sector and the strengthening of the tourism sector in the area. That is why the present project details several important aspects in the determination of the viability of the same which are detailed in a generalized way. In the first chapter, a general diagnosis of the environment was carried out, identifying variables and indicators; in the second chapter, the research work was supported in a theoretical manner with bibliographical sources referring to the subject; the third chapter is the market study that allowed us to analyze the profile of the tourist, his tastes and preferences in addition to the competition; the fourth chapter established as engineering of the project where the ideal place to establish the company was analyzed; the fifth chapter determined the feasibility of the project through the different financial indicators; the sixth chapter was implemented the administrative structure of the project; the seventh chapter analyzes the impacts generated by the project, economic, social, environmental and cultural.

## DECLARACIÓN

Yo, CHEZA TREJO YESENIA LIZETH 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 incluyen en este documento.

LA AUTORA:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Cheza Trejo Yesenia Lizeth', is written over a horizontal dotted line.

Cheza Trejo Yesenia Lizeth

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la Srta. Egresada, Yesenia Lizeth Cheza Trejo, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE LA EMPRESA DE TURISMO ECOLOGICO EN LA PARROQUIA JUAN MONTALVO, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”, 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 asigne.

En la ciudad de Ibarra, a los **18** días del mes de **octubre** del 2017



Ing. Carlos Merizalde Leitón  
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

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:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD :</b>	0401665302
<b>APELLIDOS Y NOMBRES :</b>	Cheza Trejo Yesenia Lizeth
<b>DIRECCIÓN :</b>	Ibarra – calle 13 de abril e Ibarra
<b>EMAIL :</b>	<a href="mailto:Liss.cheza1992@gmail.com">Liss.cheza1992@gmail.com</a>
<b>TELÉFONO MÓVIL :</b>	0999564692
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO :</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE TURISMO ECOLÒGICO EN LA PARROQUIA JUAN MONTALVO, CANTÒN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”.
<b>AUTORA :</b>	Cheza Trejo Yesenia Lizeth
<b>FECHA :</b>	21 de febrero del 2018
<b>PROGRAMA :</b>	PREGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA :</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
<b>ASESOR/DIRECTOR :</b>	Ing. Carlos Merizalde Leiton

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

Yo, Cheza Trejo Yesenia Lizeth, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040166530-2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior, Artículo 144.

## 3. CONSTANCIA

La autora manifiesta 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 la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los **15** días del mes de **Marzo** del 2018.

LA AUTORA:



Cheza Trejo Yesenia Lizeth

040166530-2



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Cheza Trejo Yesenia Lizeth, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040166530-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5,6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO EN LA PARROQUIA JUAN MONTALVO, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA 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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Yesenia Lizeth Cheza Trejo', is written over a horizontal line.

Yesenia Lizeth Cheza Trejo

Cedula: 040166530-2

Ibarra a los 15 días del mes de **Marzo** del 2018

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de grado se lo dedico con mucho cariño y amor a mi madre por brindarme sus consejos, paciencia y entrega diaria y por ser mi inspiración para siempre seguir adelante.

A mi padre por brindarme sus consejos y apoyo incondicional en todo momento, a mis hermanas por brindarme su cariño para seguir adelante.

A alguien muy especial en mi vida que a pesar de todo ha sido mi fortaleza en momentos difíciles y que ha estado acompañándome y brindándome su apoyo incondicional

**Lizeth Cheza**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a: Dios por permitirme vivir una vida plena y saludable, por ser quien llena de fortaleza mi vida y guía siempre mi camino.

A mis padres por sus consejos, amor y apoyo incondicional en toda mi carrera universitaria.

A alguien especial en mi vida por sus consejos y apoyo incondicional en todo momento a pesar de las dificultades.

A cada uno de mis maestros que, con sus consejos y enseñanzas, crearon en mi los deseos de superación y la fuerza para culminar el sueño tan anhelado, a la Universidad Técnica del Norte por acogerme en sus aulas en busca de conocimientos y superación, y de manera especial mi gratitud más sincera al Msc. Carlos Merizalde por su aporte colaboración incondicional en el desarrollo del presente trabajo.

**Lizeth Cheza**

## PRESENTACIÒN

El presente estudio de factibilidad consiste en la creaci3n de la empresa de turismo ecol3gico, en el Cant3n Cayambe, parroquia Juan Montalvo, provincia de Pichincha el cual tiene como objetivo la difusi3n y preservaci3n de los medios naturales que posee la parroquia de Juan Montalvo.

**Capítulo I,** Con el fin de determinar aspectos importantes del lugar donde estar3 ubicada la empresa se realiz3 un diagn3stico situacional determinando lugares y costumbres del cant3n Cayambe, mediante la recopilaci3n de datos primarios y secundarios a trav3s de sitios e instituciones tales como INEC, Ministerio de Turismo y observaciones propias.

**Capítulo II,** Tenemos el marco te3rico que fue estructurado de acuerdo a fuentes bibliogr3ficas relacionadas con el tema de estudio, describiendo citas de conceptos fundamentales y realizando un an3lisis apegado a la necesidad de la empresa a desarrollarse sustentando as3 de manera te3rica la investigaci3n.

**Capítulo III,** Hace referencia al estudio de mercado en el cual se tomaron en cuenta las condiciones y caracter3sticas de nuestro mercado meta, la realizaci3n de un an3lisis de la oferta y la demanda las cuales nos permitieron determinar los costos del servicio a ofertar, adem3s se realizaron encuestas a los habitantes de la parroquia, turistas tanto nacionales como extranjeros lo que sirvi3 como base para establecer el grado de aceptaci3n que tendr3 nuestra empresa en cuanto a sus gustos y preferencias.

**Capítulo IV,** Para el desarrollo del estudio t3cnico se consider3 realizar un an3lisis del lugar exacto e ideal donde se ubicar3 la empresa; adem3s de identificar los productos y servicios a ofertar y establecer las necesidades de: infraestructura, materiales, tecnol3gicas y el recurso humano requerido para nuestro proyecto.

**Capítulo V**, En la creación de la nueva empresa de turismo es necesario establecer la estructura administrativa además de la estructura legal en la que se sustentara para su creación.

**Capítulo VI**, Compuesto por la evaluación financiera la que determina el presupuesto de ingresos y gastos, estados financieros proyectados, flujo de caja, costo de oportunidad, tasa de rendimiento, cálculo del VAN y el TIR, estos factores de gran importancia permitieron determinar la viabilidad del proyecto.

**Capítulo VII**, Se realiza el análisis de los impactos que tendrá el proyecto se menciona todos aquellos que inciden con la realización del mismo a través de una matriz de impactos.

Por último se finaliza el estudio con las debidas conclusiones y recomendaciones, esperando que este proyecto pueda ser una herramienta de utilidad para los lectores que realicen futuras inversiones en el campo turístico.

## INDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO .....	II
EXECUTIVE SUMMARY .....	III
DECLARACIÓN .....	IV
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR .....	V
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VI
CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VIII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
PRESENTACIÓN.....	XI
INDICE DE CONTENIDOS .....	XIII
INDICE DE TABLAS .....	XXII
INDICE DE GRAFICOS .....	27
CAPITULO I.....	30
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	30
1.1 Antecedentes .....	30
1.2 Objetivos .....	31
1.2.1 Objetivo General .....	31
1.2.2 Objetivo Especifico .....	31
1.3 Variables e Indicadores .....	32

1.4 Matriz de Relación Diagnóstica .....	33
1.5 Desarrollo de la Matriz Diagnóstica.....	34
1.5.1 Atractivos Geológicos .....	34
1.5.2 Atractivos Flora y Fauna .....	39
1.5.3 Costumbres y Tradiciones .....	48
1.5.4 Gastronomía .....	51
1.5.5 Aspectos Socioeconómicos .....	52
1.5.6 Normativa Legal.....	56
1.5.7 Fuentes de Financiamiento.....	56
1.6 Matriz AOOR.....	58
1.7 Identificación de la Oportunidad de Inversión .....	59
CAPITULO II .....	60
MARCO TEÓRICO .....	60
2.1 Introducción .....	60
2.2 Objetivos .....	60
2.3 Conceptualización de Términos Referentes a Turismo.....	60
2.3.1 Turismo .....	60
2.3.2 Tipos de Turismo .....	61
2.3.3 Turista.....	62
2.3.4. Tipos de Turistas .....	62
2.5 Ecoturismo .....	63

2.4 Conceptualización de Términos Referentes a Estudio de Mercado .....	64
2.4.1 Estudio de Mercado.....	64
2.4.2 Mercado.....	64
2.4.3 Oferta.....	64
2.4.4 Demanda.....	65
2.4.5 Producto .....	65
2.4.6 Precio.....	65
2.4.7 Comercialización.....	66
2.5 Conceptualización de Términos Referentes a Estudio Técnico .....	66
2.5.1 Estudio Técnico.....	66
2.5.2 Tamaño del proyecto .....	66
2.5.3 Localización óptima del proyecto .....	66
2.5.4 Ingeniería del proyecto.....	67
2.5.5 Talento Humano .....	68
2.6 Conceptualización de Términos Referentes a Estudio Financiero.....	68
2.6.1 Estudio Financiero.....	68
2.6.2 Ingresos .....	69
2.6.3 Costos de operación .....	69
2.6.4 Estados Financieros.....	69
2.6.5 Capital de Trabajo .....	70
2.6.6 Punto de Equilibrio.....	70

2.6.7 Valor actual neto .....	71
2.6.8 Tasa Interna de Retorno .....	71
2.6.9 Relación Costo Beneficio.....	71
2.6.10 Tiempo de recuperación de la inversión .....	72
2.7 Conceptualización de Términos Referentes a Estructura Organizativa .....	72
2.7.1 Estructura Administrativa .....	72
2.7.2 Misión.....	72
2.7.3 Visión .....	73
2.7.4 Organigrama.....	73
2.8 Conceptualización de Términos Referentes a Estructura Impactos .....	74
2.8.1 Impactos .....	74
2.8.3 Impacto Social.....	74
2.8.4 Impacto Económico.....	74
2.8.5 Impacto Ambiental .....	74
CAPITULO III .....	75
ESTUDIO DE MERCADO .....	75
3.1 Introducción .....	75
3.2 Objetivos .....	75
3.2.1 Objetivos Específicos.....	75
3.3 Variables e Indicadores .....	76
3.4 Matriz de Estudio de Mercado .....	77

3.5 Caracterización del Servicio.....	78
3.5.1 Paquetes Turísticos.....	79
3.6 Desarrollo operativo del estudio .....	79
3.6.1 Identificación de la Población .....	79
3.6.2 Diseño de Instrumentos de Investigación.....	80
3.6.3 Calculo del Tamaño de la Muestra.....	80
3.6.4 Fórmula de Cálculo .....	81
3.7 Tabulación y Análisis de la Información .....	82
3.7.1 Encuesta Dirigida a la Población de la Parroquia Juan Montalvo .....	82
3.7.2 Encuesta Dirigida a los Turistas Nacionales y Extranjeros.....	85
3.7.3 Entrevista Dirigida a la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del CantónCayambe .....	95
3.8 Oferta Turística Nacional .....	98
3.8.1 Oferta Turística Local .....	99
3.8.2 Análisis de la Competencia .....	102
3.8.3 Servicio de Transporte Existente.....	104
3.8.4 Proyección de la Oferta .....	105
3.9 Análisis Actual del Turismo en el Contexto Nacional.....	105
3.9.1 Análisis de la Demanda.....	106
3.9.2 Demanda Local .....	107
3.9.3 Proyección de la Demanda.....	107
3.10 Determinación de la Demanda Insatisfecha .....	108

3.11 Participación en el Proyecto .....	109
3.12 Análisis de Precios .....	110
3.13 Comercialización.....	112
3.14 Promoción .....	112
3.15 Publicidad.....	113
3.16 Conclusiones del Estudio de Mercado .....	113
CAPITULO IV .....	114
ESTUDIO TÉCNICO .....	114
4.1 Introducción .....	114
4.2 Objetivo.....	114
4.3 Localización del proyecto .....	114
4.3.1 Macro localización .....	114
4.3.2 Micro localización.....	116
4.4 Ingeniería del proyecto.....	117
4.5 Obra civil.....	119
4.5.1 Diseño de instalación de la planta .....	119
4.5.2 Distribución de las instalaciones .....	120
4.6 Determinación del presupuesto técnico.....	121
4.6.1 Inversión Fija.....	121
4.6.2 Resumen de activos fijos.....	127
4.6.3 Inversión diferida .....	127

4.6.4 Inversión variable- capital de trabajo .....	128
4.7 Inversión Total del Proyecto .....	128
CAPITULO V .....	129
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL.....	129
5.1 Introducción .....	129
5.2 Nombre de la empresa.....	129
5.3 Elementos Administrativos Estratégicos.....	130
5.4 Requisitos Legales para su Funcionamiento .....	130
5.4.1 Base Legal .....	130
5.5 Organigrama Estructural de la Empresa.....	137
5.6 Matriz de competencias.....	138
CAPITULO VI.....	144
ESTUDIO FINANCIERO.....	144
6.1 Introducción .....	144
6.2 Objetivo.....	144
6.3 Estructura de la inversión.....	144
6.4 Destino de la Inversión.....	145
6.5 Ingresos .....	145
6.5.1 Proyección de ingresos.....	145
6.6 Egresos .....	146
6.6.1 Presupuesto de Costos de producción .....	146

6.6.2 Gastos administrativos .....	152
6.6.3 Gasto Ventas .....	154
6.6.4 Gasto de Depreciación .....	156
6.6.5 Gastos financieros .....	157
6.7 Resumen de Gastos- Egresos .....	157
6.8 Fuente de financiamiento .....	157
6.9 Estados Financieros Proyectados .....	158
6.9.1 Balance de arranque o Estado de Situación Financiera Inicial .....	158
6.9.2 Estado de Resultados Proyectado.....	160
6.9.3 Flujo de Efectivo Proyectado .....	161
6.10 Distribución de Costos en Cada Servicio .....	162
6.11 Evaluación de la Inversión .....	163
6.11.1 Tasa de Rendimiento Medio (TRM) .....	164
6.11.2 Valor Actual Neto (VAN) .....	165
6.11.3 Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	165
6.11.4 Periodo de Recuperación.....	166
6.11.5 Costo Beneficio .....	167
6.11.6 Punto de Equilibrio.....	167
CAPITULO VII.....	169
IMPACTOS.....	169
7. 1 Introducción .....	169

7.2 Valoración cualitativa y cuantitativa.....	169
7.3 Impacto Económico.....	171
7.4 Impacto Social.....	172
7.5 Impacto Ambiental.....	173
7.6 Matriz General de Impactos.....	175
CONCLUSIONES.....	176
RECOMENDACIONES.....	178
REFERENCIAS.....	179
ANEXO 1.....	181
ANEXO 2.....	182
ANEXO 3.....	184

**INDICE DE TABLAS**

TABLA N° 1 MATRIZ DIAGNÓSTICA .....	33
TABLA N° 2 FICHA PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA .....	37
TABLA N° 3 POBLACION EN EL AREA URBANA Y RURAL POR SEXO .....	53
TABLA N° 4 POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA.....	55
TABLA N° 5 COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL CANTÓN CAYAMBE	57
TABLA N° 6 BANCOS PRIVADOS DEL CANTÓN CAYAMBE .....	57
TABLA N° 7 BANCOS PÚBLICOS DEL CANTÓN CAYAMBE.....	58
TABLA N° 8 VARIABLES E INDICADORES .....	76
TABLA N° 9 MATRIZ ESTUDIO DE MERCADO .....	77
TABLA N° 10 DESARROLLO LOCAL .....	82
TABLA N° 11 PROVEER ALIMENTOS FRESCOS .....	83
TABLA N° 12 GUIA NATIVO.....	84
TABLA N° 13 SEXO.....	85
TABLA N° 14 EDAD.....	86
TABLA N° 15 NIVEL DE INGRESOS .....	87
TABLA N° 16 ACTIVIDAD REALIZADA LOS FINES DE SEMANA .....	88
TABLA N° 17 EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO .....	89
TABLA N° 18 SERVICIOS A OFRECER .....	90
TABLA N° 19 PRECIO DEL SERVICIO A OFRECER.....	91
TABLA N° 20 FRECUENCIA DE VISITA .....	92

TABLA N° 21 MEDIO PARA REALIZAR RESERVACIONES .....	93
TABLA N° 22 MEDIO PARA DAR A CONOCER A LA EMPRESA .....	94
TABLA N° 23 ANÁLISIS DE SITIOS DE ALIMENTACIÓN SEGÚN CATEGORIA.....	100
TABLA N° 24 ANÁLISIS DE SITIOS DE ALOJAMIENTO SEGÚN CATEGORIA .....	101
TABLA N° 25 ANÁLISIS DE SITIOS DE ALOJAMIENTO .....	102
TABLA N° 26 SERVICIO QUE OFERTAN LOS DISTINTOS SITIOS DE ALOJAMIENTO .....	103
TABLA N° 27 SERVICIO DE TRANSPORTE EXISTE.....	104
TABLA N° 28 ANALISIS DE SITIOS DE ALOJAMIENTO .....	105
TABLA N° 29 POSICIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMIA .....	106
TABLA N° 30 ANÁLISIS DE VISITANTES A LA RESERVA ECOLÓGICA CAYAMBE COCA.....	107
TABLA N° 31 PROYECCION DEMANDA DE TURISTAS .....	108
TABLA N° 32 DEMANDA INSATISFECHA.....	109
TABLA N° 33 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER.....	109
TABLA N° 34 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER POR SERVICIO.....	110
TABLA N° 35 DETERMINACIÓN DE PRECIOS .....	111
TABLA N° 36 DISTRIBUCION DE LA PLANTA .....	119
TABLA N° 37 REQUERIMIENTO DE TERRENO.....	121
TABLA N° 38 INFRAESTRUCTURA CIVIL.....	122
TABLA N° 39 MUEBLES Y ENSERES HABITACIONES .....	122
TABLA N° 40 MUEBLES DE OFICINA .....	123

TABLA N° 41 EQUIPOS DE OFICINA .....	123
TABLA N° 42 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	124
TABLA N° 43 VEHICULO .....	124
TABLA N° 44 MENAJE.....	125
TABLA N° 45 SEMOVIENTES.....	126
TABLA N° 46 REQUERIMIENTO MANO DE OBRA.....	126
TABLA N° 47 INVERSIONES FIJAS .....	127
TABLA N° 48 GASTOS DE CONSTITUCION .....	127
TABLA N° 49 CAPITAL DE TRABAJO .....	128
TABLA N° 50 INVERSION TOTAL.....	128
TABLA N° 51 CATEGORIZAION DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS.....	131
TABLA N° 52 CONSTITUCION DE UNA EMPRESA DE TURISMO ECOLÒGICO .....	132
TABLA N° 53 MATRIZ DE PUESTOS .....	138
TABLA N° 54 DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSION TOTAL.....	144
TABLA N° 55 INVERSIÓN TOTAL.....	145
TABLA N° 56 PROYECCIÓN VENTAS NETAS .....	146
TABLA N° 57 COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA HOSPEDAJE.....	147
TABLA N° 58 PROYECCION MATERIA PRIMA DIRECTA HOSPEDAJE .....	147
TABLA N° 59 COSTOS DE MATERIA PRIMA RESTAURANTE .....	148
TABLA N° 60 RESUMEN COSTOS DE MATERIA PRIMA RESTAURANTE.....	149
TABLA N° 61 PROYECCION MATERIA PRIMA DIRECTA ALIMENTACIÓN .....	149

TABLA N° 62 MANO DE OBRA DIRECTA .....	149
TABLA N° 63 PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA .....	150
TABLA N° 64 MANO DE OBRA INDIRECTA .....	150
TABLA N° 65 PROYECCIÓN MANO DE OBRA INDIRECTA.....	150
TABLA N° 66 REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO .....	150
TABLA N° 67 LIMPIEZA Y ASEO .....	151
TABLA N° 68 SERVICIOS BÁSICOS .....	151
TABLA N° 69 OTROS CIF .....	151
TABLA N° 70 RESUMEN COSTOS DE OPERACIÓN.....	152
TABLA N° 71 SUELDOS ADMINISTRATIVOS.....	152
TABLA N° 72 HONORARIOS PROFESIONALES .....	152
TABLA N° 73 PROYECCIÓN GASTO SUELDO ADMINISTRATIVO .....	153
TABLA N° 74 PROYECCIÓN SERVICIOS PROFESIONALES .....	153
TABLA N° 75 SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA .....	153
TABLA N° 76 PROYECCIÓN SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA .....	154
TABLA N° 77 TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	154
TABLA N° 78 GASTO VENTAS .....	154
TABLA N° 79 PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS .....	155
TABLA N° 80 DEPRECIACIONES .....	156
TABLA N° 81 GASTO FINANCIERO.....	157
TABLA N° 82 RESUMEN DE GASTOS- EGRESOS .....	157

TABLA N° 83 AMORTIZACIÓN.....	158
TABLA N° 84 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS .....	160
TABLA N° 85 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO.....	161
TABLA N° 86 COSTO VARIABLE .....	162
TABLA N° 87 COSTO ADMINISTRATIVO.....	162
TABLA N° 88 COSTO TOTAL UNITARIO .....	163
TABLA N° 89 PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO .....	163
TABLA N° 90 TASA DE RENDIMIENTO MEDIO.....	164
TABLA N° 91 VAN.....	165
TABLA N° 92 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	166
TABLA N° 93 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	168
TABLA N° 94 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES .....	168
TABLA N° 95 NIVEL DE IMPACTOS .....	170
TABLA N° 96 MATRIZ DE VALORACION .....	170
TABLA N° 97 IMPACTO ECONÓMICO .....	171
TABLA N° 98 IMPACTO SOCIAL .....	172
TABLA N° 99 IMPACTO AMBIENTAL.....	173
TABLA N° 100 IMPACTO CULTURAL .....	174
TABLA N° 101 MATRIZ GENERAL .....	175

## INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO N° 1 Nevado Cayambe.....	34
GRAFICO N° 2 Las 3 cascadas ocultas el Tingo, el Buho y el Alumbral.....	35
GRAFICO N° 3 Laguna Verde .....	35
GRAFICO N° 4 Parque Nacional Cayambe Coca .....	36
GRAFICO N° 5 Terrazas de Cultivo.....	38
GRAFICO N° 6 CHUQUIRAGUA (chuquiragua jussieui).....	39
GRAFICO N° 8 MORA (rubus glaucus) .....	40
GRAFICO N° 9 SIERRA (minonia papillosa).....	40
GRAFICO N° 10 PUMAMAQUI (oreopanax andreanus).....	40
GRAFICO N° 11 WANTO- GUANDO (brugnansia sanguínea) .....	41
GRAFICO N° 12 FLORIPONDIO (brugmansia arborea) .....	41
GRAFICO N° 13 DIENTE DE LEON.....	41
GRAFICO N° 14 UVILLA (physalis peruana) .....	42
GRAFICO N° 15 EUCALIPTO (eucaliptus globulus) .....	42
GRAFICO N° 16 ATZERA ACHIRA (canna x generalis).....	42
GRAFICO N° 17 ZAMBO (cucurbita ficifolia).....	43
GRAFICO N° 18 PENCO CHAGUARQUERO (agave americana) .....	43
GRAFICO N° 19 ORQUIDEA- FLOR DE CRISTO (epidendrum sp).....	43
GRAFICO N° 20 CHUCURI (mustela frenata).....	44
GRAFICO N° 21 ZARIGUEYA ANDINA DE OREJAS BLANCAS (didelphis pernigra)...	44

GRAFICO N° 22 CONEJO SILVESTRE ( <i>sylvilagus brasiliensis</i> ).....	45
GRAFICO N° 23 CONDOR ANDINO ( <i>vultur gryphus</i> ) .....	45
GRAFICO N° 24 GAVILAN VARIABLE ( <i>buteo polyosoma</i> ).....	46
GRAFICO N° 25 GORRION RUFICOLLAREJO ( <i>zonotrichia capensis</i> ).....	46
GRAFICO N° 26 CARA CARA CURIQUINGUE ( <i>phalcoboenus carunculatus</i> ) .....	46
GRAFICO N° 27 COLIBRI PICO DE ESPADA ( <i>ensifera ensifera</i> ) .....	47
GRAFICO N° 28 QUILICO ( <i>falco sparverius</i> ).....	47
GRAFICO N° 29 IGLESIA SANTA CATALINA.....	48
GRAFICO N° 30 INTIRAYMI.....	48
GRAFICO N° 31 OCTAVAS JUAN MONTALVO .....	50
GRÁFICO N° 32 DESARROLLO LOCAL .....	82
GRÁFICO N° 33 PROVEER ALIMENTOS FRESCOS .....	83
GRAFICO N° 34 GUIA NATIVO.....	84
GRAFICO N° 35 SEXO .....	85
GRAFICO N° 36 EDAD.....	86
GRAFICO N° 37 NIVEL DE INGRESOS .....	87
GRAFICO N° 38 ACTIVIDAD REALIZADA LOS FINES DE SEMANA.....	88
GRAFICO N° 39 EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO.....	89
GRAFICO N° 40 SERVICIOS A OFRECER .....	90
GRAFICO N° 41 PRECIO DEL SERVICIO A OFRECER .....	91
GRAFICO N° 42 FRECUENCIA DE VISITA .....	92

GRAFICO N° 43 MEDIO PARA REALIZAR RESERVACIONES.....	93
GRAFICO N° 44 MEDIO PARA DAR A CONOCER A LA EMPRESA.....	94
GRAFICO N° 45 PRECIO DEL SERVICIO A OFRECER .....	111
GRAFICO N° 47 MAPA POLITICO DEL CANTON CAYAMBE.....	115
GRAFICO N° 48 MAPA TURISTICO DEL CANTON CAYAMBE.....	116
GRAFICO N° 49 PROCESO ATENCIÓN CLIENTE RESTAURANTE.....	116
GRAFICO N° 50 PROCESO ATENCION CLIENTE ALOJAMIENTO.....	116
GRAFICO N° 51 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	120

## CAPITULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1 Antecedentes

El cantón Cayambe, está situado al noreste de la provincia de Pichicha, a 60 minutos de la ciudad de Quito; su interculturalidad, historia y recursos naturales le convierten en un lugar atractivo para propios y extraños. Cayambe es conocido por sus golosinas, el manjar de leche, el queso de hoja, los bizcochos y su comida típica. Políticamente se halla conformado por ocho parroquias, dos urbanas y seis rurales. (CHURUCHUMBI, 2015)

La Parroquia Juan Montalvo es una de las tres parroquias urbanas que tiene el Cantón Cayambe, fundada el 12 de mayo de 1927, se localiza a una altitud de 2.810 msnm a tan solo 3 km de la cabecera cantonal Cayambe y 75 km de la ciudad de Quito.

Su historia se remonta a tiempos del Tahuantinsuyo ya que se dice que en sus tierras habito el gran Cacique mayor Nasacota Puento, el cual residía en el antiguo “Llano de Gualavisi”, que comprendía desde el rio guáchala (sur) hasta la quebrada de yasnan (norte). Entregando posteriormente estas tierras a su hijo Quimbia Puento y este a su nieto Jerónimo Puento. (GUAÑA, 2017)

Juan Montalvo guarda un incommensurable acervo cultural, histórico y natural lo cual la convierten en un lugar agradable para la práctica del turismo.

Este atractivo lugar presenta un paisaje heterogéneo ya que se pueden observar extensas zonas de páramo, además de valles cálidos y secos, también pendientes suaves y fuertes con relieves ondulados y montañosos. El clima se caracteriza por una temperatura media ambiental de 8 grados centígrados y máxima de 22 grados centígrados.

Entre los lugares más representativos y visitados de la Parroquia Juan Montalvo se puede apreciar al Parque Nacional Cayambe Coca con una gran diversidad vegetal y animal, la Parroquia se encuentra localizada en el lado oeste de la Reserva dotando de una de las entradas principales a este, por la ruta carrozable de Sayaro, La Dormida y el Nevado Cayambe. (GUAÑA, 2017)

Sin lugar a dudas en la Parroquia se puede encontrar un escenario de atractivos culturales y naturales como ríos, lagunas, bosques primarios, flora, fauna, fuentes de aguas termales, montañas, ruinas arqueológicas y hasta casas de hacienda que son engalanadas por el majestuoso Volcán Cayambe. (CHURUCHUMBI, 2015)

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Conocer la situación actual de la parroquia Juan Montalvo en el área turística para determinar los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

### **1.2.2 Objetivo Especifico**

- Identificar y caracterizar los principales atractivos naturales de la parroquia Juan Montalvo.
- Identificar y caracterizar los diferentes elementos del patrimonio histórico de la parroquia Juan Montalvo.

- Estudiar los aspectos socioeconómicos de los habitantes de la parroquia Juan Montalvo.
- Analizar la normativa local y nacional referente al desarrollo de emprendimientos.
- Realizar un análisis de las posibles fuentes de financiamiento para la creación de la empresa.

### 1.3 Variables e Indicadores

Se han identificado las siguientes variables e indicadores que serán motivo de análisis:

- **Atractivos naturales** (volcán, cascadas, terrazas de cultivos, lagunas)
- **Patrimonio histórico cultural** (costumbres, tradiciones, ritos, eventos, fechas)
- **Aspectos socioeconómicos** (demografía, sectores productivos, producción, trabajo, PEA)
- **Normativa legal** (Ordenanzas, leyes, normas, reglamentos)
- **Fuentes de financiamiento** (Instituciones financieras, tipos de préstamo, tasa de interés, plazo).

A continuación se presenta una matriz en donde se detalla de mejor manera cada una de las variables a analizar.

## 1.4 Matriz de Relación Diagnóstica

**TABLA N° 1**  
**MATRIZ DIAGNÓSTICA**

Nro.	Objetivos Diagnosticas	Variables	Indicadores	Técnicas	Fuente de Información
1	Identificar y caracterizar los principales atractivos geológicos de la parroquia Juan Montalvo.	-Atractivos naturales -Atractivos antropológicos -Biodiversidad	-Volcán -Cascadas -Lagunas -Reservas Naturales -Terrazas de cultivo -Flora y Fauna	-Fotografía -Fotografía -Fotografía -Ficha Técnica	-Primaria -Secundaria -Primaria
2	Identificar y caracterizar los diferentes elementos del patrimonio histórico y gastronómico de la parroquia Juan Montalvo.	-Patrimonio histórico cultural y gastronómico	-Costumbres -Tradiciones -Ritos -Eventos -Fechas -Gastronomía	Documental	Secundaria
3	Estudiar los aspectos socioeconómicos de los habitantes de la parroquia Juan Montalvo.	-Aspectos socioeconómicos	-Demografía -Sectores económicos -Producción -Trabajo -PEA	Documental	Secundaria
4	Analizar la normativa local y nacional referente al desarrollo de emprendimientos.	-Normativa legal	-Ordenanzas -leyes -normas -reglamentos	-Documental -Linkografica	-Secundaria -Secundaria
5	Realizar un análisis de las posibles fuentes de financiamiento para la creación de la empresa.	-Fuentes de financiamiento	-Instituciones financieras -Tipos de préstamo -Tasas -Plazos	-Observación- ficha -Observación- ficha	Primaria

**Elaborado por:** Lizeth Cheza

## 1.5 Desarrollo de la Matriz Diagnóstica

A manera de inventario, a continuación, se presenta una caracterización de cada uno de los patrimonios conforme a la planificación presentada en la matriz de relación diagnóstica.

### 1.5.1 Atractivos Naturales

#### **GRAFICO N° 1** **NEVADO CAYAMBE**



**FUENTE:** Investigación directa  
**FOTOGRAFIA:** Lizeth Cheza

La fotografía se realizó con un Smart phone desde el parque yasnán perteneciente a la parroquia Juan Montalvo desde donde el volcán es visible a tempranas horas de la mañana.

El volcán o nevado Cayambe se encuentra localizado en la parte norte de la cordillera de los andes ecuatorianos, a 60 km al nor-orienté de la ciudad de Quito y a tan solo 15 km al orienté de la ciudad de Cayambe. Es la tercera montaña más alta del Ecuador; la cima está a 5790 metros sobre el nivel del mar. Está conformado por 3 glaciares:

La primera, punta Jarrin en la parte Occidental; la segunda y máxima en la parte central y la tercera en la parte Oriental, en donde se presume que se encuentra el cráter. (CHURUCHUMBI, 2015)

**GRAFICO N° 2**  
**LAS 3 CASCADAS OCULTAS EL TINGO, EL BUHO Y EL ALUMBRAL**



**FUENTE:** Las Fiestas de las Octavas Parroquia de Juan Montalvo  
**FOTOGRAFIA** Pablo Guaña

Cascada y balneario de agua tibia de Güitig que sale directamente de la peña viva y termina en el rio Pisque muy cerca de “El Tingo” de Guáchala muy cerca línea ecuatorial a una latitud de: 0° 0’0’’. Cascada El Alumbral. Cascada de El Búho. (GUAÑA, 2017)

**GRAFICO N° 3**  
**LAGUNA VERDE**



**FUENTE:** Observación Directa  
**FOTOGRAFIA:** Lizeth Cheza

La fotografía se tomó con una cámara marca Samsung a los pies de la laguna verde como se puede apreciar; en esa ocasión el clima se encontraba en perfectas condiciones lo que permitió realizar la caminata hasta ese bello lugar.

De acuerdo a declaraciones de guías turísticos de la RECA Y la laguna verde toma ese nombre por sus aguas que se tornan verdes debido a que esta no posee entrada ni salida y en su interior no existen algas que puedan purificar dicha agua.

Se encuentra en las faldas del volcán Cayambe, a 2 horas de camino desde la ciudad, por el sendero que conduce a la Virgen ubicada en la parte izquierda del refugio Ruales- Oleas-Berge. En la montaña de lava petrificada camino a la cumbre, siguiendo el camino más adelante, se encuentra un arenal y la Laguna Verde. Esta es alimentada por los deshielos subterráneos. Existen algunas señales para llegar al lugar, pero es recomendable la compañía de guía.

**GRAFICO N° 4**  
**PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA**



**FUENTE:** Observación Directa  
**FOTOGRAFIA:** Lizeth Cheza

Fotografía tomada con un celular Samsung en el trayecto de ida al volcán Cayambe de los páramos existentes en el parque nacional Cayambe\_ Coca.

El Parque Nacional es un lugar que se caracteriza por los humedales de sus paramos, el ambiente está cubierto la mayor parte de tiempo de neblina lo que provoca las constantes lluvias, en la parte baja posee una extensa vegetación, además de lagunas, almohadillas de páramo y ríos que forman caídas y cascadas.

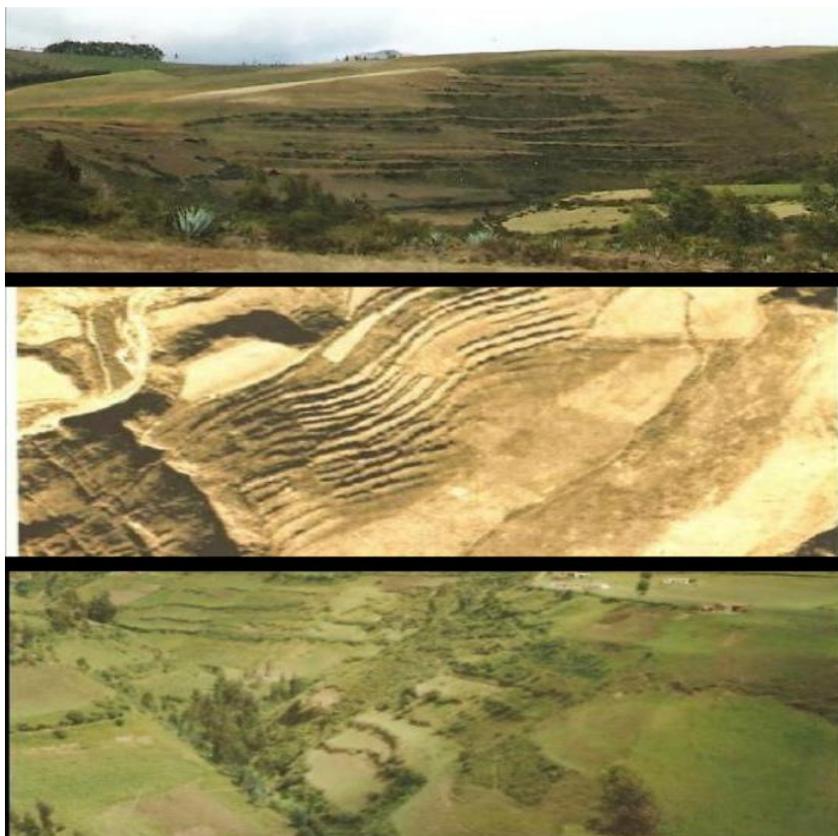
**TABLA N° 2**  
**FICHA PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA**

CREACIÓN	Decreto Supremo N° 818 de noviembre 17 de 1970
EXTENSIÓN	403 103 has
UBICACIÓN	Ocupando cuatro provincias: Imbabura y Pichincha en la sierra (25%), Sucumbíos y Napo en la Amazonia (75%).
RANGO ALTITUDINAL	Desde 600 msnm a 5790 msnm
PRINCIPALES ELEVACIONES	Cayambe (5790 msnm), Reventador (3485 msnm), Sarahurco (4725 msnm), y Puntas (4425 msnm)
CLIMA	La temperatura varía de acuerdo a la altitud desde los 5-25 °C
HIDROGRAFIA	Aquí nacen las importantes cuencas hidrográficas del país, como la de Esmeraldas, Chota y Mira (en el noroccidente); Papallacta, Cosanga, Quijos, Oyacachi, Salado, Coca, Aguarico, Napo y Pastaza (en la amazonia, norte y sur).
FLORA	Han sido registradas más de 100 especies de plantas endémicas. Entre la flora existe la taruga, achicoria, chuquiragua, romerillo, licopodio, achupalla y quinua.
FAUNA	En la reserva se han identificado 106 especies de mamíferos (oso de anteojos, lobo de paramo, raposa común, murciélago orejón andino, puerco espín, musaraña andina, entre otros), 395 de aves (cóndor andino, guacamayo militar, tucán andino, pato puntiado, zambullidor plateado, perdiz de paramo, entre otros), 70 de reptiles (culebras y lagartijas) y 116 de anfibios (sapos, ranas, salamandras y cecilidos).
TURISMO	Sistema Lacustre Papallacta, Laguna de San Marcos, Volcán Cayambe, Volcán Reventador, cerro Sarahurco, cerro Puntas, Aguas termales, Parque de escalada Cuyuja, Cascada de San Rafael, entre otros. Se puede realizar andinismo, campismo, pesca deportiva, observación de flora y fauna de paramo, caminatas, entre otras.
¿COMO LLEGAMOS?	Por la entrada de Cayambe: Se toma la vía de segundo orden Juan Montalvo – El Hato – Pie Monte que conduce al refugio. Toma 45 minutos hasta el punto de control.

FUENTE: página web RECA Y

ELABORACIÓN: Lizeth Cheza

**GRAFICO N° 5**  
**TERRAZAS DE CULTIVO**



**FUENTE:** Las Fiestas de las Octavas Parroquia de Juan Montalvo

**FOTOGRAFIA:** Pablo Guaña

En la parroquia de Juan Montalvo se encuentran identificados vestigios del sistema de cultivo utilizado por los Incas; por lo que a ellos se les atribuye el construir este tipo de terrazas de cultivo.

Las terrazas están ubicadas en dos grandes cerros como son: Punta Reja y Pie Monte las mismas que se las puede apreciar claramente en el recorrido al refugio del nevado Cayambe.

## 1.5.2 Atractivos Flora y Fauna

### ➤ FLORA

#### **GRAFICO N° 6**

#### **CHUQUIRAGUA (*chuquiragua jussieui*)**



FUENTE: (*EcuRed, 2017*)

Significado del nombre quichua: lanzas de candela. Arbusto que mide hasta 1.5 m de alto. La inflorescencia de color anaranjado. Sus hojas y flores en infusión se usan para aliviar la fiebre. La infusión de su cascara se usa para la próstata y las flores para resfríos y para calmar los nervios.

#### **GRAFICO N° 7**

#### **CHILCA BLANCA (*bacchaeris sp*)**



FUENTE: (*PLANTAS MEDICINALES, 2017*)

Común en las quebradas, usado en el “huasifichai” o primera barrida de la casa y por los curanderos para espantar los malos espíritus.

**GRAFICO N° 8**  
**MORA (*rubus glaucus*)**



FUENTE: (HERBARIO, 2017)

Matorral espinoso, de ramificación densa y alargada, productor de frutas comestibles que contienen vitamina C, tiene una relación simbiótica con la araña que poliniza la planta.

**GRAFICO N° 9**  
**SIERRA (*miconia papillosa*)**



FUENTE: (en.wikipedia.org, 2017)

Árboles o arbustos del bosque montano, proveen frutas para las aves y son usadas como leña.

**GRAFICO N° 10**  
**PUMAMAQUI (*oreopanax andreanus*)**



FUENTE: (FUNDACIÓN, 2017)

Su nombre quichua se refiere a la forma de sus hojas que asemejan la mano del puma. La infusión se usa para los nervios y su madera se usa para hacer cucharas, juguetes. Entre otros.

**GRAFICO N° 11**  
**WANTO- GUANTO (*brugmansia sanguínea*)**



FUENTE: (Quito, 2017)

Con compuestos alucinógenos, también conocida como adormidera, se usaba, con ignorado riesgo para hacer dormir a los “guaguas” y se la siembra para alejar la envidia.

**GRAFICO N° 12**  
**FLORIPONDIO (*brugmansia arborea*)**



FUENTE: (Quito, 2017)

El fruto de ambas es considerado analgesico, partido se lo coloca sobre la parte adolorida.

**GRAFICO N° 13**  
**DIENTE DE LEON**



FUENTE: (HERBARIO, 2017)

Originario de Europa, el taraxaco o diente de leon crece como mala hierba tanto en el campo como hasta en el cemento urbano.

**GRAFICO N° 14**  
**UVILLA (*physalis peruana*)**



FUENTE: (Juan, 2017)

Pequeño arbusto cuyos frutos son comestibles y cuya infusión se usa para controlar el colesterol y es diurético al ingerirse en ayunas.

**GRAFICO N° 15**  
**EUCALIPTO (*eucaliptus globulus*)**



FUENTE: (Botanical, 2017)

Originalmente importado de Australia hace más de 100 años, es ahora el árbol más común en la sierra ecuatoriana.

**GRAFICO N° 16**  
**ATZERA ACHIRA (*canna x generalis*)**



FUENTE: (Botanical, 2017)

Las hojas de esta planta que crecen en todos los climas se utilizan como envoltorio para muchos alimentos como por ejemplo quimbolitos, tamales, etc.

**GRAFICO N° 17**  
**ZAMBO (*cucurbita ficifolia*)**



FUENTE: (ESPOL, 2017)

El fruto es muy usado para sopas y para dulces, el zumo del fruto es depilatorio.

**GRAFICO N° 18**  
**PENCO CHAGUARQUERO (*agave americana*)**



FUENTE: (ESPOL, 2017)

La flor de la cabuya es comestible. Las hojas producen fibra para las sogas y son muy usadas como jabon. En su interior se fermenta el licor chaguarmishqui.

**GRAFICO N° 19**  
**ORQUIDEA- FLOR DE CRISTO (*epidendrum sp*)**



FUENTE: (ESPOL, 2017)

Tambien llamadas vulgarmente maiguas, los bulbos de las raices de algunas especies se utilizan como cataplasmas sobre la region del higado para aliviar sus dolencias.

➤ **FAUNA**

**GRAFICO N° 20**

**CHUCURI (*mustela frenata*)**



FUENTE: (ESPOL, <http://blog.espol.edu.ec>, 2017)

Especie de tamaño pequeño. El cuerpo es esbelto, con la cabeza, cuello y cuerpo alargado y patas pequeñas. Ojos y orejas pequeñas, pelaje dorsal marrón oscuro achocolatado, de aspecto brillante y uniforme.

**GRAFICO N° 21**

**ZARIGUEYA ANDINA DE OREJAS BLANCAS (*didelphis pernigra*)**



FUENTE: (ESPOL, <http://blog.espol.edu.ec>, 2017)

Habita en climas subtropicales altos, templados y altos andinos de todo el país. Frecuente en los valles de la región interandina. Dieta- omnívora con actividad nocturna.

**GRAFICO N° 22**  
**CONEJO SILVESTRE (*sylvilagus brasiliensis*)**



FUENTE: (ESPOL, <http://blog.espol.edu.ec>, 2017)

Especie de pequeño tamaño. Cabeza pequeña y pronunciada, ojos grandes, orejas desnudas y relativamente grandes. La cola es delgada y corta. Piernas largas y delgadas, en especial las posteriores.

➤ **Aves**

La presencia de aves en la parroquia Juan Montalvo es influenciada por su ubicación en las laderas del volcán Cayambe el cual forma parte de la Reserva Ecológico Cayambe- Coca, y por los remanentes de bosque andino que aún existen.

**GRAFICO N° 23**  
**CONDOR ANDINO (*vultur gryphus*)**



FUENTE: (ESPOL, <http://blog.espol.edu.ec>, 2017)

Esta es el ave voladora mas grande del mundo. Los jemplares adultos pueden llegar a tener 3 metros entre sus alas extendidas y un peso de 11 o 12 kg.

**GRAFICO N° 24**  
**GAVILAN VARIABLE (*buteo polyosoma*)**



FUENTE: (ESPOL, <http://blog.espol.edu.ec>, 2017)

Numero en campos abiertos y semi despejados. Es una de las aves rapaces más bellas. Tamaño promedio de su cuerpo 50 cm. Su alimentación consiste principalmente en conejos, ratones y aves pequeñas que divisa con su potente vista.

**GRAFICO N° 25**  
**GORRION RUFICOLLAREJO (*zonotrichia capensis*)**



FUENTE: (ESPOL, <http://blog.espol.edu.ec>, 2017)

Es un ave de 15 a 16 cm de color café parduzco. Prefieren aéreas abiertas desde zonas subtropicales hasta las templadas donde pueden encontrar alimento.

**GRAFICO N° 26**  
**CARA CARA CURIQUINGUE (*phalcoboenus carunculatus*)**



FUENTE: (ESPOL, <http://blog.espol.edu.ec>, 2017)

Es una especie rapaz y carroñera. Habita los paramos de altas montañas y aéreas arbustivas o arboladas. Su dieta consiste en ratones, lagartijas, sapos, y otros vertebrados pequeños.

**GRAFICO N° 27**

**COLIBRI PICO DE ESPADA (*ensifera ensifera*)**



**FUENTE:** (ESPOL, <http://blog.espol.edu.ec>, 2017)

Bosque y matorral templados. Pico inconfundible largo con leve curvatura ascendente.

**GRAFICO N° 28**

**QUILICO (*falco sparverius*)**



**FUENTE:** (ESPOL, <http://blog.espol.edu.ec>, 2017)

“quilico”, nombre de origen onomatopéyico pues emite frecuentemente un llamado que suena como a: “quilli- quilli- quilli”. Es un habitante de terrenos abiertos y arbolados y se ha adaptado a habitar sitios intervenidos por el hombre. Por ello es común verlo cerca de terrenos de cultivos al acecho de roedores y lagartijas.

### 1.5.3 Costumbres y Tradiciones

#### ➤ FIESTAS DE ANIVERSARIO DE PARROQUIALIZACION: 12 DE MAYO.

La parroquia de Juan Montalvo fue creada el 12 de mayo de 1927, por tal motivo cada año se celebra su parroquialización en donde se realiza el desfile cívico y existen varios eventos culturales y deportivos antes de la sesión solemne.

#### **GRAFICO N° 29**

#### ***Iglesia Santa Catalina***



FUENTE: (CAYAMBE, 2017)

La imagen que se observa es de la iglesia Santa Catalina en la parroquia Juan Montalvo.

#### ➤ FIESTAS DE SAN PEDRO O INTIRAYMI

#### **GRAFICO N° 30**

#### ***INTIRAYMI***



FUENTE: (CAYAMBE, 2017)

Las fiestas de Cayambe son muy importantes y reconocidas en todo el Ecuador, comienza a mediados del mes de junio y terminan a inicios de julio, con muchos actos y sobre todo sus toros populares. Es la fiesta de San Pedro, fiesta indígena conocida como Inti Raymi en la que se celebra la "Fiesta de la cosecha". En esta gran fecha participan todas las parroquias del cantón dando vida a la fiesta con sus cantos y danzas.

La vestimenta de la gente que participa de las fiestas es: camisa bordada, falda (follera o centro) adornado en sus bordes, fachalina bordada con flecos, alpargatas, gargantillas, sombrero adornado con cintas de colores, careta. Los hombres llevan zamarros (pantalones de piel de cordero o cabra).

Entre los personajes más destacados del Inti Raymi se encuentran el diablo "HUMA" personaje principal de esta celebración su nombre significa cabeza de diablo aunque nada tiene que ver con el diablo, se dice que representa lo positivo y lo negativo. El diablo huma tiene dos caras para así siempre mirar hacia el sol y a la montaña su vestimenta consiste en un zamarro de cuero de chivo, camisa sin cuello bordada de colores, látigo con mango de pata de cabra o venado que lo usa para azotar el aire y el suelo.

Los aruchicos personajes que bailan, tocan y cantan en las fiestas, su vestimenta está conformada por un zamarro de cuero de chivo, además llevan en su espalda dos pañolones cruzados que se los amarran en el pecho y sobre su cabeza un pañuelo grande de seda, generalmente los aruchicos cubren su cabeza con una malla representando a los blancos españoles. Poseen un sombrero de paño del cual se desprenden un sin número de cintas de colores las cuales caen hasta mas debajo de los hombros. (CHURUCHUMBI, 2015)

Las chinucas originalmente se caracterizaban por ser hombres vestidos de mujeres quienes simulaban voz de mujer, tocaban guitarras o rondines. Actualmente son las mismas mujeres quienes bailan y cantan coplas durante la travesía. (CHURUCHUMBI, 2015)

El takidor su nombre proviene de la palabra kichwa taquina: cantar, encargado de animar al grupo, es quien con su voz lanza ciertos gritos que son repetidos en coro por el grupo bailarín. El libro *somos Cayambe* nos presenta un ejemplo de las frases que son gritadas por el takidor:

¡Ayjari, jari!

¡Ay gallo, gallo!

¡Año por año!

¡Wuata por wuata!

¡Cuidado hombre!

¡Cuidado longo!

(CHURUCHUMBI, 2015)

### ➤ LAS OCTAVAS DE JUAN MONTALVO

#### ***GRAFICO N° 31*** ***OCTAVAS JUAN MONTALVO***



FUENTE: (CAYAMBE, 2017)

En la parroquia Juan Montalvo, una vez terminada la toma de la plaza el 29 de junio el Día de San Pedro, se empieza enseguida un alegre período festivo que dura generalmente ocho fines de semana seguidos e involucran a todas las comunidades y parroquias del Cantón.

Se organizan grupos desde 3 hasta más de 50 personajes que bailan y entonan coplas, acompañados de sus guitarras, rondines, flautas y churos. Los grupos van de casa en casa cobrando el “diezmo”, mientras que los dueños de casa brindan lo que a tiempo tienen: comida y bebida.

En estas fiestas las comunidades participan directamente en las entregas de rama de gallos.

Las octavas de Juan Montalvo actualmente se han constituido en una actividad que convoca a mucha gente que organiza el baile y la comida y recorren como mínimo 3 kilómetros de comparsa.

Los festejos son los días sábados por la noche y domingos todo el día, con presencia de grupos de aruchicos, bailes por las calles, ramas de gallos, bandas de músicas, discomóviles, comidas típicas, chicha de jora, empanadas, guarango, etc. Este es organizado por el Comité de Fiestas y la Junta Parroquial de Juan Montalvo.

#### **1.5.4 Gastronomía**

La gastronomía típica de Cayambe es muy variada debido a las bondades que ofrece entre ellos podemos observar:

**El Uchu jacu**, colada de harina de varios granos acompañada de una presa de cuy, huevo, papas y mote.

**La famosa Polla Ronca** elaborada con machica, papas y tostado.

**La colada de Churos**, cocida con harina de maíz y “churos” o caracoles pequeños que se pueden encontrar en el sector.

**El cariucho**, es la combinación de papas con salsa de pepa zambo, zapallo o maní; mote, huevo, queso, lechuga, tomate, aguacate y cuy.

**Las tortillas de chuno**, en base de almidón de papa.

**El champús**, colada preparada con harina de maíz, mote, panela y canela.

**Los tamales**, con harina de maíz, rellenos de carne de cerdo, cocidos al vapor en hojas de achira.

**Los bizcochos**. Es el bocadillo más representativo de la zona, que se preparan a base de harina de trigo, huevos, sal, hechos en horno de leña.

### **1.5.5 Aspectos Socioeconómicos**

#### **Demografía**

Según los datos proporcionados por el INEC el Cantón Cayambe está conformado por 6 parroquias rurales y 2 urbanas estas son: Olmedo, Otón, Ayora, Cangahua, Azcasubi, Santa Rosa de Cusubamba, Cayambe y Juan Montalvo respectivamente.

La población total con la que cuenta el Cantón según el último censo del año 2010 es de 85 795 habitantes distribuidos en el área urbana y rural. En el área urbana el número de habitantes es de 39 028 de los cuales 19 257 son hombres y 19 808 son mujeres, mientras que en el área rural la población se encuentra en los 46 767 habitantes correspondiendo 22 747 a hombres y 24 020 a mujeres.

A continuación, se presenta la información detallada en un cuadro.

**TABLA N° 3****POBLACION EN EL AREA URBANA Y RURAL POR SEXO**

SEXO	2010			
	RURAL		URBANO	
	Población	%	Población	%
Hombre	22747	48.64	19220	49.25
Mujer	24020	51.36	19808	50.75
<b>TOTAL</b>	<b>46767</b>	<b>100</b>	<b>39028</b>	<b>100</b>

FUENTE: Censo INEC 2010

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**Actividades Económicas**

Bajo las estadísticas del INEC, en la Provincia de Pichincha se reportan los siguientes porcentajes en actividades económicas: un 13.9% de la población se dedica a la agricultura, ganadería, caza y silvicultura; por otro lado, un 12.8% trabaja en industrias manufactureras; uno de los porcentajes más altos está destinado al comercio al por mayor y menor con un 23.6%; el resto de porcentajes se puede encontrar un 5.5% destinado a trabajo en hoteles y restaurantes y 6.7% en transporte y almacenes.

Mientras que en el Cantón Cayambe se pueden apreciar algunas actividades productivas relevantes a las que se dedica la población que son:

- Economía campesina
- Producción florícola
- Producción de leche
- Economía de prestación de servicios
- Actividad turística

En la economía campesina la población se ha dedicado a la siembra de diversos cultivos de ciclo corto donde predominan los cereales y legumbres que se complementan con la actividad pecuaria.

La población utiliza su producción agrícola para dos fines, tanto para el autoconsumo como para la venta siendo sus principales mercados: Cayambe, Quito, Otavalo e Ibarra.

La producción florícola es una actividad muy importante para el Cantón ya que por muchos años ha logrado dar dinamismo a la economía de este, logrando que existan mayores fuentes de empleo.

Su principal mercado es el internacional, especialmente Estados Unidos y Europa.

La producción lechera en el Cantón ha ido adquiriendo importancia debido a que en los últimos años se ha venido trabajando en la elaboración de los derivados de la leche como variedades de yogurt, queso, manjar de leche, mantequilla, crema de leche, entre otros.

En el Cantón Cayambe las principales empresas que trabajan con este insumo son Nestlé, Miraflores, Gonzales y Dulacs.

En la economía de prestación de servicios se destaca que según datos del INEC el 32,34% de la población se vincula al sector comercial y de servicios, estas actividades se desarrollan en gran medida en la cabecera cantonal Cayambe mientras que en las cabeceras parroquiales se da en menor medida.

El turismo en el cantón a través de los años ha ido adquiriendo importancia como medio de desarrollo económico local. En los últimos años, se han venido desarrollando proyectos relacionados al turismo comunitario y cultural. Es por ello que se ha creado un proyecto agro turístico como la ruta de la leche y ruta de las flores; como turismo cultural se está

promocionando la ruta del Qhapaq Ñan y la ruta del Libertador. También encontramos la promoción de las fiestas de San Pedro y del Sol en la Mitad del Mundo en los meses de junio y julio.

La presencia del Nevado Cayambe, la reserva natural Cayambe Coca, la cascada de Cariacu y otros lugares naturales, han creado como alternativa a un turismo de naturaleza y de aventura. Algunas comunidades aledañas a estos sitios naturales prestan el servicio de guías, quienes brindan algunas alternativas de senderos cuyo recorrido varía desde dos a ocho horas.

### **Población Económicamente Activa (PEA)**

Según datos obtenidos del último censo poblacional INEC 2010, en el Cantón Cayambe se registra que, del total de la población económicamente activa, el 59,58 % es decir 39 380 habitantes realizan alguna actividad de estos el 96,9 % está ocupado, es decir posee un trabajo remunerado mientras que el 3 % son desocupados.

#### **TABLA N° 4**

#### **POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA**

<b>POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA</b>		
<b>CATEGORIA</b>	<b>CAYAMBE</b>	
	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>ACTIVA (a)</b>	39380	59,58%
<b>Ocupados</b>	38196	97,00%
<b>Desocupados</b>	1184	3,00%
<b>POBLACION INACTIVA</b>		
<b>INACTIVA (b)</b>	26716	40,42%
<b>PET (a+b)</b>	66096	100%

FUENTE: Censo INEC 2010

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

La PEA del cantón Cayambe en diez años de acuerdo a los datos de los Censos de Población y Vivienda (2000 y 2010), ha crecido de 29,101 personas en 2001 a un total de 39,380 personas

en 2010, es decir en un número de 10,279 personas que representa una tasa de crecimiento de 3.54. En ambos años, el cantón se encontró en el tercer lugar de la provincia de Pichincha con mayor porcentaje de PEA, sin embargo, el incremento de la PEA está asociado al crecimiento poblacional del cantón y también a la creación de nuevas plazas de trabajo (florícolas) que atraen migración de otras provincias en busca de un mejor estilo de vida como ya se mencionó previamente.

Por otro lado, según el Censo de Población y Vivienda (2010) la Población en Edad de Trabajar (PET) comprende a 66,906 personas, la PEA representa el 59,58% de la PET.

### **1.5.6 Normativa Legal**

#### ➤ PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.

Objetivo 7. Garantizar los derechos de la naturaleza.

Objetivo 10. Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional.

#### ➤ LEY DE TURISMO

Capítulo vii de los incentivos y beneficios en general

### **1.5.7 Fuentes de Financiamiento**

#### **Entidades privadas.**

En este estudio se darán a conocer las diferentes entidades financieras privadas y públicas como bancos y cooperativas de ahorro y crédito del cantón Cayambe que apoyan al desarrollo de los emprendimientos, empresas microempresa a través de los diferentes programas de financiamiento.

**TABLA N° 5**  
**COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL CANTÓN CAYAMBE**

N°	NOMBRE	TIPO DE CRÉDITO	PORCENTAJE TASA DE INTERES ACTIVA
1	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN PEDRO DE CAYAMBE	COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	11.20%
2	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PROGRESO LTDA.	COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	11.22%
3	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PEDRO MONCAYO LTDA.	COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	11.25%
4	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO YUYAK RUNA LTDA.	COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	11.10%
6	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MANCHINGUÏ LTDA.	COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	11.00%

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 6**  
**BANCOS PRIVADOS DEL CANTÓN CAYAMBE**

N°	NOMBRE	TIPO DE CRÉDITO	PORCENTAJE TASA DE INTERES ACTIVA
1	BANCO COOPROGRESO	COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	11,22%
2	BANCO INTERNACIONAL	COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	11,83%
3	BANCO SOLIDARIO	COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	11.20%
4	BANCO PICHINCHA	COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	9.76%

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 7.**  
**BANCOS PÚBLICOS DEL CANTÓN CAYAMBE**

N°	NOMBRE	TIPO DE CRÉDITO	PORCENTAJE TASA DE INTERES ATIVA
1	BANCO DEL PACÍFICO	COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	10.21%
2	CORPORACIÓN NACIONAL FINANCIERA	COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	10.21%

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

Existen varias instituciones financieras públicas y privadas entre bancos, cooperativas de ahorro y crédito que tienen variedad de ofertas crediticias para la ciudadanía en diferentes programas, tasas de interés, requisitos previos; que disponen de recursos económicos para que se desarrollen las empresas.

## 1.6 Matriz AOOD

### ALIADOS

- Apoyo mayoritario del Municipio del Cantón Cayambe en cuanto al fortalecimiento del turismo.
- Leyes nacionales que fortalecen e incentivan el desarrollo de proyectos turísticos.
- El entorno natural que posee es el adecuado para desarrollar el proyecto.
- Extensa variedad de flora y fauna en la zona que hace más atractivo la ejecución del proyecto.
- La ubicación es excelente, ya que tiene una perfecta vista al nevado Cayambe además de un ambiente tranquilo y acogedor.
- La población de Juan Montalvo que contribuirá de manera positiva e importante en el desarrollo de la empresa, proporcionando talento humano además de insumos para la elaboración de los menús diarios.

## OPONENTES

- Las vías de acceso son de segundo orden y en muchas ocasiones el cambio climático dificulta el acceso.
- Sector turístico poco conocido y desarrollado en la zona.

## OPORTUNIDADES

- Lograr dinamizar el crecimiento socioeconómico de la parroquia Juan Montalvo. Satisfacer la demanda de turistas nacionales como internacionales.
- Nuevas formas de realizar turismo.

## RIESGOS

- Posicionamiento de la competencia existente.
- Aparecimiento inesperado de nuevas empresas de turismo.

### **1.7 Identificación de la Oportunidad de Inversión**

Después del análisis correspondiente se llegó a determinar la oportunidad de inversión basándonos en que tanto el cantón Cayambe como la parroquia Juan Montalvo son lugares sumamente privilegiados en cuanto a recursos naturales y culturales se refiere.

Además de haber detectado un alto interés en los pobladores de la parroquia, ya que con el proyecto se pretende dinamizar la economía del sector, creando mayores fuentes de empleo.

Por lo tanto, el presente proyecto, propone la creación de una Empresa de Turismo Ecológico en la parroquia Juan Montalvo en el Cantón Cayambe provincia de Pichincha.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Introducción**

El marco teórico abarca un conjunto de términos básicos que se vinculan y fundamentan la investigación, los conceptos son provenientes de trabajos afines y libros especializados en el tema, de tal manera que los lectores tengan una visión común de los términos usados en la presente investigación.

El presente capítulo está organizado en grupos de términos; a saber

#### **2.2 Objetivos**

- Fundamentar teóricamente el presente trabajo de grado.
- Facilitar la comprensión del lector.

#### **2.3 Conceptualización de Términos Referentes a Turismo**

##### **2.3.1 Turismo**

Según lo expresa (Guerrero & Ramos, 2014, pág. 32) El turismo es la actividad humana que conlleva el deseo de satisfacer diversas motivaciones del turista, las cuales son de carácter personal... por lo que para lograr hacer turismo se debe contar con deseos, expectativas, anhelos de vivir situaciones de vida social, cultural y varias experiencias de orden turístico en un periodo no menor a 24 horas y no mayor a 6 meses.

El turismo nace como una necesidad de esparcimiento y relajación, disfrutando de lugares y sitios turísticos lo cual nos permite desarrollar estrategias que puedan ayudar a satisfacer la necesidad que tiene el turista de una manera sustentable para el medio ambiente.

### 2.3.2 Tipos de Turismo

Según (IVANOVA & IBÁÑEZ, 2012, pág. 18) presenta su propia clasificación del turismo, siendo la siguiente:

**Turismo tradicional:** Sustentado en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que lo practican regularmente poseen hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan, son según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2005), la visita a playas y grandes destinos turístico o bien, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades.

**Turismo alternativo:** Tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Esta modalidad de turismo está conformada por actividades que en su nombre indican su característica típica principal: turismo cultural, turismo rural, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, entre otros.

**Turismo Cultural:** Son los viajes que se realizan con el fin de entrar en contacto con otras culturas y acercarse a sus identidades. Entre los principales aspectos que el turista puede observar están: folklore, costumbres y tradiciones, religioso, festivo, gastronómico. Entre otros.

**Turismo Rural:** Su principal característica es que se lo realiza en zonas no urbanas, se busca enaltecer la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa participación en la prestación de servicios turísticos.

**Agroturismo:** Con este tipo de actividad se busca que el turista experimente la vida rural campesina realizando labores del campo.

Ecoturismo: Es un nuevo movimiento que busca a través de viajes turísticos responsables la conservación del entorno. Se acompaña por códigos éticos con los cuales se busca la preservación de la cultura y la naturaleza. Entre sus principales actividades está: el senderismo, el rescate y observación de flora y fauna, observación geológica y observación de atractivos naturales. Entre otras.

Turismo de Aventura: Las actividades que se practican dentro de esta modalidad de turismo son: montañismo, rappel, escalada, cabalgata, ciclismo de montaña y la caminata.

En lo referente a nuestra empresa de turismo podemos decir que dentro de la clasificación del turismo nos encontramos en lo que es el turismo alternativo ya que nosotros buscamos en todo momento la conservación de la cultura del pueblo ancestral y el ambiente natural que los rodea.

### **2.3.3 Turista**

(GONZALES, 2010, pág. 24) Expresa que, “el turista es un visitante que cambia temporalmente o por un periodo de tiempo inferior a un año su lugar de residencia habitual, siempre que los fines sea de viaje turístico y no con fines lucrativos”.

Por es una empresa de turismo ecológico esperamos receptor turistas nacionales como internacionales que puedan disfrutar de nuestros servicios.

### **2.3.4. Tipos de Turistas**

Según el sitio web (APEADERO, 2017) ha clasificado en ocho los tipos de turistas estos son:

- **Los “osea”:** este grupo busca aceptación social y prestigio con un viaje. Buscan destinos de moda y son muy conformistas (característica común a casi todos los grupos).

- **Los intelectuales:** buscan conocer la cultura del lugar, la gastronomía o aprender el idioma de allá dónde viajan. Dicen que tienen una actitud “receptiva y respetuosa” con los entornos que visitan.
- **Los comodones:** es el grupo de la gente que busca la comodidad, ante todo. Eligen destinos conocidos o familiares.
- **Los estresados:** son aquellos que buscan huir de la vida cotidiana con una relación superficial con el lugar visitado.
- **El individualista:** que busca viajar sin un grupo de gente detrás.
- **Los rutinarios:** son aquellos que en sus vacaciones mantienen la vida que suelen hacer en sus casas, con los mismos horarios, mismo tipo de comidas, etc.
- **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. Este tipo de turistas no suelen limitar su presupuesto para el viaje.

Los tipos de turistas que más se apegan a nuestra actividad turística son el intelectual y el aventurero ya que ellos buscan nuevas experiencias de viaje, mediante el conocimiento y conservación de la naturaleza.

## 2.5 Ecoturismo

Según, (UICN, 2017) Manifiesta es, Aquella modalidad turística ambientalmente responsable que se fundamenta en viajar o visitar áreas naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar dichos atractivos naturales turísticos, y también cualquier manifestación cultural que puedan encontrarse ahí, por medio de un proceso que promueva la conservación, además de un bajo impacto ambiental y cultural, involucrando la beneficiosa participación tanto económica como social de las poblaciones locales.

El ecoturismo es el viaje responsable y sostenible a zonas naturales, sin casi molestar con el fin de disfrutar y conocer los atractivos turísticos y las manifestaciones culturales, en la cual prevalezca el respeto y conservación a la naturaleza, manteniendo un equilibrio entre lo social, económico y ecológico.

## **2.4 Conceptualización de Términos Referentes a Estudio de Mercado**

### **2.4.1 Estudio de Mercado**

Según el sitio web (Varillas, 2017) señala que “El estudio de mercado es el proceso de planificar, recopilar y analizar los datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor... Con el fin de tomar decisiones en una situación de mercado específica”

El estudio de mercado es una herramienta fundamental a la hora de determinar si un proyecto es factible o no, ya que a través de este se puede conocer el comportamiento tanto del consumidor como de la competencia permitiéndonos así tomar la mejor decisión en cuanto a inversión.

### **2.4.2 Mercado**

“Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de un bien o servicio en particular”  
(MANKIW, 2017, pág. 99)

El mercado es el lugar donde interactúan tanto vendedores como compradores con el fin de adquirir o vender un bien o un servicio y así satisfacer sus necesidades.

### **2.4.3 Oferta**

(MANKIW, 2017, pág. 104) Señala que la oferta “es la cantidad ofrecida de cualquier bien o servicios que los vendedores quieren y pueden vender”.

El análisis de la oferta nos da un panorama más amplio de las empresas que ofertan nuestro tipo de servicio turístico.

#### **2.4.4 Demanda**

(MANKIWI, 2017, pág. 98), expresa que la demanda “es la cantidad de un bien determinado que los compradores están dispuestos a adquirir”.

La demanda cuantifica la necesidad que tienen los compradores con suficiente poder adquisitivo para adquirir un bien o servicio y así satisfacer sus necesidades.

#### **2.4.5 Producto**

El sitio web (GOCHEZ, 2017) dice: “Es cualquier cosa que pueda ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que además pueda satisfacer un deseo o una necesidad”.

En el caso de la empresa el producto por así decirlo serán los servicios turísticos alimentación, alojamiento y tours ecológicos que se ofertaran a los consumidores o turistas.

#### **2.4.6 Precio**

“El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

(BACA URBINA, 2010, pág. 44)

Para la empresa de turismo el precio estará dado en base a la competencia para así estar a la par del mercado y que se nos elija por la calidad en nuestros servicios.

### **2.4.7 Comercialización**

(BACA URBINA, 2010) , Expresa que “Comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

La Comercialización, es toda actividad que la empresa productora realiza para que un producto o servicio llegue hasta el consumidor final y así obtener una ganancia económica.

## **2.5 Conceptualización de Términos Referentes a Estudio Técnico**

### **2.5.1 Estudio Técnico**

(PADILLA CORDOBA, 2006, pág. 209), Expresa que: El estudio técnico determina la necesidad de capital y de mano de obra que se requiere para la ejecución de un proyecto, en el que se puede definir la producción de un solo producto, varios productos o una línea de productos.

El Estudio Técnico determina los elementos que son necesarios para el funcionamiento del proyecto ya sean estos técnicos y monetarios.

### **2.5.2 Tamaño del proyecto**

Según (BACA URBINA, 2010, pág. 75), El tamaño del proyecto es la capacidad instalada que posee la empresa y se mide en unidades de producción por año.

La determinación del tamaño es muy importante ya que nos ayudara a definir la incidencia que tendrá en la producción y con ello en la rentabilidad que esta nos traerá.

### **2.5.3 Localización optima del proyecto**

(MIRANDA MIRANDA, 2012), manifiesta: “El estudio de localización se basa principalmente en analizar las diferentes variables que determinan el sitio donde se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.”.

La localización óptima del proyecto es de suma importancia puesto que así se podrá determinar si las condiciones del lugar son las adecuadas para poder instalar el proyecto.

➤ **Macro localización**

Según (JACOME, 2005) dice que la macro localización “Se refiere a establecer con toda la precisión el lugar geográfico donde se va a llevar a cabo el proyecto tomando en cuenta condiciones como región, provincia y cantón”.

La macro localización básicamente es establecer desde una visión más amplia el lugar donde se va a ubicar el proyecto, incluyendo la región, provincia y cantón.

➤ **Micro localización**

(JACOME, 2005, pág. 133) Expresa que, La micro localización consiste en la determinación de las condiciones específicas que influyen en la implementación del proyecto teniendo en cuenta factores como: el transporte, materias primas, costos de terreno y demás elementos que ayudaran para el buen funcionamiento del proyecto.

La empresa será ubicada en una zona estratégica en la cual el visitante pueda disfrutar de las instalaciones y los tours ecológicos que se ofrecerá.

#### **2.5.4 Ingeniería del proyecto**

“Es el conjunto de conocimientos científicos y técnicos que permite establecer el proceso productivo para la utilización adecuada de los recursos disponibles predestinados a la fabricación de una unidad de producto”. (CORDOBA PADILLA, 2011)

El desarrollo adecuado de la ingeniería es muy importante para la empresa ya que este nos provee de toda la información en términos de requerimientos de unidades físicas necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa.

Además nos proporcionará pautas importantes para el desarrollo del estudio financiero.

### **2.5.5 Talento Humano**

Conocer a fondo el talento humano facilita a la gerencia, la innovación, el aprendizaje organizacional y la movilización de inteligencias; aspectos requeridos e implementados por la administración día a día, para mejorar las relaciones laborales, incrementar la producción de manera eficiente y así lograr la competitividad. (BAENA, 2010)

Para nuestra empresa conocer a fondo el talento humano será una de nuestras metas para así lograr armonía, buen ambiente laboral y con ello alcanzar mayores niveles de productividad y competitividad.

## **2.6 Conceptualización de Términos Referentes a Estudio Financiero**

### **2.6.1 Estudio Financiero**

(BACA URBINA, 2010, pág. 8) Expresa que: “el estudio financiero 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”.

El estudio financiero recopila toda la información de los estudios anteriores para transformarlos en cuadros analíticos los cuales constan de información monetaria importante para determinar con exactitud si el proyecto es viable y la rentabilidad que este generara.

### **2.6.2 Ingresos**

Según (Sosa Flores, Ribet Cuadot, & Hernández Pérez, 2007, pág. 34) Los ingresos constituyen entradas de efectivo que se obtienen como resultado de la comercialización de la producción o los servicios obtenidos del proyecto.

En el caso de la empresa los ingresos serán obtenidos en función de los tres productos que se ofertara: alimentación, alojamiento y servicios turísticos.

### **2.6.3 Costos de operación**

Relacionados con la inversión en activos fijos, se efectúan una vez al inicio de la puesta en marcha del proyecto, incluyen los activos fijos a adquirir y otros gastos de capital. (Sosa Flores, Ribet Cuadot, & Hernández Pérez, 2007, pág. 34)

Los costos de operación se realizan una sola vez y se pueden recuperar una vez que la empresa empiece a operar.

### **2.6.4 Estados Financieros**

(BAENA, 2010, pág. 28) Manifiesta, es una representación financiera estructurada de la posición financiera y de las transacciones llevadas a cabo por una empresa.

Los estados financieros nos ayudaran a conocer la real situación económica de nuestra empresa en un periodo de tiempo determinado, dándonos la oportunidad de tomar decisiones adecuadas para el mejoramiento continuo.

#### **➤ Balance General**

(BAENA, 2010, pág. 30) Dice, Es un estado financiero básico que tiene como fin indicar la posición financiera actual de una empresa, o ente económico, en un periodo determinado.

Este balance está compuesto por las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, indicando las inversiones, medios de financiamiento y el capital actual de la empresa.

### ➤ **Estado de Resultados**

(BAENA, 2010) Expresa que, es el informe financiero que refleja la forma y la magnitud del aumento, o la disminución del capital contable de una entidad, como consecuencia del conjunto de transacciones acontecidas en un periodo de tiempo. Dicha magnitud de aumento o disminución se representa a través de la rentabilidad o pérdida sobre las ventas netas.

El estado de resultados refleja los efectos de las transacciones realizadas por la empresa, y su resultado final, ya sea utilidad o pérdida, resumen de hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo de tiempo determinado.

### **2.6.5 Capital de Trabajo**

“Se refiere al capital circulante que requiere la empresa para atender el proceso de producción, generalmente son recursos de trabajo para cubrir necesidades a corto plazo”. (Sosa Flores, Ribet Cuadot, & Hernández Pérez, 2007, pág. 30)

El capital de trabajo en la puesta en marcha de la empresa será empleado para adquirir los activos fijos, así como para cubrir las necesidades de materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

### **2.6.6 Punto de Equilibrio**

“El punto de equilibrio es el número de unidades que deben venderse para que los ingresos sean iguales a los costos, o lo que es lo mismo, para que la utilidad sea cero”. (LIRA BRISEÑO, 2013, pág. 127)

El cálculo de punto de equilibrio en el estudio financiero implica un proceso importante para nuestra empresa de turismo ya que con ello podemos tomar la mejor decisión, para acoger más turistas.

### **2.6.7 Valor actual neto**

(SAPAG CHAIN, 2012) Expresa que, El VAN es la diferencia entre los ingresos y los egresos expresados en moneda actual, si este valor es igual o mayor a cero se aconseja aceptar el proyecto de inversión.

El cálculo del VAN en la determinación de la viabilidad de nuestro proyecto será de mayor importancia por cuanto sabremos si con los niveles de ingresos se podrá recuperar la inversión.

### **2.6.8 Tasa Interna de Retorno**

Según (SAPAG CHAIN, 2012) “La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a las inversiones expresadas en moneda actual; En otras palabras, representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero”.

Este indicador financiero nos permitirá saber cuál es la tasa de interés máxima a la cual el proyecto puede llegar a endeudarse evitando pérdida alguna.

### **2.6.9 Relación Costo Beneficio.**

Según (SAPAG CHAIN, 2012) “El análisis del costo-beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar el beneficio y oportunidad de un proyecto”

El coste-beneficio es una herramienta basada en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por

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

### **2.6.10 Tiempo de recuperación de la inversión**

(Sosa Flores, Ribet Cuadot, & Hernández Pérez, 2007) Expresa que: “Es un instrumento financiero que nos muestra el plazo que se tardara el dinero invertido en el proyecto en recuperarse”.

En el proyecto permitirá calcular el plazo de tiempo que se necesita para que los flujos netos de efectivo de la inversión recuperen su costo o inversión inicial.

## **2.7 Conceptualización de Términos Referentes a Estructura Organizativa**

### **2.7.1 Estructura Administrativa**

(CORDOBA PADILLA, 2011) Señala que: “En toda actividad organizada se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final. Todo esto nos lleva a distribuir, determinar y ordenar las tareas dentro de la organización”.

La estructura administrativa es la que encamina a la empresa a cumplir con todos sus objetivos y a tener una organización adecuada dentro de la empresa.

### **2.7.2 Misión**

(PALACIOS, 2012, pág. 62) Manifiesta que; la misión de la empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y por tanto da sentido y guía las actividades de la empresa.

La misión de la empresa va enfocada justamente con el propósito de dar a conocer quiénes somos, cual es nuestro servicio y nuestro enfoque como empresa.

Para definir la misión se debe cumplir con ciertas características que le permitan permanecer en el tiempo así:

- Atención y orientación al cliente.
- Alta calidad del servicio.
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- Creatividad, ingenio e innovación mediante la investigación y desarrollo.
- Especificaciones del servicio.

### **2.7.3 Visión**

(PALACIOS, 2012, pág. 63) Expresa que, es el reconocimiento amplio y suficiente de a dónde quiere que su empresa o negocio este dentro de cinco o más años. Esta debe ser amplia, inspiradora, conocida y que promueva la pertenencia de todos los miembros de la organización o negocio.

La visión se enfoca en dar a conocer cuál es nuestra orientación a futuro con el fin de compartir el ese sueño con todos los que forman parte de esta iniciativa como empresa.

### **2.7.4 Organigrama**

“Es un diagrama que generalmente contiene las principales áreas dentro de una empresa. Representa una herramienta fundamental en toda organización y sirve para conocer su estructura general”. (CORDOBA PADILLA, 2011)

Un organigrama es un instrumento informativo que se sitúa dentro de la empresa, permite a las personas vinculadas a esta conocer las autoridades, niveles jerárquicos y divisiones departamentales en la organización.

## **2.8 Conceptualización de Términos Referentes a Estructura Impactos**

### **2.8.1 Impactos**

“Son posibles consecuencias que se pueden generar a través de la puesta en marcha del proyecto, es importante analizar sus efectos tanto positivos como negativos, esto permite establecer las posibles bondades o los efectos que tiene el proyecto”. (JACOME, 2005)

En el desarrollo del proyecto se identificaron cuatro impactos: económico, social, ambiental y cultural.

### **2.8.3 Impacto Social**

“El impacto social examina los cambios en las sociedades que se producen por los diferentes cambios a consecuencia de procesos del área de acción o intervención”. (JACOME, 2005)

### **2.8.4 Impacto Económico**

(JACOME, 2005) Expresa que: “El nivel de eficiencia económica; es decir, pertenece a una comparación de suma de los costos y beneficios sociales consecuentes del proyecto, independientemente de la manera en que ellos lo distribuyen entre los otros participantes sociales”.

### **2.8.5 Impacto Ambiental**

(SANCHEZ, 2010) Cita que el impacto ambiental 14.001 según la ISO es: “cualquier modificación del medio ambiente, adversa o benéfica, que sea resultado, en todo o en parte, de las actividades, productos o servicios de una organización”

## CAPITULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 Introducción

En la metodología de emprendimientos para proyectos de inversión CANVAS el estudio y análisis del mercado es de vital importancia para poder ingresar un nuevo producto o servicios con éxito; esto debido a que el mercado y sus componentes son factores llenos de incertidumbre para el desarrollo de los proyectos.

Siendo el objetivo principal de estudio la ciudad de Cayambe y más específicamente la parroquia Juan Montalvo, se realizará un proceso de recopilación y análisis de datos e información más relevante como es: la aceptación de la población tanto nacional como extranjera, los perfiles de los usuarios, la competencia a nivel local la cual nos permitirá la determinación de los costos del servicio a ofertar, tomando en cuenta para nuestro estudio las encuestas realizadas, los documentos estadísticos e información referente a las actividades turísticas que se desarrollan en el Cantón Cayambe.

#### 3.2 Objetivos

Conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado referentes al turismo ecológico en el Cantón Cayambe.

##### 3.2.1 Objetivos Específicos

- Caracterización del servicio a ofertar.
- Analizar la oferta de servicios de turismo.
- Estudiar los niveles de demanda de servicios de turismo.
- Analizar las estrategias de marketing del sector turístico de Cayambe.

- Estudiar el comportamiento de los precios del sector turístico.

### 3.3 Variables e Indicadores

En la siguiente tabla presentamos las siguientes variables e indicadores a analizar.

**TABLA N° 8**  
**VARIABLES E INDICADORES**

<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>Servicio a ofertar</b>	-características del servicio.
<b>Oferta</b>	-identificar empresas con oferta de servicios similares a la propuesta. -Agencias turísticas. -Formas de traslado a los lugares turísticos.
<b>Demanda</b>	-Análisis del consumidor. -Mercado meta
<b>Marketing</b>	-Paquetes turísticos -Publicidad -Promociones
<b>Precios</b>	-Precios

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

### 3.4 Matriz de Estudio de Mercado

**TABLA N° 9**  
**MATRIZ ESTUDIO DE MERCADO**

<b>Nro</b>	<b>Objetivos Diagnósticos</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Fuentes de Información</b>
1	Caracterización del servicio a ofertar	Servicio ofertar	a Características del servicio	Entrevistas	Primaria
2	Analizar la oferta de servicios de turismo	Oferta	Lugares turísticos Agencias turísticas Formas de traslado a los lugares turísticos	Entrevistas	Primaria
3	Estudiar los niveles de demanda de servicios de turismo	Demanda	Análisis del consumidor Mercado meta	Documental Entrevistas	Primaria Secundaria
4	Analizar las estrategias de marketing del sector turístico del Cayambe	Marketing	Paquetes turísticos Publicidad.	Documental	Secundaria
5	Estudiar el comportamiento de los precios del sector turístico	Precios	Costos	Documental	secundaria

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

### 3.5 Caracterización del Servicio

Para determinar las clases de servicios a ofertar, se tomaran en cuenta el criterio de los posibles consumidores.

El contexto general en el que se basa el proyecto es el hospedaje ya que al ser una empresa de turismo ecológico se busca brindar al cliente una nueva alternativa de esparcimiento y relajación logrando así enlazar al turista con la cultura ancestral del cantón, su historia, costumbres y tradiciones además de crear una conciencia de protección hacia los lugares naturales ricos en flora y fauna que posee la parroquia Juan Montalvo, avivando la agricultura y otros servicios varios en la zona los cuales dinamizaran la economía y mejoraran la calidad de vida de sus habitantes.

Así podemos definir los principales servicios o productos turísticos que se ofertara:

- Hospedaje
- Alimentación típica de la zona y Nacional.
- Desplazamiento en los diferentes tours.
- Enseñanza de la historia cultural.
- Cabalgatas.
- Ciclo paseos.
- Rutas especializadas de desplazamientos: montañas, nevado, cascadas, ríos.

En la propiedad disponible se realizará las adecuaciones necesarias para crear ese matiz natural y ancestral que se busca reflejar al turista.

### **3.5.1 Paquetes Turísticos**

Con el afán de brindar un mejor servicio al turista se ha creado diferentes paquetes turísticos.

- Tour Ecológico, observación natural, cabalgatas, alimentación y hospedaje dos días y una noche
- Tours del nevado, montañismo o escalada, ciclismo, trekking, alimentación dos días y una noche.
- Tours libre: (se dejara a libre elección del turista).

En el caso de la alimentación se ofrecerán platos tradicionales de la zona como también nacionales con productos de la zona y a gusto del turista.

### **3.6 Desarrollo operativo del estudio**

Para el desarrollo del siguiente estudio de mercado se aplicó el siguiente procedimiento detallado a continuación:

#### **3.6.1 Identificación de la Población**

Para el correcto desarrollo de la investigación, se ha determinado la unidad de análisis, que para el caso constituyen la población de la parroquia Juan Montalvo, funcionarios de la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del Cantón Cayambe; así como los turistas nacionales y extranjeros que visitan esta ciudad.

Con el propósito de que la información recopilada sea veraz, el diagnóstico se aplicó a un representante de la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del Cantón Cayambe utilizando la entrevista como técnica de investigación; así como también se obtuvo una muestra representativa de la población por lo que es muy importante recopilar información de los

residentes del cantón y por último se realizaron encuestas a un número significativo de turistas que estaban visitando Cayambe.

### **3.6.2 Diseño de Instrumentos de Investigación**

Se aplicó una entrevista a la persona encargada de la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo que consta de 11 preguntas con el fin de conocer la situación actual del turismo en el Cantón Cayambe. Anexo A

Se realizó una encuesta a los turistas con el propósito de conocer los gustos y preferencias que tienen en cuanto al servicio de turismo. La encuesta fue aplicada en un sitio de paso denominado el Monumento a la Mitad del Mundo, se escogió este sitio debido a la gran afluencia que tiene de turistas nacionales como extranjeros, para la realización de la encuesta se tomaron como referencia a 30 turistas, número promedio que fue dado por el guía cultural del proyecto Quitsato Manuel Collaguillo quien supo manifestar que aproximadamente era de 30 el número de visitantes que acudían hasta el sitio los fines de semana. Anexo B

Se realizó el levantamiento de información a los habitantes de la parroquia Juan Montalvo con la finalidad de medir el apoyo que tendrá la empresa de turismo, para lo cual se aplicó la encuesta como instrumento de investigación compuesta de tres preguntas. Para la aplicación de esta se procedió al cálculo del tamaño de la muestra. Anexo C

### **3.6.3 Calculo del Tamaño de la Muestra**

Para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta el número de cuadras existentes en la parroquia Juan Montalvo, luego el número de familias por cuadra. Así:

# Cuadras = 30

# De familias por cuadra = 10

Universo = 30x10 = 300 familias

### 3.6.4 Fórmula de Cálculo

La fórmula matemática para obtener el tamaño de la muestra es:

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

Donde:

n=Tamaño de la Muestra. (300)

$\delta$ = Varianza = 0.5

$\epsilon$ = Error 0,05

N= Tamaño de la población.

Z = Valor tipificado corresponde 1.96 doble cola

Nc=95% Z=1.96

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)^2(300)}{(300 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)^2}$$

$$n = \frac{(0.9604)(300)}{(299)(0.0025) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{288.12}{0.7475 + 0.9604}$$

$$n = \frac{288.12}{1.7079}$$

**n = 168.70**

**n = 169 encuestas a familias**

### 3.7 Tabulación y Análisis de la Información

#### 3.7.1 Encuesta Dirigida a la Población de la Parroquia Juan Montalvo

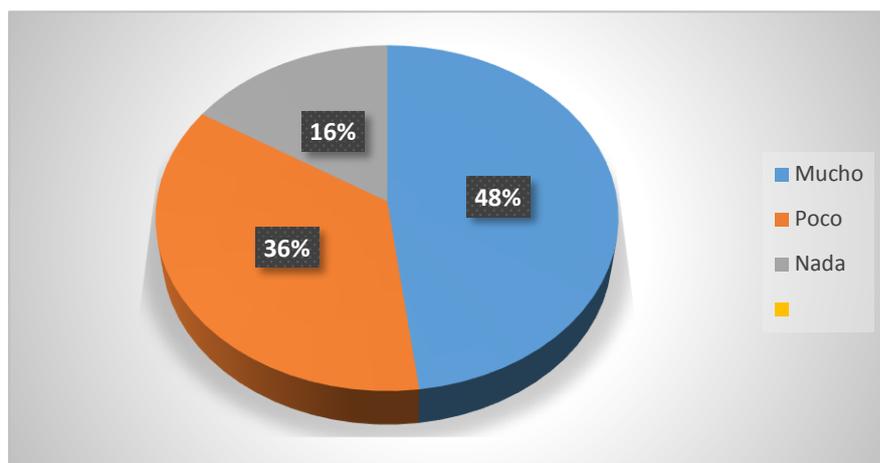
**PREGUNTA N° 1:** Cree usted que una empresa de turismo en la parroquia Juan Montalvo contribuirá al desarrollo local.

**TABLA N° 10**  
**DESARROLLO LOCAL**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
MUCHO	81	48%
POCO	61	36%
NADA	27	16%
<b>TOTAL</b>	<b>169</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRÁFICO N° 32**  
**DESARROLLO LOCAL**



**ANÁLISIS:** Del total de la población encuestada se pudo evidenciar que el 48% de la población cree que otra nueva empresa de turismo contribuirá al desarrollo local de la parroquia, lo cual es beneficioso para nuestra empresa ya que nos permitirá estar en desarrollo constante con la ayuda de la ciudadanía.

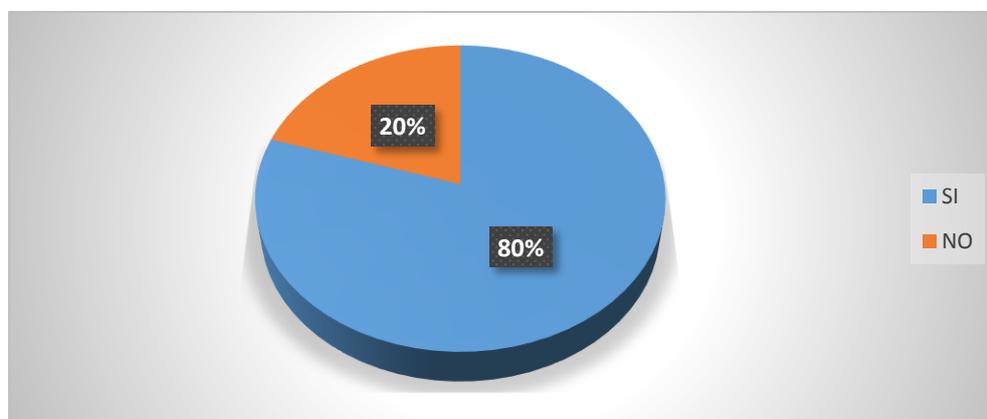
**PREGUNTA N° 2:** ¿Estaría dispuesto a proveer alimentos frescos para el funcionamiento del restaurante en la nueva empresa de turismo?

**TABLA N° 11**  
**PROVEER ALIMENTOS FRESCOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	135	80%
NO	34	20%
<b>TOTAL</b>	<b>169</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRÁFICO N° 33**  
**PROVEER ALIMENTOS FRESCOS**



**ANÁLISIS:** En la encuesta realizada se pudo evidenciar que el 36% y el 44% de la población estaban totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente en proveer alimentos frescos a nuestra empresa. Esto debido a que mucho de los hogares encuestados no contaban con un lugar donde cultivar los productos, sin embargo, estas cifras son una ventaja para la empresa por lo que ya contamos con proveedores locales de alimentos frescos.

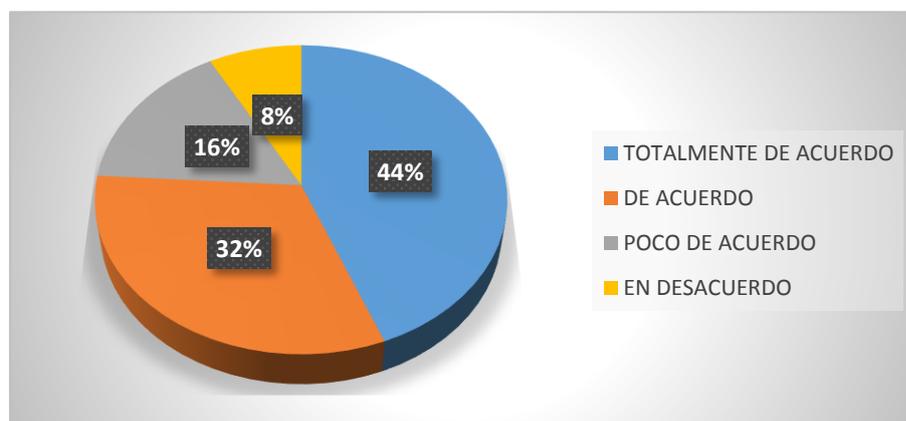
**PREGUNTA N° 3:** De crearse la empresa de turismo. ¿Estaría dispuesto a participar como guía nativo?

**TABLA N° 12**  
**GUIA NATIVO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
TOTALMENTE DE ACUERDO	74	44%
DE ACUERDO	54	32%
POCO DE ACUERDO	27	16%
EN DESACUERDO	14	8%
<b>TOTAL</b>	<b>169</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRAFICO N° 34**  
**GUIA NATIVO**



**ANALISIS:** Se preguntó a la población si estarían dispuestos a participar como guía nativo a lo que el 44% de la población dijo que estaría totalmente de acuerdo en ser guía nativo y tan solo el 8% estuvo en desacuerdo. Esto se convierte en una ventaja para la empresa debido a que los pobladores conocen mejor su localidad y así pueden guiar de excelente manera al turista por sus senderos.

### 3.7.2 Encuesta Dirigida a los Turistas Nacionales y Extranjeros

#### PREGUNTA N° 1: SEXO

##### TABLA N° 13

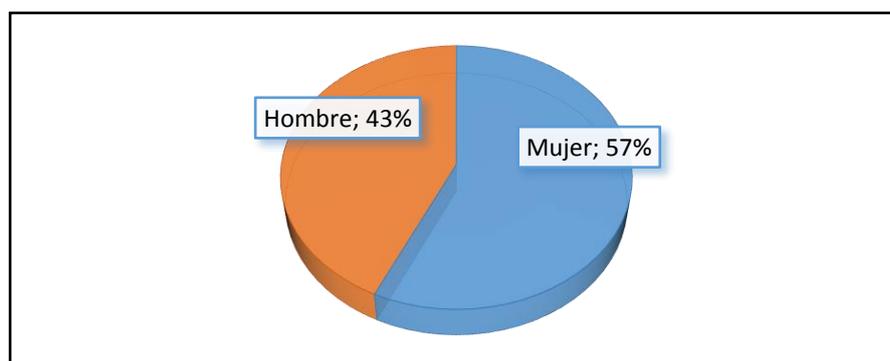
##### SEXO

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mujer	17	57%
Hombre	13	43%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

#### GRAFICO N° 35

##### SEXO

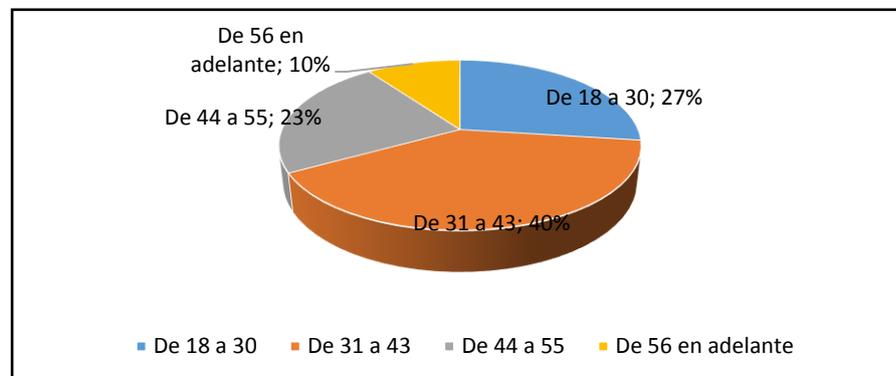


**ANÁLISIS:** Se determinó que del total de encuestados el 43% son hombres y el 57% mujeres, lo que representa una diferencia de 4% entre los géneros, siendo las mujeres el sexo predominante en los turistas que visitan el cantón.

**PREGUNTA N° 2: EDAD EN AÑOS****TABLA N° 14**  
**EDAD**

<b>EDAD</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 18 a 30	8	27%
De 31 a 43	12	40%
De 44 a 55	7	23%
De 56 en adelante	3	10%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

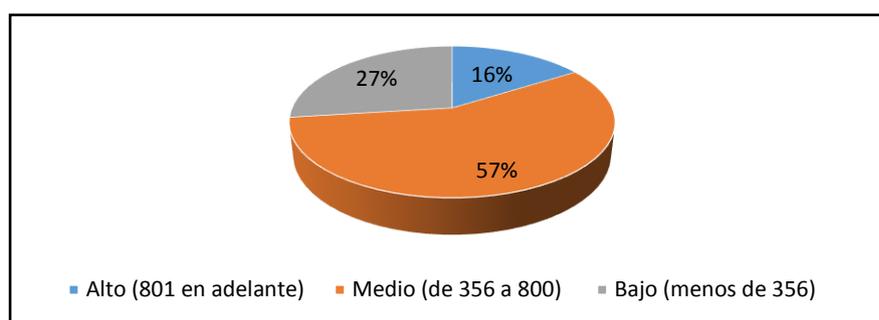
**GRAFICO N° 36**  
**EDAD**

**ANÁLISIS:** De los turistas encuestados que visitan el cantón Cayambe, el 40% está en una edad de 31 a 43 años, esto genera una expectativa que la población es adulta.

**PREGUNTA N° 3:** ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?**TABLA N° 15**  
**NIVEL DE INGRESOS**

INGRESOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto (801 en adelante)	5	16%
Medio (de 356 a 800)	17	57%
Bajo (menos de 356)	8	27%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRAFICO N° 37**  
**NIVEL DE INGRESOS**

**ANÁLISIS:** Se pudo apreciar también que del 100% de la población encuestada el 57% poseen ingresos medios, lo que nos permite argumentar que los turistas que visitan el cantón Cayambe están en una edad adulta y poseen ingresos medios, siendo esto una oportunidad para nuestro proyecto.

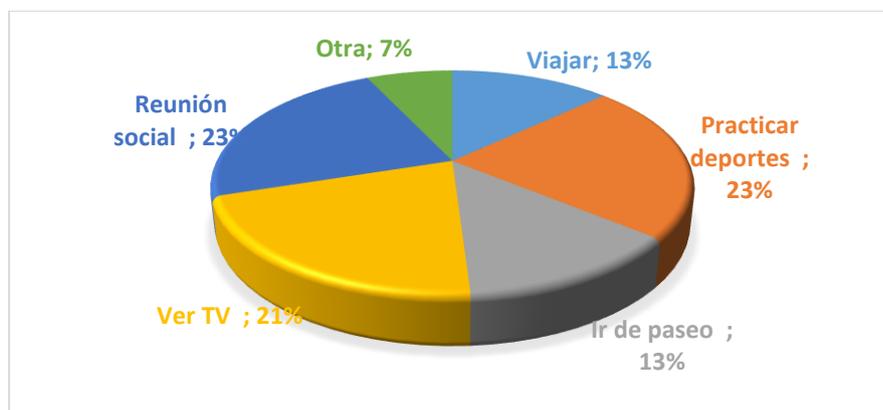
**PREGUNTA N° 4:** ¿Qué actividad realiza usted los fines de semana?

**TABLA N° 16**  
**ACTIVIDAD REALIZADA LOS FINES DE SEMANA**

ACTIVIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Viajar	4	13%
Practicar deportes	7	23%
Ir de paseo	4	13%
Ver TV	6	21%
Reunión social	7	23%
Otra	2	7%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRAFICO N° 38**  
**ACTIVIDAD REALIZADA LOS FINES DE SEMANA**



**ANÁLISIS:** Las actividades que mayormente realizan los encuestados son: con un 23% reunión social y practicar deportes, el 21% ve la televisión, un 13% viaja y va de paseo y un 7% realiza otras actividades como trabajar, esto nos da a entender que las actividades turísticas no están desarrolladas en el cantón mucho menos en la parroquia, dándonos una oportunidad para a través de la creación de nuestra empresa potenciar el turismo en el sector.

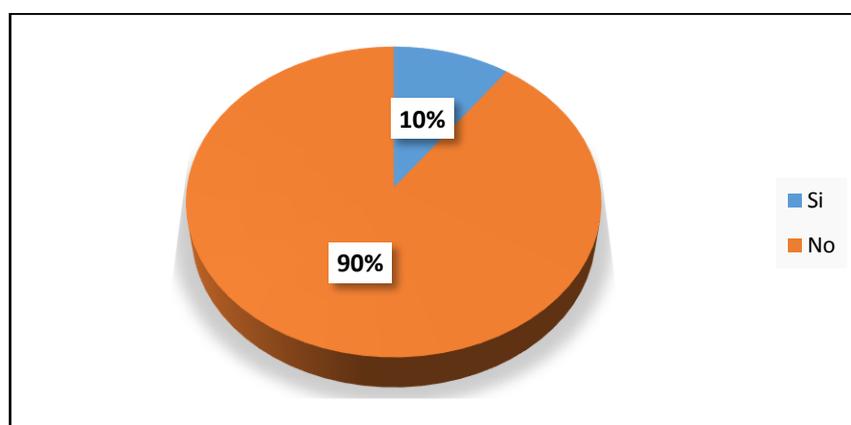
**PREGUNTA N° 5:** ¿Conoce usted de alguna empresa de turismo ecológico?

**TABLA N° 17**  
**EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO**

ASPECTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	10%
No	27	90%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRAFICO N° 39**  
**EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO**



**ANÁLISIS:** De la aplicación de esta encuesta se pudo obtener la siguiente información: el 90% nos respondió que no conocía en el sector una empresa de turismo ecológico, mientras que el 10% nos respondió que existía un proyecto denominado Camino del Cóndor en la parroquia de Ayora el cual busca potenciar el turismo comunitario en el sector.

**PREGUNTA 6:** ¿Si existiera una empresa de turismo ecológico que tipo de servicios le gustaría que ofrezca?

**TABLA N° 18**  
**SERVICIOS A OFRECER**

SERVICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caminata	11	28%
Montañismo	7	17%
Excursiones	6	15%
Observación natural	10	25%
Camping	5	12%
Otros	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRAFICO N° 40**  
**SERVICIOS A OFRECER**



**ANÁLISIS:** En cuanto a las actividades que se podría implementar con la creación de la empresa se encuentran en orden jerárquico las siguientes: con un porcentaje alto del 28% los encuestados prefirieren caminata, el 25% observación natural, el 17% montañismo, y el otro 30% prefieren actividades como excursiones, camping y otras (rafting).

Las actividades antes mencionadas con porcentaje alto se enmarcan en lo que pretendemos brindar al turista ya que nuestra empresa se dedicará al turismo netamente natural y cultural.

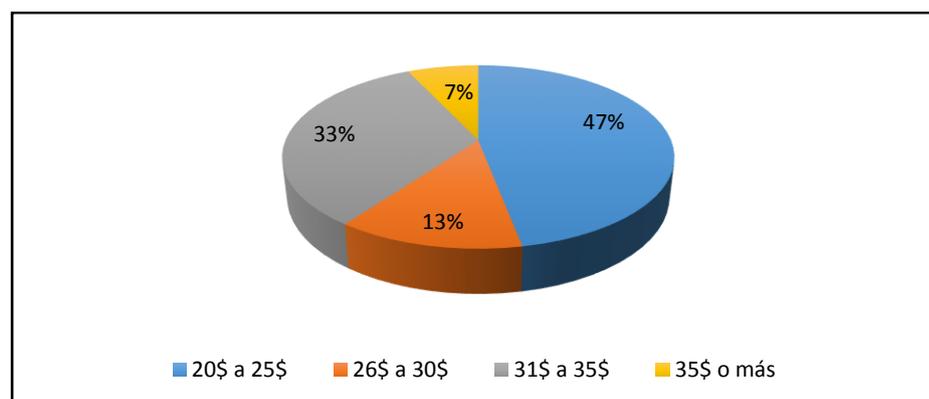
**PREGUNTA N° 7:** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día y pernoctación en la empresa de turismo ecológico?

**TABLA N° 19**  
**PRECIO DEL SERVICIO A OFRECER**

PRECIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20\$ a 25\$	14	47%
26\$ a 30\$	4	13%
31\$ a 35\$	10	33%
35\$ o más	2	7%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRAFICO N° 41**  
**PRECIO DEL SERVICIO A OFRECER**



**ANÁLISIS:** Con respecto al precio que tendría nuestro servicio existió un 47% de los encuestados que eligieron entre 20 a 25 dólares, lo que nos hace suponer que esto depende mucho del nivel económico con el que cuentan las personas encuestadas.

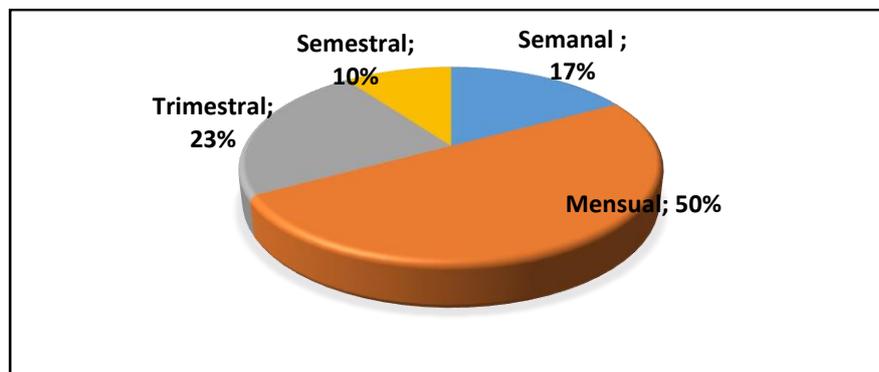
**PREGUNTA N° 8:** Si tuviera una empresa de turismo con las características deseadas, ¿con que frecuencias contrataría sus servicios?

**TABLA N° 20**  
**FRECUENCIA DE VISITA**

ASPECTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	5	17%
Mensual	15	50%
Trimestral	7	23%
Semestral	3	10%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRAFICO N° 42**  
**FRECUENCIA DE VISITA**



**ANÁLISIS:** Con la aceptación favorable de la población encuesta en cuanto a la creación de la empresa, se estableció la frecuencia con la que los turistas visitarían nuestra empresa, de ahí que se obtuvo que un 50% de los encuestados visitarían nuestra empresa de manera mensual, y un 23% lo haría de manera trimestral.

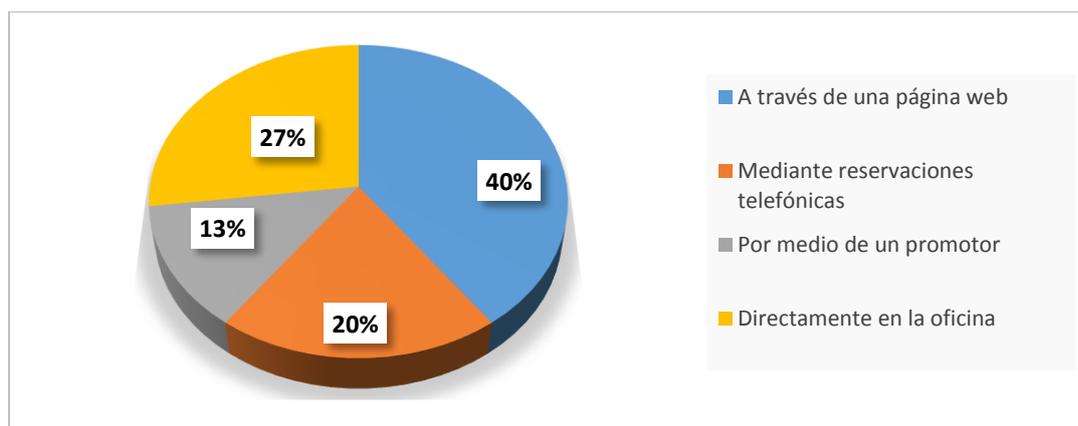
**PREGUNTA N° 9:** ¿Dónde o a través de que medio le gustaría contratar los servicios de una empresa de turismo ecológico?

**TABLA N° 21**  
**MEDIO PARA REALIZAR RESERVACIONES**

ASPECTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A través de una página web	12	40%
Mediante reservaciones telefónicas	6	20%
Por medio de un promotor	4	13%
Directamente en la oficina	8	27%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRAFICO N° 43**  
**MEDIO PARA REALIZAR RESERVACIONES**



**ANÁLISIS:** Del total de los encuestados se pudo apreciar que el 40% prefieren realizar las reservaciones a través de una página web, el 27% lo optan por acudir directamente a la oficina lo que es bueno porque así se puede tener un contacto más directo con el cliente, mientras que el 20% realizarían sus reservaciones por vía telefónica y solo el 13 % opto por hacerlo a través de un promotor.

**PREGUNTA N° 10:** ¿Mediante qué medio le gustaría enterarse de los servicios que brinde una empresa de turismo ecológico?

**TABLA N° 22**  
**MEDIO PARA DAR A CONOCER A LA EMPRESA**

ASPECTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tv	12	35%
Radio	2	6%
Periódicos o revistas	5	14%
Internet	11	31%
Redes sociales	5	14%
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRAFICO N° 44**  
**MEDIO PARA DAR A CONOCER A LA EMPRESA**



**ANÁLISIS:** Según el resultado de las encuestas el internet es el mejor medio para promocionar nuestro producto la que el 31% de los encuestados eligió esa opción, mientras que la radio tuvo un bajo porcentaje del 6% no siendo el medio más adecuado para la promoción.

### **3.7.3 Entrevista Dirigida a la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del Cantón Cayambe**

#### **1. ¿Qué funciones principales cumple la dirección?**

La dirección básicamente cumple las funciones de desarrollo turístico, agro producción y emprendimientos.

#### **2. ¿La dirección cuenta con una misión y visión?**

Su misión es crear proyectos productivos, económicos para así reactivar la economía del cantón.

#### **3. En lo que respecta al turismo. ¿Considera usted que Cayambe es considerado un cantón turístico?**

Actualmente Cayambe no es considerado como un cantón turístico, pese a poseer diversos atractivos ya que no se ha definido una ruta o un producto que se pueda ofertar al turista.

#### **4. ¿Cuáles son los atractivos turísticos existentes en el cantón Cayambe?**

Los principales atractivos turísticos están en el sector rural desarrollándose así el turismo comunitario, además posee bosques y el mismo volcán Cayambe que es muy visitado por los turistas.

#### **5. Aproximadamente, ¿cuántos turistas visitan el cantón al año?**

La dirección no ha manejado estadísticas acerca de este dato por lo que es incierto el número de turistas que visitan el cantón.

Como dato adicional se puede agregar la fecha de mayor afluencia de turistas que es el 29 de junio en la cual se realiza la toma simbólica de la plaza.

**6. ¿Cómo se realiza actualmente la promoción y publicidad de los rincones turísticos de Cayambe?**

El día 20 de junio se realizó el lanzamiento de una aplicación turística, en la cual engloba toda la información del cantón en cuanto a sus parroquias, sitios turísticos además poseen información de los diferentes prestadores de servicios.

La aplicación tiene el nombre de Cayambe turístico y se la puede descargar en cualquier teléfono inteligente.

**7. ¿Cree Ud. que el turismo ecológico en el cantón es el eje fundamental para lograr el desarrollo económico deseado?**

Claro que sí, ya que la mayoría de atractivos turísticos se encuentran en el sector rural los cuales se enmarcan en el turismo de naturaleza entonces si es el potencial económico del cantón.

**8. ¿Considera Ud. que a través del turismo se pueden generar mayores fuentes de empleo?**

Estamos convencidos que si porque toda actividad turística tiene varios actores que intervienen o interactúan con el turista que llega a visitar el cantón.

Realmente estamos convencidos que el turismo reactiva la economía del cantón y general mayores fuentes de empleo.

**9. ¿Considera Ud. que existen los recursos económicos necesarios por parte del municipio u otros organismos en el tema turismo para lograr el óptimo desarrollo del sector?**

Actualmente y debido a la crisis económica que se está dando no solo a nivel nacional sino también a nivel mundial, se ha recortado el presupuesto de cada dirección por lo que se han visto obligados a paralizar varios proyectos en cuanto al turismo.

**10. ¿Actualmente las vías de acceso a los lugares turísticos se encuentran en buenas condiciones?**

La mayoría de los atractivos poseen vías de segundo orden por lo que se podría decir que se tiene una buena accesibilidad a estos lugares, sin embargo, con las variaciones del clima en algunas ocasiones el acceso se puede tornar difícil o en ciertos casos imposibles.

**11. ¿Existe alguna ordenanza municipal en lo que respecta al turismo ecológico para el cantón?**

Con respecto al turismo ecológico no existe en el cantón una ordenanza que regule o proteja esta actividad hasta el momento.

**ANALISIS:**

De la entrevista realizada a la cámara de turismo del Cantón Cayambe se puede apreciar varios puntos que se citan a continuación:

- Actualmente el Cantón Cayambe no está considerado como un sitio turístico pese a tener varios atractivos turísticos.
- El Municipio como tal no maneja cifras estadísticas con respecto al número de turistas que visitan el Cantón, la única referencia se encuentra en el Parque Nacional Cayambe Coca.
- Actualmente la administración del Cantón Cayambe está trabajando porque este sea reconocido como lugar turístico, realizando así una adecuada publicidad y promoción de sus fiestas y atractivos naturales.
- En lo que respecta al turismo no existe una ordenanza por parte del municipio puesto que su jurisdicción la mantiene el ministerio del ambiente conjuntamente con el ministerio de turismo.

### **3.8 Oferta Turística Nacional**

Actualmente el turismo en Ecuador se ha convertido, sin lugar a dudas, en 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. Según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo en el país existen 5515 establecimiento que ofrecen alojamiento a los visitantes, de esto la provincia de Pichincha es la que mayor número de sitios de alojamiento posee con 850, se sigue la provincia de Manabí con 649 establecimientos y la provincia de Guayas con 431 establecimientos.

El Estado está aplicando en varios países de Europa y América un Plan Integral de Marketing Turístico; su mayor proyecto es ALL YOU NEED IS ECUADOR con el cual se busca promocionar las 4 regiones del Ecuador en 19 países del mundo pretendiendo incrementar el número de turistas que visitan el país, además, Ecuador ha incrementado su presencia en las principales ferias del mundo y en los eventos deportivos internacionales.

### **3.8.1 Oferta Turística Local**

Cayambe tiene mucho potencial para crecer y darse a conocer a nivel local, nacional y hasta internacional en el ámbito turístico debido a que posee los mejores paisajes de sus paramos, lagunas y diversidad de culturas con gran oportunidad para realizar turismo de aventura, ecoturismo y pesca deportiva; la riqueza arqueológica, testimonio de su cultura ancestral son los ejes sobre los cuales se desarrolla la floreciente industria del turismo local. El cantón Cayambe es el centro de la infraestructura de servicios turísticos con hoteles de primera, segunda y tercera categoría, esto de acuerdo a los datos registrados por el Ministerio de Turismo, desde donde se puede visitar los diferentes atractivos turísticos que encantan a propios y extraños.

A continuación se presenta dos tablas; la primera con un análisis de los establecimientos de alimentación existentes en el Cantón según su categoría y la segunda de igual manera analizando los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento dentro del Cantón según su categoría.

TABLA N° 23

## ANÁLISIS DE SITIOS DE ALIMENTACIÓN SEGÚN CATEGORÍA

TIPO	ESTABLECIMIENTOS	MESAS	PLAZAS	CATEGORÍA					TOTAL
	(NUMERO)	(NUMERO)	(MESAS)	LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	CUARTA	
Restaurante	76	933	3732	2	8	52	14		<b>76</b>
Cafetería	16	140	560		4	1	11		<b>16</b>
Fuente de soda	18	96	384		2	6	10		<b>18</b>
Bar	9	87	348		2	5	2		<b>9</b>
Discoteca	3	46	184	1	1	1			<b>3</b>
*Otros sala de recepciones y banquetes	5	127	528		5				<b>5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>1429</b>	<b>5736</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>22</b>	<b>65</b>	<b>37</b>	<b>127</b>

FUENTE: Ministerio de Turismo

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 24****ANÁLISIS DE SITIOS DE ALOJAMIENTO SEGÚN CATEGORIA**

TIPO	ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES	PLAZAS	CATEGORIA					TOTAL
	(NUMERO)	(NUMERO)	(CAMAS)	LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	CUARTA	
Hostales	5	70	116			3	2		5
Hostales residenciales	5	81	171				5		5
Hosterías	3	59	169	2			1		3
Cabañas	1	10	20	1					1
Pensiones	4	43	108				4		4
Hotel	1	20	-	1					1
Hotel residencia	1	35	150			1			1
*Otros refugios	1	2	30				1		1
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>320</b>	<b>764</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>21</b>

FUENTE: Ministerio de Turismo

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

Se puede observar que la categoría más predominante en cuanto a establecimientos de alimentación y alojamiento es la tercera, existiendo poca oferta de sitios de excelente calidad.

### 3.8.2 Análisis de la Competencia

Para conocer más a fondo a nuestra competencia directa e indirecta se realizó una investigación de campo a los establecimientos cercanos y más reconocidos de la zona, se aplicó la entrevista.

En el desarrollo de la investigación se encontraron varias dificultades entre ellas la falta de colaboración por parte de los propietarios de los diferentes establecimientos. Así tenemos lo siguiente:

**TABLA N° 25**  
**ANÁLISIS DE SITIOS DE ALOJAMIENTO**

<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>CAPACIDAD (personas)</b>	<b>PRECIO DE HOSPEDAJE Habitación Sencilla (por día)</b>
Hostería Papagayo Norte	Loma larga, 171009, Cayambe	35	\$21,00
Hostería Jatun Huasi	Km 1 ½ vía a Cayambe	70	\$35,00
Hostería Shungu Huasi	Calle mariana de Jesús s/n a 1 km Panm. Norte, Cayambe	16	\$38,50
Hostería Cabaña de Nápoles	Km 1 ½ vía a Otavalo	50	\$22,50

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

Estos son los principales establecimientos que se asemejan en cuanto al servicio que se pretende ofertar. Nuestra principal competencia es la Hostería Papagayo Norte, por encontrarse

cercana al lugar donde va a estar ubicada nuestra empresa, las demás se las considera como competencia indirecta.

A continuación, se presenta los servicios que ofrecen los distintos establecimientos.

**TABLA N° 26**

**SERVICIO QUE OFERTAN LOS DISTINTOS SITIOS DE ALOJAMIENTO**

Establecimiento	<i>SERVICIOS QUE OFRECEN</i>						
	Hospedaje	Restaurante	Cabalgatas	Trekking	Ciclismo	Salón de actos	Piscina
Hostería Papagayo Norte	X	X	X	X	X	X	
Hostería Jatun Huasi		X	X			X	X
Hostería Shungu Huasi	X	X	X	X	X		X
Hostería Cabaña de Nápoles	X	X				X	X

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

En el cuadro se pueden observar todos los servicios que los diferentes establecimientos ofrecen a los turistas que básicamente son hospedaje, salón de eventos, restaurante, cabalgatas, trekking, ciclismo y piscina.

La investigación de campo realizada nos lleva a concluir lo siguiente:

Los días en los cuales existe más concurrencia de turistas son los fines de semana y feriados, por lo que han visto necesario ofertar sus instalaciones para convenciones y otros eventos de ese tipo.

Los turistas concurren a visitar el Cantón masivamente en los meses de julio, agosto, diciembre.

### 3.8.3 Servicio de Transporte Existente

Analizaremos las diferentes compañías de transporte de la zona, siendo estas:

**TABLA N° 27**  
**SERVICIO DE TRANSPORTE EXISTE**

COMPAÑIA	PARADA	DIRECCION	RUTA	HORA DE SALIDA
Coop. Trans refugio	Barrio la Loma	Patricio Romero y calle 13 de abril	Indistinta	A cualquier hora
Coop. Trans Sergio Mejía	Redondel del parque el Yasnan	Calle Sergio Mejía	Indistinta	A cualquier hora
Coop. CI Ayora	Ciudad de Cayambe	Calle Ascàzubi y 10 de agosto	Ciudad de Cayambe- Juan Montalvo	Cada 10 minutos
Cita Express	Ciudad de Cayambe	Terminal terrestre Ibarra	Ibarra- Ambato	03:00 am 04:00 am 06:30 am 08:00 am 9:30 am 11:00 am 12:15 pm 13:30 pm 15:00 pm 16:50 pm 18:00 pm 20:00 pm 22:00 pm
Flor del Valle	Terminal de Cayambe	Juan Montalvo 606	Quito- Cayambe	Cada 15 minutos

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

Las compañías de transporte que diariamente prestan sus servicios son varias tanto dentro de la ciudad como para transportarse desde las ciudades cercanas (Quito- Ibarra) a Cayambe, con esto podemos decir que el turista tiene toda la facilidad para acudir a nuestras instalaciones y poder disfrutar de nuestros servicios.

### 3.8.4 Proyección de la Oferta

Según datos de la Cámara de Turismo de Cayambe, el Cantón en el año 2015 estuvo en condiciones de recibir a 16945 personas al año.

Según los datos analizados anteriormente del MINTUR, el crecimiento de la oferta en el Cantón Cayambe es muy baja, debido a que no existe la promoción adecuada en cuanto al turismo. A continuación, proyectamos la oferta futura para los próximos 5 años, utilizando la siguiente fórmula:

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

**Donde:**

**Cn=** Oferta futura

**Co=** Oferta actual

**i=** Tasa de crecimiento (2.53% tasa crecimiento poblacional del Cantón Cayambe según INEC 2010)

**n=** Año proyectado

#### **TABLA N° 28**

#### **ANÁLISIS DE SITIOS DE ALOJAMIENTO**

AÑOS	OFERTA
<b>0</b>	16.945
<b>1</b>	17.374
<b>2</b>	17.813
<b>3</b>	18.264
<b>4</b>	18.726
<b>5</b>	19.200

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

### 3.9 Análisis Actual del Turismo en el Contexto Nacional

Según estadísticas proporcionadas por la Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, durante el año 2014 se registró 1`557.006 entradas de extranjeros al país, con lo cual existe un incremento del 14.2% con respecto a la entrada de extranjeros en el año 2013.

En cuanto a turismo internacional el MINTUR conociendo la dinámica comercial del turismo a través de su página web ha definido los principales mercados más representativos para el Ecuador en cuanto a turismo receptivo, entre los principales mercados de interés se encuentran Colombia, Estados Unidos y Perú, estos países son un mercado clave puesto que de ellos proviene la mayor cantidad de turistas para el Ecuador; cada uno posee con una importante participación de turistas siendo así el 24%, 17% y 11% respectivamente. (MINTUR, 2017)

En lo que respecta al turismo interno los principales mercados emisores son: Quito con un 23%, seguido por Guayaquil con un 22%, Cuenca con un 8% y Ambato con un 4%.

### 3.9.1 Análisis de la Demanda

Según estadísticas proporcionadas por la Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, el turismo ocupa un lugar muy representativo en el ingreso de divisas al país. Los datos que se presentan a continuación son un comparativo de ingresos de otros sectores productivos.

#### **TABLA N° 29**

#### **POSICIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA**

#### **UBICACIÓN DEL TURISMO EN LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS**

(En millones de dólares)

	<b>2013</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>2014</b>	<b>UBICACIÓN</b>
BANANO Y PLATANO	1.761,9	1	1.941,1	1
CAMARÓN	1.228.9	2	1.935,2	2
TURISMO	900.6	3	1.086.5	3
OTROS ELABORADOS. PRODUCTOS MARITIMOS	1.091.9	4	1.000.0	4
FLORES NATURALES	607.8	5	633.4	5
CACAO	255.9	6	377.7	6
<b>T. EXPORTACIONES PRODUCTOS PRIMARIOS E INDUSTRIALIZADOS.</b>	<b>18.550.6</b>		<b>19.956.9</b>	

FUENTE: Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo de Ecuador (Optur)

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

El turismo a nivel nacional, proporciona ingresos importantes, en comparación a las exportaciones de productos primarios e industrializados, ocupando el tercer puesto, en el año 2013, con un crecimiento considerable para el año 2014, generando así grandes expectativas de crecimiento del turismo en Ecuador, e incentivando la inversión.

### 3.9.2 Demanda Local

Para el estudio de la demanda en la zona de estudio, la presencia de turistas nacionales y extranjeros en la parroquia Juan Montalvo es importante, debido a que no existe un registro oficial de los turistas que frecuentan la parroquia se tomó como base las estadísticas que reflejan las visitas por año a la Reserva Ecológica Cayambe Coca, esto debido a que parte de esta reserva se encuentra situada en la parroquia Juan Montalvo y sin duda alguna atraerá al turismo interno y externo.

**TABLA N° 30**  
**ANÁLISIS DE VISITANTES A LA RESERVA ECOLÓGICA CAYAMBE COCA**

VISITANTES			
AÑOS	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL
2011	16022	3539	<b>19561</b>
2012	30299	3048	<b>33347</b>
2013	31986	3650	<b>35636</b>
2014	18184	2759	<b>20943</b>
2015	22468	2445	<b>24913</b>

FUENTE: Dirección Nacional de Biodiversidad- Ministerio de turismo

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

De manera general se puede apreciar los datos anteriormente citados, los cuales indican que la tendencia de los visitantes, tiende a mantenerse.

### 3.9.3 Proyección de la Demanda

Para el cálculo de la proyección de la demanda se utilizaron los datos históricos de la demanda turística a la reserva ecológica Cayambe Coca del año 2015 y la tasa de crecimiento poblacional obtenida en el INEC, a continuación, se aplicó la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Donde:

**C<sub>n</sub>** = Consumo futuro

**C<sub>o</sub>** = Consumo determinado para el año actual

**i** = Tasa de crecimiento poblacional (1.56% tasa crecimiento poblacional INEC)

**n** = Año proyectado

**TABLA N° 31**  
**PROYECCION DEMANDA DE TURISTAS**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b> <b><math>C_n = C_o(1 + i)^n</math></b>
<b>2015</b>	24.913
<b>2016</b>	25.302
<b>2017</b>	25.696
<b>2018</b>	26.097
<b>2019</b>	26.504
<b>2020</b>	26.918

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

Los datos obtenidos, generan expectativas de afluencia de turistas, que, en los próximos años, serán posibles clientes de la empresa de turismo, tomando en cuenta que para el año 2.020, al lograr posicionarse en el mercado se proyecta acoger a 26.918 turistas.

### **3.10 Determinación de la Demanda Insatisfecha**

Se la considera como la diferencia entre la oferta y la demanda, a continuación, se presenta un cuadro con un balance entre la oferta y la demanda durante los próximos 5 años.

**TABLA N° 32**  
**DEMANDA INSATISFECHA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2016	25.302	16.945	8.357
2017	25.696	17.374	8.322
2018	26.097	17.813	8.284
2019	26.504	18.264	8.240
2020	26.918	18.726	8.192

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

Después de realizar los cálculos pertinentes se puede concluir que para el año 2020 existirá una demanda insatisfecha de 8.192 turistas, esto si la oferta se sigue manteniendo en sus niveles bajos.

### **3.11 Participación en el Proyecto**

De acuerdo a la capacidad de la empresa se aspira cubrir el 85% de la demanda insatisfecha durante los 5 años de acuerdo a los hábitos de consumo de los turistas.

**TABLA N° 33**  
**DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

<b>Año</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>Demanda Potencial a Satisfacer</b>
2016	8.357	7.103
2017	8.322	7.074
2018	8.284	7.041
2019	8.240	7.004
2020	8.192	6.963

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

Con el fin de tener un control más eficaz de los turistas que se recibirá se ha optado en base a criterio personal asignar porcentajes para cada servicio ofertado y así determinar la demanda a satisfacer por cada uno; es así que para el servicio de alojamiento se tomara el 48%, para alimentación el 22% y para servicios turísticos el 30%.

**TABLA N° 34**  
**DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER POR SERVICIO**

SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alojamiento	3409	3.396	3.380	3.362	3.342
Alimentación	1.563	1.556	1.549	1.541	1.532
Servicios turísticos	2.131	2.122	2.112	2.101	2.089
<b>TOTAL</b>	<b>7.103</b>	<b>7.074</b>	<b>7.041</b>	<b>7.004</b>	<b>6.963</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

### 3.12 Análisis de Precios

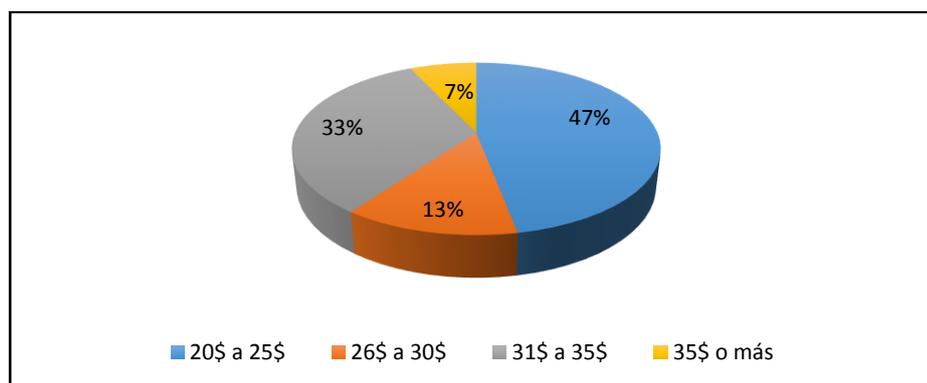
El precio por cada servicio a ofrecer se establece tomando en cuenta ciertos criterios basados en:

- Costos
- Precios de la competencia
- Información de campo recolectada

**Precios de la competencia:** Según la investigación de campo realizada en el Cantón Cayambe se pudo apreciar que el precio por alojamiento fluctúa de 21,96\$ dólares a 115\$ dólares dependiendo del tipo de habitaciones, cabe recalcar que la mayoría de establecimientos incluyen en el precio de la habitación el desayuno. La alimentación de un día está entre 10 y 30 dólares y los servicios recreacionales la mayoría los ofertan de 20 dólares en adelante según los servicios que el cliente desee.

**Información de campo:** Mediante la encuesta realizada a los turistas nacionales y extranjeros podemos determinar lo siguiente:

**GRAFICO N° 45**  
**PRECIO DEL SERVICIO A OFRECER**



Con respecto al precio el 47% de los encuestados prefirieron pagar entre \$20 a \$25 dólares, mientras que el 33% pagaría entre \$31 y \$35 dólares por el servicio de alojamiento, existe un porcentaje bajo del 13% quienes contestaron que pagarían de \$26 a \$30 dólares y solo un porcentaje mínimo del 7% de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de \$35 dólares por el servicio de alojamiento lo que nos hace suponer que esto depende mucho del nivel económico con el que cuentan las personas encuestadas.

➤ **Determinación de precios**

**TABLA N° 35**  
**DETERMINACIÓN DE PRECIOS**

DESCRIPCION	PRECIO SUGERIDO
Platos a la carta	25,00
Alojamiento	28,87
Servicios turísticos	25,00
<b>TOTAL</b>	<b>78,87</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

Se estableció un precio razonable para que de este modo resulte accesible tanto para los visitantes nacionales como extranjeros.

### 3.13 Comercialización

La creciente demanda en los servicios turísticos hace que existan diferentes formas y actores productivos que se involucran para poder llegar de mejor manera al turista.

A continuación, presentamos varios canales de venta que nos ayudaran a cumplir nuestra labor.

- Directo: Productor- consumidor
- Productor- minorista- consumidor final.
- Productor- mayorista- consumidor final.

Las alianzas estratégicas entre operadoras turísticas resultaran favorables a la hora de comercializar nuestro servicio dándonos una ventaja frente a la competencia.

### 3.14 Promoción

Para promocionar la imagen corporativa se creó un logotipo con el que se pretende identificar y dar a conocer a simple vista al turista la esencia misma de la empresa.

La promoción se realizará por diferentes medios como son:

- Internet
- Participación en ferias nacionales y locales de turismo, con el fin de dar a conocer nuestros servicios, indicando la importancia de ser una empresa de turismo ecológico.
- Oficinas de información turística
- Convenios de socialización con el GAD Municipal Cayambe
- Sugerencia de otros visitantes

### **3.15 Publicidad**

La publicidad será efectuada por medio de internet con la creación de una página web donde nuestros clientes puedan observar nuestros servicios y realizar sus reservaciones además de usar otros canales como:

- Página web
- Spot publicitario
- Diarios locales

### **3.16 Conclusiones del Estudio de Mercado**

- En la parroquia Juan Montalvo del Cantón Cayambe no existe una empresa con las características del turismo ecológico, sin embargo, existe una empresa que se dedica a la prestación de servicios turísticos la misma que no cubre totalmente las necesidades del turista.
- El precio de todos los paquetes turísticos se fijará en función de la competencia, añadiendo un porcentaje de utilidad de acuerdo al poder adquisitivo de los consumidores.
- La comercialización de los servicios turísticos se realizará principalmente de manera directa y también se lo efectuará mediante alianzas con operadoras turísticas tanto locales como nacionales.
- Se ha concluido que la creación de una empresa de turismo ecológico en la parroquia Juan Montalvo del Cantón Cayambe, es factible porque existe una demanda insatisfecha que se quiere cubrir brindando un servicio turístico distinta, sustentable y de calidad, dando la oportunidad a los turistas de disfrutar de una manera diferente de hacer turismo.

## CAPITULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1 Introducción

El presente capítulo nos permitirá conocer el lugar exacto de asentamiento de nuestro proyecto, además de la distribución que tendrá la planta con respecto a las diferentes secciones que se desea implementar.

Se dará a conocer también el tamaño de la inversión, describiendo así cada uno de los elementos en los que se necesita invertir como son: mano de obra directa, materia prima directa y costos indirectos de fabricación.

#### 4.2 Objetivo

Realizar un estudio de las condiciones óptimas para determinar la infraestructura y equipamiento del proyecto.

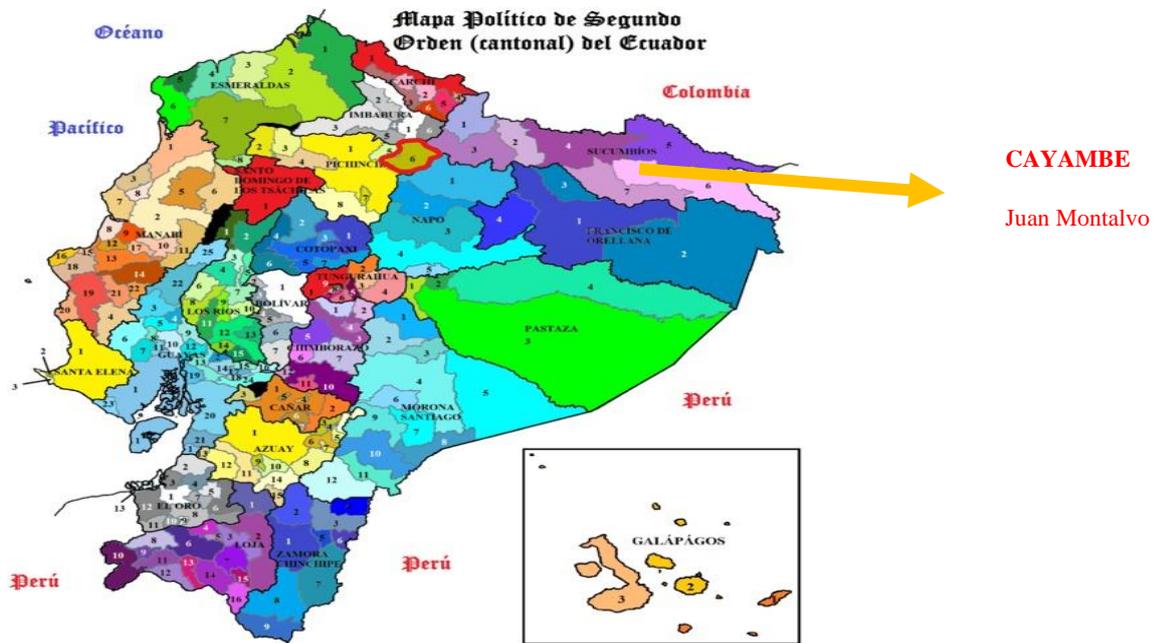
#### 4.3 Localización del proyecto

La empresa de turismo ecológico se ubicará en el cantón Cayambe, en la parroquia Juan Montalvo.

##### 4.3.1 Macro localización

La parroquia Juan Montalvo está ubicada en la provincia de Pichincha a 75 km de la ciudad de Quito, situada en la panamericana sur a tan solo 3 km de la cabecera cantonal Cayambe

**GRAFICO N° 46**  
**MAPA POLITICO DEL ECUADOR**



FUENTE: SENPLADES

**GRAFICO N° 47**  
**MAPA POLITICO DEL CANTON CAYAMBE**



Fuente: SENPLADES  
Elaboración: Equipo de investigación del CENTROCIC

FUENTE: SENPLADES

En el análisis de macro localización de la empresa se ha considerado ubicarle en la provincia de Pichincha, particularmente en el Cantón Cayambe debido a que este lugar presenta las

condiciones favorables para que un proyecto de estas condiciones pueda desarrollarse adecuadamente; sus límites son: al norte con la provincia de Imbabura, al sur con la capital Quito, este provincia de Napo, oeste con el Cantón Pedro Moncayo.

### 4.3.2 Micro localización

La parroquia Juan Montalvo forma parte de las 8 parroquias que posee el Cantón Cayambe, considerada como parroquia urbana ya que el 80% de su población vive en la ciudad.

Se encuentra al nororiente de la ciudad y además comprende los alrededores del sur de la ciudad, va desde la quebrada de Yasnan hasta el río Guáchala y sube hasta el volcán Cayambe, la Parroquia se encuentra a una altura promedio de 2800 msnm.

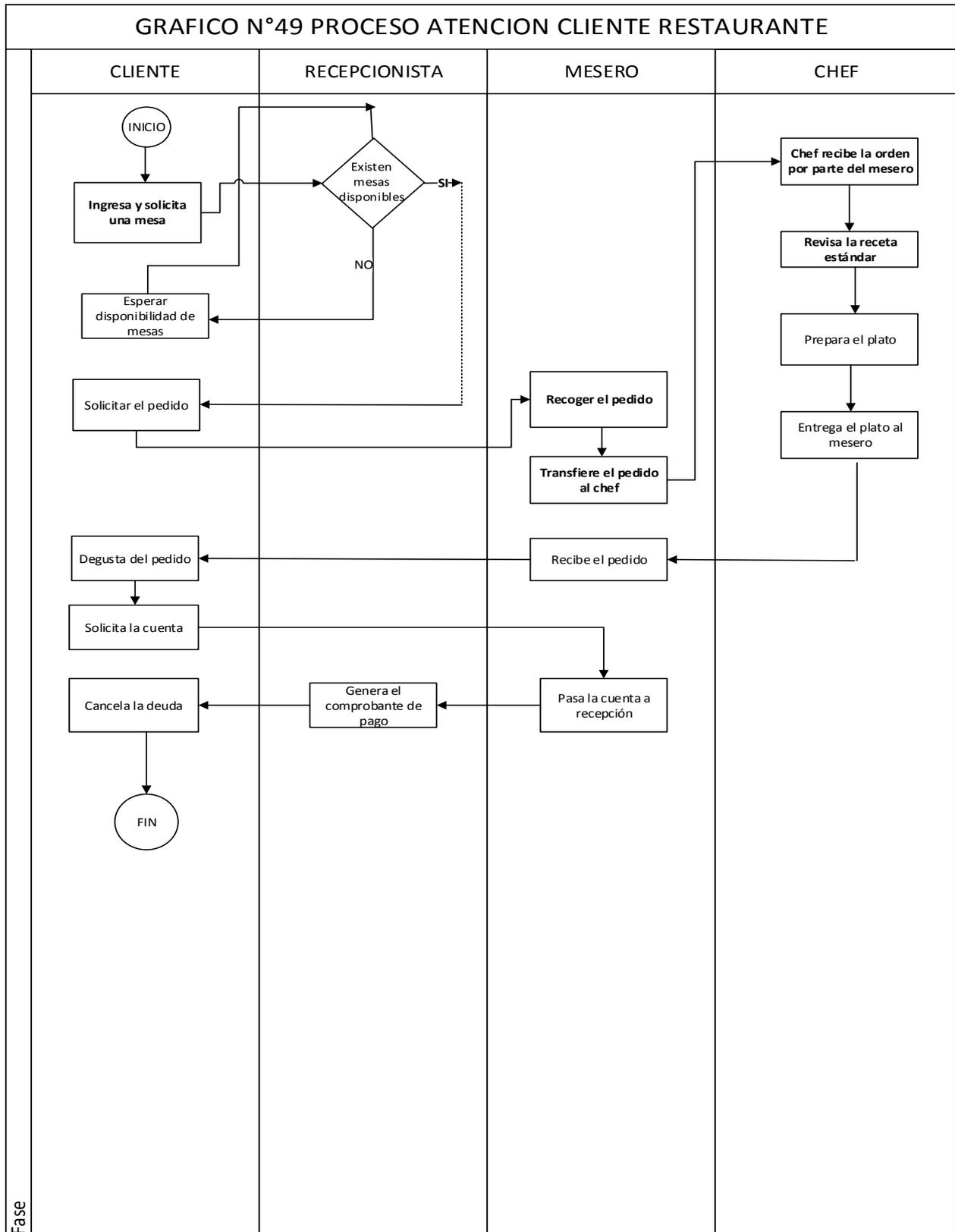
La parroquia posee una gran diversidad de flora y fauna rodeada de una extensa vegetación de páramo andino gracias a que parte de su territorio se encuentra inmerso en el Parque Nacional Cayambe Coca, además de tener una vista privilegiada del nevado Cayambe principal atractivo del cantón y por ende de la parroquia.

### **GRAFICO N° 48** **MAPA TURISTICO DEL CANTON CAYAMBE**



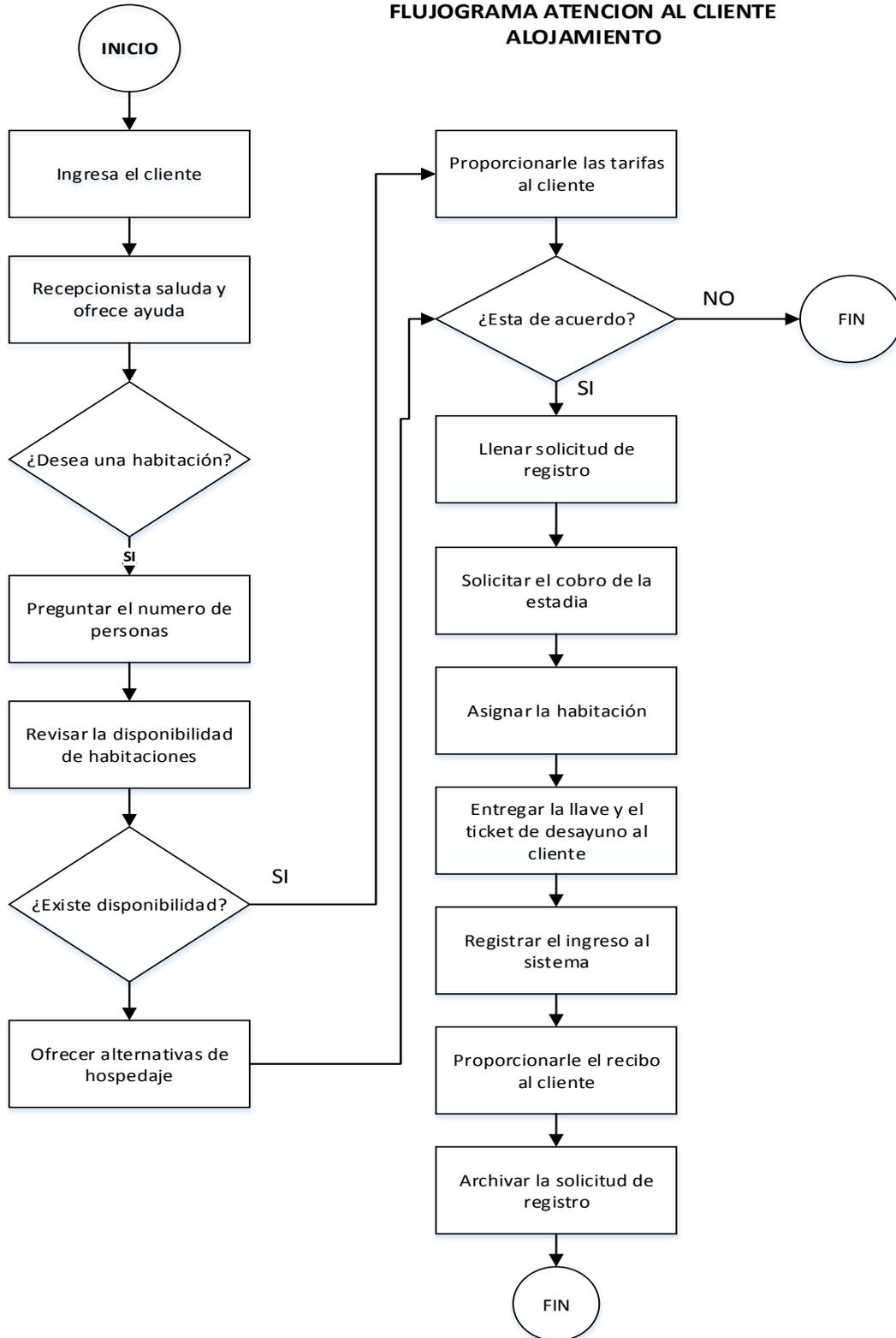
FUENTE: Municipio de Cayambe

4.4 Ingeniería del proyecto



FUENTE: Investigación de Campo  
 ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**GRAFICO N°50  
FLUJOGRAMA ATENCION AL CLIENTE  
ALOJAMIENTO**



**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

## 4.5 Obra civil

Se determina la infraestructura física de la empresa además de las instalaciones y obras de ingeniería necesarias con indicación de los costos obtenidos en base a estimaciones determinadas de acuerdo a la información proporcionada por profesionales de apoyo.

### 4.5.1 Diseño de instalación de la planta

El área en la cual estará asentada la estructura física de la empresa de turismo ecológico consta de 20.000 metros cuadrados distribuidos de la siguiente manera:

**TABLA N° 36**  
**DISTRIBUCION DE LA PLANTA**

<b>AREA DE RESTAURANTE</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>Descripción</b>	<b>m2</b>	<b>Extensión total m2</b>
1	Cocina	25	25
1	Área bar- restaurante	60	60
2	Baños	4	8
<b>SUBTOTAL m2</b>			<b>101m2</b>
<b>AREA DE ALOJAMIENTO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>Descripción</b>	<b>m2</b>	<b>Extensión total m2</b>
4	habitaciones sencillas	9	36
4	habitaciones dobles	12	48
4	habitaciones triples	18	72
2	habitaciones cuádruples	25	50
<b>SUBTOTAL m2</b>			<b>206</b>
<b>OTRAS AREAS DENTRO DE LAS INSTALACIONES</b>			
1	Sala de estar	9	9
1	Sala de juegos billar	9	9
1	Salón de eventos	100	100
1	Administración	9	9
-	Zona de maquinas	20	20
<b>OTRAS AREAS FUERA DE LAS INSTALACIONES</b>			
1	Parqueadero	307	307
-	Áreas verdes	93	93
1	Caballeriza	20	20
<b>SUBTOTAL m2</b>			<b>420</b>
<b>AREA DE SERVICIOS TURISTICOS</b>			
-	Espacios abiertos		10.000

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

En base a la capacidad instalada se estima recibir 7.074 turistas para el año 2017; considerando un aumento en los meses de julio y agosto a diferencia de todo el año.

**Cobertura del proyecto:** la empresa tendrá capacidad de alojar a 30 personas diariamente, además de tener la posibilidad de captar más turistas, que hagan uso de las instalaciones.

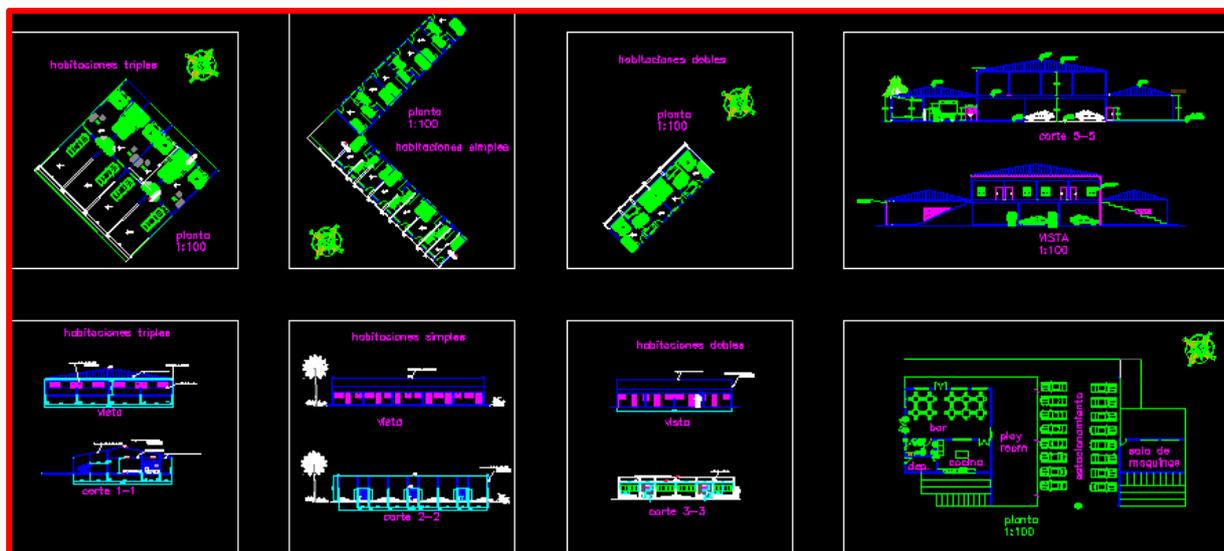
**Tiempo de servicio:** 365 días del año.

**Producto:** Alojamiento, Restaurante, Servicios turísticos (cabalgatas, senderismo, uso de bicicletas)

**Vida Útil estimada del proyecto:** 5 años, considerados para visualizar y evaluar la capacidad de recuperación de la Empresa de Turismo.

#### 4.5.2 Distribución de las instalaciones

##### **GRAFICO N° 51** **DISEÑO Y DISTRIBUCION DE LAS INSTALACIONES**



**ELABORADO POR:** Apoyo de un profesional en diseño grafico

En las instalaciones de la empresa de turismo predominara los colores tierra como terracota, café, beige, entre otros esto debido a que se pretende dar un toque rustico y ecológico, por cuanto se utilizara abundante madera para conseguir este toque en las instalaciones.

Las paredes serán adornadas con cuadros representativos de la cultura de Cayambe, los personales de sus fiestas y también imágenes de flora y fauna, utilizaremos la mayor parte del tiempo iluminación natural por lo que se contara con ventanas grandes.

Se utilizará la madera para la decoración de los interiores como la barra del bar, cocina, baños, entre otros. En los dormitorios se contará con un velador por cama, una mesa y un sillón grande o dos pequeños, dependiendo del tipo de dormitorio, todas las habitaciones contarán con cuarto de baño privado.

#### **4.6 Determinación del presupuesto técnico**

El presupuesto técnico está dado por la inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo.

A continuación se detalla cada uno:

##### **4.6.1 Inversión Fija**

###### **Terreno**

Para la puesta en marcha de la empresa se tiene un terreno que tiene una extensión de 2 hectáreas, el cual es de propiedad de la gestora del proyecto.

***TABLA N° 37  
REQUERIMIENTO DE TERRENO***

<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD (Hectáreas)</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
Terreno	2	10.000	20.000

**FUENTE:** Investigación de campo 2016

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

### Infraestructura Civil

El costo de construcción civil de las instalaciones necesarias para operar es de \$ 35.000 dólares

**TABLA N° 38**  
**INFRAESTRUCTURA CIVIL**

DESCRIPCION	TOTAL
Infraestructura civil	35.000

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

Para el correcto funcionamiento de la empresa de turismo se necesitará contar con diferente maquinaria y equipo los cuales se detallan a continuación:

### Muebles y Enseres

Para el requerimiento de muebles y enseres se tiene las siguientes partidas que dan una inversión total de \$ 14.553,50

**TABLA N° 39**  
**MUEBLES Y ENSERES HABITACIONES**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cama 2 plazas	4	170,00	680,00
Cama 1 plaza literas	8	240,00	1.920,00
Cama 1 plaza	12	180,00	2.160,00
Colchones 2 plazas	4	135,00	540,00
Colchones 1 plaza	22	60,00	1.320,00
Almohada plumón	50	5,00	250,00
Juego de sábanas 2 plazas	15	27,50	412,50
Juego de sábanas 1 plaza	44	24,0	1.056,00
Cobijas cubrecama 2 plazas	15	34,00	510,00
Cobijas cubrecama 1 plaza	44	30,00	1.320,00
Toallas de piso	30	9,00	270,00
Toallas para cuerpo	30	14,00	420,00
Cortinas de baño	20	5,50	110,00
Cortinas	28	15,00	420,00
Veladores	22	55,00	1.210,00
Puff diseño llamativo	14	50,00	700,00
<b>TOTAL</b>			<b>13.298,50</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 40**  
**MUEBLES DE OFICINA**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Estación de trabajo	1	200,00	200,00
Silla de gerencia	1	75,00	75,00
Archivador	1	120,00	120,00
Sillas de oficina	4	35,00	140,00
Juego de sala	1	600,00	600,00
Soporte para televisor	2	60,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.255,00</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

### Equipo de Oficina

Se realizará la adquisición de los siguientes equipos:

**TABLA N° 41**  
**EQUIPOS DE OFICINA**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadoras	2	700,00	1.400,00
Impresora- copiadora	1	725,00	725,00
Cámaras de seguridad	4	179,00	716,00
Teléfono fijo	15	35,00	525,00
Registradora	1	200,00	200,00
<b>TOTAL</b>			<b>3.566,00</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

## Maquinaria y Equipo

La inversión de maquinaria es indispensable para el buen funcionamiento de la empresa, siendo los siguientes:

**TABLA N° 42**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Mesa de 10	1	50,00	50,00
Mesa de 6	2	45,00	90,00
Mesa de 4	2	40,00	80,00
Sillas	35	15,00	525,00
Plancha freidora	1	270,00	270,00
Cocina industrial	2	450,00	900,00
Congelador	1	380,00	380,00
Licuada industrial	1	350,00	350,00
Lavadoras profesionales	2	1.208,00	2.416,00
Refrigeradora	1	1.600,00	1.600,00
Calefón industrial	1	329,00	329,00
Batidora industrial	1	505,00	505,00
Cafetera eléctrica cap. 30 tazas	2	100,00	200,00
Mini componente	1	280,00	280,00
Televisores	2	329,00	658,00
Equipos para caballo	5	120,00	600,00
Equipo de primeros auxilios	5	250,00	1.250,00
Aire acondicionado	1	450,00	450,00
Bicicletas montañeras	6	350,00	2.100,00
<b>TOTAL</b>			<b>13.033,00</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

## Vehículo

Este vehículo será utilizado para el transporte de turistas, tiene capacidad para 4 personas.

**TABLA N° 43**  
**VEHICULO**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
CHEVROLET GRAND VITARA 2015	1	16.500,00	16.500,00

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

## Menaje

El menaje es necesario para una buena adecuación y funcionamiento de la empresa, siendo los siguientes:

**TABLA N° 44**  
**MENAJE**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Ollas Industriales	4	250,00	1.000,00
Sartén	2	38,00	76,00
Recipientes	4	18,00	72,00
Vasos para whisky	4	21,00	84,00
Copas para vino blanco docena	4	22,00	88,00
Copas para vino tinto docena	4	23,00	92,00
Copas de agua docena	4	25,50	102,00
Jarros cervecero docena	4	21,48	85,92
Plato base docena	4	35,00	140,00
Plato de entrada docena	4	37,00	148,00
Plato sopero docena	4	33,00	132,00
Plato principal docena	4	37,00	148,00
Plato de postre docena	4	25,00	100,00
Tenedor de mesa docena	4	12,00	48,00
Cuchara de postre docena	4	12,25	49,00
Cuchillo de mesa docena	4	12,00	48,00
Cuchara sopera docena	4	13,00	52,00
Tenedor de fruta docena	4	12,00	48,00
Jarras	10	20,00	200,00
Manteles	10	4,15	41,50
Centros de mesa	10	3,00	30,00
Utensilios de cocina	1	300,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>3.084,42</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

## Semovientes

En las diferentes actividades, que realizará la empresa de turismo, está incluido el paseo a caballo como recreación del turista por consiguiente es necesario la adquisición de estos:

**TABLA N° 45**  
**SEMOVIENTES**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Caballos	4	800,00	3.200,00

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

## Talento Humano

El personal requerido para el funcionamiento de la empresa laborara 8 horas diarias a excepción de: la contadora la cual se la contratara por servicios profesionales y laborara 4 horas diarias, en el caso de la seguridad se contratara una empresa que brinde este servicio y para el caso del área de recepción se ha visto la necesidad de contratar tres recepcionistas con el fin de que laboren las 24 horas del día.

Los requerimientos de talento humano se muestran a continuación:

**TABLA N° 46**  
**REQUERIMIENTO MANO DE OBRA**

CARGO	NUMERO
Recepcionista	3
Gerente	1
Contador	1
Mesero	1
Guías nativos	2
Camarera	1
Chef	1
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

#### 4.6.2 Resumen de activos fijos

Los activos fijos que se necesitan para la iniciación del proyecto dan un total de \$ 108.936,92 y se detalla a continuación:

**TABLA N° 47**  
**INVERSIONES FIJAS**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>ANUAL</b>
Terreno	20.000,00
Infraestructura	35.000,00
Muebles y Enseres	14.553,50
Equipo de Oficina	3.566,00
Maquinaria y Equipo	13.033,00
Vehículo	16.500,00
Menaje	3.084,42
Semovientes	3.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>108.936,92</b>

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

#### 4.6.3 Inversión diferida

Las partidas que conforman la inversión diferida son egresos en los que debe incurrir la empresa al inicio de sus funciones como son los honorarios a abogados para los procesos de constitución y los costos de investigación para conocer la factibilidad del proyecto.

**TABLA N° 48**  
**GASTOS DE CONSTITUCION**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>ANUAL</b>
Gastos de investigación	550,00
Permisos de funcionamiento	850,00
Patentes	420,00
Imprevistos 5%	91,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.911,00</b>

FUENTE: Investigación de Campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

#### 4.6.4 Inversión variable- capital de trabajo

El capital de trabajo se encuentra presupuestado para un mes; con ello se pretender cubrir las necesidades de operación y comercialización de la empresa de turismo:

**TABLA N° 49**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	
	PARCIAL	TOTAL
<b>Costos de Producción</b>		<b>8.492,07</b>
MPD alojamiento	1.107,93	
MPD alimentación	644,74	
Mano de Obra Directa	4.473,36	
Mano de obra indirecta	1.800,00	
Reparación y mantenimiento	272,34	
Limpieza y aseo	23,70	
Servicios básicos	170,00	
<b>Gastos Administrativos</b>		<b>1.546,22</b>
Sueldo Personal Administrativo	1.471,12	
Suministros y Materiales de Oficina	75,10	
<b>Gasto Ventas</b>		<b>225,00</b>
Publicidad	225,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>10.263,29</b>
Imprevistos 5%		513,16
<b>TOTAL</b>		<b>10.776,45</b>

FUENTE: Investigación de Campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

#### 4.7 Inversión Total del Proyecto

La inversión total del proyecto es de \$121.645,85 la misma que será cubierta el 55% por la propietaria y el 45% con financiamiento de una institución bancaria.

**TABLA N° 50**  
**INVERSION TOTAL**

DETALLES	TOTAL
Activos Fijos	108.958,40
Gastos de constitución	1.911,00
Capital de trabajo	10.776,45
<b>TOTAL</b>	<b>121.645,85</b>

FUENTE: Investigación de Campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

## CAPITULO V

### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

#### 5.1 Introducción

Para el desarrollo del presente capítulo se efectuará un análisis organizacional, administrativo y legal, el cual servirá de base para establecer la estructura funcional de la empresa con respecto al talento humano, las funciones y competencias. Además de la estructura organizacional en donde se determinará la razón social, misión, visión, valores, principios de la empresa.

#### 5.2 Nombre de la empresa

El nombre escogido para la empresa de turismo busca diferenciarse de las demás empresas, así como también llamar la atención del turista. De esta forma lograr posicionamiento y reconocimiento en el mercado.

El nombre de la empresa es TURISMO ECOLÓGICO “AYA HUMA HUASI”; las palabras Aya Huma fueron tomadas del personaje mítico que lleva su nombre el cual representa la cultura y el turismo en el Cantón Cayambe, factores representativos de nuestra empresa.

#### Logotipo



### **5.3 Elementos Administrativos Estratégicos**

#### **Misión de la Empresa Turismo Ecológico “AYA HUMA HUASI”**

Promover y orientar el turismo en la Parroquia Juan Montalvo del Cantón Cayambe brindando un lugar tranquilo de alojamiento y sitios para la distracción del turista con gente amable, calidad en el servicio y prácticas de turismo sostenible a fin de asegurar experiencias memorables en el turista tanto nacional como extranjero.

#### **Visión de la Empresa Turismo Ecológico “AYA HUMA HUASI”**

Ser una empresa reconocida a nivel nacional e internacional, en la implementación de una nueva alternativa de hacer turismo orientada en el conocimiento, esparcimiento y recreación en las áreas naturales catalogadas como patrimonios ecológicos y culturales de la parroquia Juan Montalvo.

#### **Valores Corporativos**

- Responsabilidad social
- Trabajo en Equipo
- Amabilidad
- Confiabilidad
- Respeto

### **5.4 Requisitos Legales para su Funcionamiento**

#### **5.4.1 Base Legal**

La presente empresa, funcionará como una unidad personal, debido a que su capital social será constituido por un solo propietario.

El Ministerio de Turismo en su afán de tener un mejor control de los establecimientos que brindan servicios de alimentación y hospedaje establece en su reglamento de alojamiento turístico una clasificación de acuerdo a ciertas características que impone el mismo órgano de control y que los establecimientos deben de cumplir. Es así que en sus art. 12,13 nos presenta la siguiente clasificación:

**TABLA N° 51**

**CATEGORIZACION DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS**

<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>CATEGORIA ASIGNADA</b>
Hotel	2 estrellas a 5 estrellas
Hostal	1 estrella a 3 estrellas
Hostería – hacienda turística	3 estrellas a 5 estrellas
Lodge	3 estrellas
Resort	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	Categoría única
Campamento turístico	Categoría única
Casa de huéspedes	Categoría única

**FUENTE:** Ministerio de Turismo

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

De acuerdo al análisis de concepto de cada establecimiento se estableció por sus características que la empresa tiene la denominación de Lodge puesto que cumple con la definición que expresa lo siguiente:

Lodge.- “establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas con cuarto de baño y aseo privado... Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje... sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observaciones de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros” (MINTUR, 2017)

Para su funcionamiento de la empresa se requiere cumplir con ciertos requisitos y organismos que se detallan a continuación.

**TABLA N° 52**  
**CONSTITUCION DE UNA EMPRESA DE TURISMO ECOLÒGICO**

<b>TRAMITE</b>	<b>LUGAR</b>	<b>FRECUENCIA DE CUMPLIMIENTO O PAGO</b>
Registro Único de Contribuyentes	Servicio de Rentas Internas	Mensual
Registro de Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Una sola vez
Patente Municipal	GAD Cayambe	Anualmente
Permiso de funcionamiento	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria	Anualmente
Certificado de funcionamiento	Cuerpo de Bomberos	Anualmente
Permiso Sanitario de Funcionamiento	Ministerio de Salud	Anualmente

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

### 1) Registro Único de Contribuyentes- SRI

#### Requisitos:

- Original del Formulario: RUC 01-A\* debidamente lleno y firmado por el representante legal.
- Original y Copia: Documento de creación de la sociedad, Nombramiento del representante legal, Cédula del representante legal.
- Copia de ubicación de la sociedad.
- Para justificar el domicilio, se presentará cualquiera de los siguientes requisitos:
  - A nombre de la sociedad o del representante legal.
  - Planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono)
  - Factura de telefonía fija o móvil, internet o televisión pagada.
  - Predio urbano o rural.

- Estados de cuenta bancaria o tarjeta de crédito.
- Cualquier documento emitido por la entidad pública.

(SRI, 2017)

## **2) Registro de Actividad Turística- Ministerio de Turismo**

### **Requisitos:**

Para obtener el registro de actividad turística es necesario hacer uso de la plataforma virtual siete del Ministerio de Turismo crear una cuenta y completar los siguientes pasos:

### **Paso 1: Información del Registro Único del Contribuyente**

En esta sección se podrá verificar la siguiente información:

- Registro Único de Contribuyentes
- Datos del Representante legal o propietario
- Certificado de votación.

Nota: Estos datos son obtenidos automáticamente del SRI, CNE y Registro Civil.

### **Paso 2: Registro del Establecimiento**

En esta sección se desplegará un listado de establecimientos vinculados al RUC para posteriormente registrarlos en el sistema.

Para el adecuado registro del establecimiento dentro de esta sección se deberá seguir 4 pasos adicionales:

- **Validar información:** se presentará el número de registro actualizado del establecimiento.

- **Información general:** se dará a conocer la información general de todos los establecimientos asociados al RUC.
- **Aceptación – términos y condiciones:** se deberá leer todas las cláusulas y condiciones antes de aceptar.
- **Requisitos - normativa legal:** se deberá elegir entre varias opciones la actividad turística, clasificación y categoría del establecimiento, además de completar una serie de requisitos para la clasificación y categorización de establecimientos.

Nota: El Certificado de Registro de Establecimiento se enviará al correo electrónico proporcionado por el usuario una vez que el Ministerio de Turismo realice inspección y verifique el cumplimiento de los requisitos declarados en la plataforma.

### **Paso 3: Consulta y pago de la contribución del Uno por Mil**

En esta sección se podrá consultar la contribución del Uno por Mil de acuerdo a la declaración del inventario de activos fijos correspondiente a Propiedad Planta y Equipo y enseguida el sistema se encargará de calcular el valor de la contribución para su pronto pago.

### **Paso 4: Consulta de Estado de Tramites**

En esta sección se podrá verificar información acerca de solicitudes en trámite o solicitudes realizadas, además se podrá continuar con el proceso de registro si por algún motivo no se lo pudo concluir. (MINTUR, 2017)

## **3) Patente Municipal- GAD Cayambe**

### **Requisitos:**

- Llenar Formulario único para la obtención de los permisos para ejercer actividades económicas en el Cantón Cayambe.

- No adeudar al Municipio, el propietario y/o arrendatario del predio donde se realizará la actividad económica.
- Copia de cedula y papeleta de votación.
- Copia del RUC.
- Copia del informe de uso de suelo.
- Informe técnico ambiental vigente otorgado por la dirección de Gestión Ambiental del GADIP del Municipio de Cayambe.

(CAYAMBE, 2017)

#### **4) Permiso de Funcionamiento. - ARCSA**

##### **Requisitos:**

Para obtener el permiso de funcionamiento de la ARCSA se debe registrar un usuario y contraseña en la página web de la institución para ingresar al sistema y llenar el formulario de solicitud del permiso.

En el formulario se solicita datos del representante legal o propietario de la empresa, además de los datos del establecimiento; a esto deberá adjuntarse ciertos requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento. (Para nuestro caso el único requisito que debe ser adjuntado es la categorización del Ministerio de Turismo).

Una vez enviados el formulario y los requisitos se emitirá una orden de pago para en 24 horas proceder a cancelar el valor y obtener el certificado. (ARCSA, 2017)

## 5) Certificado de Funcionamiento- Bomberos de Cayambe

### Requisitos:

- Adquirir solicitud de la Inspección del Cuerpo de Bomberos (Secretaria).
- Inspección por el departamento de Inspección.
- Copia de Factura de la compra de extintores o de recarga, a nombre del propietario /a presentar el extintor.
- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.
- Copia de RUC
- Copia de la cédula de Identidad

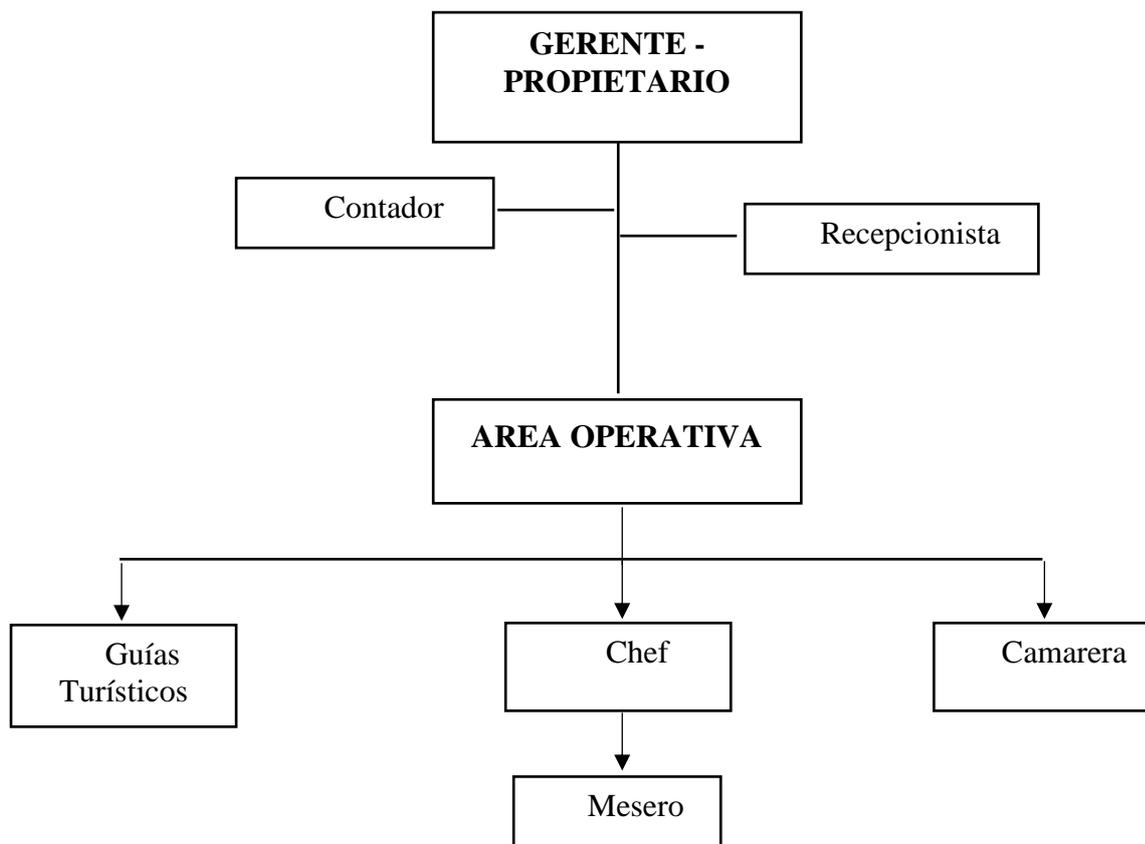
(Cayambe, 2017)

## 6) Permiso Sanitario- Ministerio de Salud

### Requisitos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de inspección.
- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo (en caso de estar ubicados en sitios turísticos).
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado tiene validez por 1 año desde su emisión).
- Copias de la Cedula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos. **(Salud, 2017)**

## 5.5 Organigrama Estructural de la Empresa



Para la elaboración del organigrama se utilizó el de tipo lineal que permite tener un mando general en la empresa; conformado de la siguiente manera:

- **Nivel ejecutivo:** conformado por el gerente de la empresa, quien será responsable de dirigir, orientar y supervisar las operaciones de la entidad.
- **Nivel operativo:** estará integrado por las unidades de alojamiento y restaurante, los trabajadores de estas áreas serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos propuestos por la empresa.
- **Nivel de apoyo o auxiliar:** lo integran la recepcionista y la contadora, quienes estarán encargadas de realizar las funciones de apoyo necesarias para el buen funcionamiento de la empresa.

## 5.6 Matriz de competencias

**TABLA N° 53**

<b>PUESTO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIAS</b>	<b>REQUISITOS</b>	<b>FUNCIONES</b>
<b>Gerente</b>	Administrar y ejecutar de forma eficiente las operaciones, cubriendo todos los recursos humanos para el logro de metas. Estableciendo políticas, objetivos y estrategias para maximizar la rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Liderazgo.</li> <li>-Honestidad</li> <li>-Responsabilidad</li> <li>-Excelentes relaciones públicas.</li> <li>-Ética profesional.</li> <li>-Trabajo en equipo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Contar con una ingeniería en administración de empresas o carreras afines.</li> <li>-Experiencia mínima de 3 años en puestos similares.</li> <li>-Tener conocimiento básico en inglés (requisito indispensable).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Representar a la empresa en todos los asuntos relacionados con el giro del negocio.</li> <li>-Estará encargado de contratar al personal de la empresa así como también ejercerá la facultad de despedir al trabajador que no cumpla sus funciones.</li> <li>-Dirigir y supervisar las actividades del personal, logrando niveles óptimos de eficiencia y asepsia.</li> <li>-Manejar la chequera de la empresa y aprobar las salidas de dinero.</li> <li>-Aprobar y dar a conocer los documentos normativos de la empresa. Entre otras.</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIAS</b>	<b>REQUISITOS</b>	<b>FUNCIONES</b>
<b>Contador</b>	Elabora e implementa políticas, sistemas, métodos y procedimientos de trabajo administrativo-contable y financiero; así como en la emisión de dictámenes destinados a hacer fe pública ante terceros sobre los documentos y estados contables que le son sometidos a su consideración.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Buena Presencia.</li> <li>-Calidad del trabajo.</li> <li>-Compromiso.</li> <li>-Ética profesional.</li> <li>-Adaptabilidad al cambio.</li> <li>-Habilidades matemáticas.</li> <li>-Trabajo en equipo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Contar con una ingeniería en contabilidad y auditoría CPA.</li> <li>-Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.</li> <li>-Tener conocimientos básicos en programas contables.</li> <li>-Trabajo bajo presión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Llevar un registro de todas las operaciones de la empresa debidamente sustentadas en documentos.</li> <li>-Realizar los roles de pagos.</li> <li>-Realizar las declaraciones de impuestos.</li> <li>-Elaborar informes sobre ingresos y gastos.</li> <li>-Presentar los estados financieros de la entidad a las autoridades competente</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIAS</b>	<b>REQUISITOS</b>	<b>FUNCIONES</b>
<b>Recepcionista</b>	Atender al cliente en sus requerimientos de información ya sea de forma personal o a través de una central telefónica pequeña, ejecutando y controlando la recepción y despacho de la correspondencia, para servir de apoyo a las actividades administrativas de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Buena atención y orientación al cliente.</li> <li>-Sociabilidad.</li> <li>-Habilidad para expresarse verbalmente.</li> <li>-Buenas relaciones interpersonales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Contar con estudios en administración hotelera.</li> <li>-Experiencia mínima de 5 años en puestos similares.</li> <li>-Dominar el idioma inglés.</li> <li>-Trabajo bajo presión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Encargada de receptor y documentar solicitudes de las reservaciones.</li> <li>-Atender a los clientes que visitan el establecimiento.</li> <li>-Monitorear la disponibilidad existente de habitaciones y demás instalaciones.</li> <li>-Ser vocero entre el cliente y el personal de la empresa en cuanto a sugerencias y quejas.</li> <li>-Llevar un control en cuanto a los pagos efectuados por concepto de reservaciones.</li> <li>-Recibir la correspondencia de Gerencia.</li> <li>-Cumplir con las normas y procedimientos establecidos por la empresa. Entre otras.</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIAS</b>	<b>REQUISITOS</b>	<b>FUNCIONES</b>
<b>Guías turísticos</b>	<p>Profesional con amplios conocimientos de cultura general y del aspecto sociocultural del ambiente que lo rodea.</p> <p>Orienta, asesora, conduce y vela por la seguridad del grupo a su cargo</p>	<p>-Habilidades Comunicacionales.</p> <p>-Buenas relaciones interpersonales.</p> <p>-Practica en primeros auxilios.</p> <p>-Buena condición física.</p> <p>-Habilidad para la conducción de grupos.</p>	<p>- Contar con estudios mínimo bachiller.</p> <p>-Poseer cursos de primeros auxilios.</p> <p>-Curso de atención al cliente.</p> <p>-Experiencia mínima de 1 años en puestos similares.</p> <p>-Dominar el idioma inglés (60% hablado).</p>	<p>-Su principal función será la de guiar a los turistas en los diferentes tours planificados por la empresa, enseñando los diversos atractivos turísticos.</p> <p>-Además de, coordinar horarios e itinerarios ya establecidos.</p> <p>-velar por la seguridad del grupo a su cargo, evitando cualquier accidente.</p> <p>-supervisar el cumplimiento de horarios y la calidad del servicio.</p>

<b>PUESTO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIAS</b>	<b>REQUISITOS</b>	<b>FUNCIONES</b>
<b>Chef</b>	El chef debe ser una persona creativa capaz de elaborar los distintos menús tanto nacionales como extranjeros que se presenten. Además de estar pendiente del análisis y planificación de los costos del menú.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Creatividad para la realización de los diferentes menús.</li> <li>-Capacidad de trabajar con rapidez</li> <li>-Capacidad para el trabajo en equipo.</li> <li>-Capacidad para el trabajo bajo presión</li> <li>-Habilidades comunicativas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ser un profesional en gastronomía.</li> <li>-experiencia mínima 5 años en la realización de menús.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Planificar y controlar el área de cocina.</li> <li>-Preparar los diferentes platos del menú en un ambiente limpio para los turistas alojados en las instalaciones.</li> <li>-Verificar que la materia prima este en buenas condiciones.</li> <li>-Limpiar el área de la cocina.</li> <li>-Lavar todos los utensilios usados en la cocina.</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIAS</b>	<b>REQUISITOS</b>	<b>FUNCIONES</b>
<b>Mesero</b>	Identificar las necesidades de los clientes y saberlas satisfacer con prontitud, brindar asesoría para permitir la facilidad de elección del pedido.	-Trabajo en equipo -Amabilidad. -Buen trato al cliente -capacidad para persuadir	-Debe ser mínimo bachiller.  -tener por lo menos un curso en atención al cliente  -experiencia mínima 1 año en cargos similares.	-Se encargará de recibir al cliente.  -Tomar la orden y servir los diferentes platillos al cliente en el restaurante.  -Mantener el área limpia.

<b>PUESTO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIAS</b>	<b>REQUISITOS</b>	<b>FUNCIONES</b>
<b>Camarero</b>	Encargado de la planificación, organización, control y supervisión del equipo de limpieza, además de la ornamentación de la infraestructura.	-Honradez -Disciplina -Puntualidad	-Debe ser mínimo bachiller.  -tener por lo menos un curso en atención al cliente  -experiencia mínima 1 año en cargos similares.	-Encargada de las habitaciones realizará labores de limpieza, además se encargará del lavado de sábanas, toallas, entre otros.  -Abrir ventanas para ventilar habitaciones.  -Verificar daños dentro de las habitaciones

**FUENTE:** Investigación de campo 2016

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

## CAPITULO VI

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 6.1 Introducción

El presente capítulo nos permitirá determinar la viabilidad del proyecto a través de un enfoque más amplio de las condiciones financieras y económicas en las cuales se desarrollará el proyecto, determinando así las inversiones, los ingresos y los costos que se generará con la puesta en marcha del mismo durante su vida económica.

El establecimiento de la viabilidad del proyecto se hará de manera cuantitativa y confiable garantizando así la toma de decisiones adecuadas.

#### 6.2 Objetivo

Determinar la viabilidad económica financiera del proyecto, con el fin de cuantificar las inversiones que se requerirán en términos de beneficios y costos.

#### 6.3 Estructura de la inversión

El importe de la inversión del proyecto ascienda a \$121.645,85 el mismo que está distribuido en capital propio y capital financiado

**TABLA N° 54**  
**ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Capital Propio	66.905,22	55%
Capital Financiado	54.740,63	45%
<b>TOTAL</b>	<b>121.645,85</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Investigación de Campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

## 6.4 Destino de la Inversión

La inversión total será destinada para cubrir los rubros de activos fijos, gastos de constitución y capital de trabajo como se detalla a continuación:

**TABLA N° 55**  
**INVERSIÓN TOTAL**

<b>DETALLES</b>	<b>TOTAL</b>
Activos Fijos	108.958,40
Gastos de constitución	1.911,00
Capital de trabajo	10.776,45
<b>TOTAL</b>	<b>121.645,85</b>

**FUENTE:** Investigación de Campo 2016

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

## 6.5 Ingresos

Los ingresos que obtendrá la empresa vienen dados por los tres servicios que se ofrecerá como son: Alojamiento, restaurante y servicios turísticos.

### 6.5.1 Proyección de ingresos

Para la proyección de ingresos se tomaron en cuenta las proyecciones de demanda y los precios de venta calculados además de la tasa de crecimiento del 1.56% (INEC), en los precios de venta tendrán un incremento del 5% anual.

**TABLA N° 56**  
**PROYECCIÓN VENTAS NETAS**

<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Demanda potencial</b>					
Alojamiento	3.409	3.396	3.380	3.362	3.342
Restaurante	1.563	1.556	1.549	1.541	1.532
Servicios turísticos	2.131	2.122	2.112	2.101	2.089
<b>Precio de venta proyectado</b>					
Incremento precio		5%	5%	5%	5%
Alojamiento	26,06	27,36	28,73	30,17	31,68
Restaurante	24,14	25,35	26,61	27,95	29,34
Servicios turísticos	20,43	21,45	22,52	23,65	24,83
<b>Ingresos proyectados</b>					
Alojamiento	88.838,54	92.914,56	97.107,40	101.431,54	105.874,56
Restaurante	37.730,82	39.444,60	41.218,89	43.070,95	44.948,88
Servicios turísticos	43.536,33	45.516,90	47.562,24	49.688,65	51.869,87
<b>TOTAL</b>	<b>170.105,69</b>	<b>177.876,06</b>	<b>185.888,53</b>	<b>194.191,14</b>	<b>201693,31</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

## 6.6 Egresos

### 6.6.1 Presupuesto de Costos de producción

#### ➤ Materia prima

Se calcularan los materiales directos para hospedaje y alimentación.

#### HOSPEDAJE

Entiéndase por aquellos materiales que se identifican directamente con el negocio y son medibles, en esta sección los materiales que intervienen son los siguientes: Shampoo, jabón de baño, papel higiénico.

En la empresa se pretende crear 4 tipos de habitaciones para el confort del cliente, simples, dobles, triples y cuádruples para lo cual se determinara el costo en materiales directos por cada habitación.

**TABLA N° 57**  
**COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA HOSPEDAJE**

HABITACIÓN	MATERIALES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SIMPLE	Shampoo	1	0,15	0,15
	Jabón	1	0,12	0,12
	Papel higiénico	1	0,20	0,20
		<b>TOTAL HAB. SIMPLE</b>		<b>0,47</b>
DOBLE	Shampoo	2	0,15	0,30
	Jabón	2	0,12	0,24
	Papel higiénico	1	0,20	0,20
		<b>TOTAL HAB. DOBLE</b>		<b>0,74</b>
TRIPLE	Shampoo	3	0,20	0,60
	Jabón	3	0,15	0,45
	Papel higiénico	1	0,12	0,12
		<b>TOTAL HAB. TRIPLE</b>		<b>1,17</b>
CUADRUPLE	Shampoo	4	0,20	0,80
	Jabón	4	0,15	0,60
	Papel higiénico	1	0,12	0,12
		<b>TOTAL HAB. TRIPLE</b>		<b>1,52</b>

FUENTE: Investigación de Campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

La cantidad de habitaciones, se encuentran presupuestadas de acuerdo a la demanda potencial para este servicio. El costo unitario de materia prima en alojamiento nos da un total de \$3.9.

**TABLA N° 58**  
**PROYECCION MATERIA PRIMA DIRECTA HOSPEDAJE**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Demanda potencial restaurant	3.409	3.396	3.380	3.362	3.342
Costo unitario de alojamiento	3,90	3,94	3,98	4,02	4,07
<b>TOTAL</b>	<b>13.295,10</b>	<b>13.380,24</b>	<b>13.452,4</b>	<b>13.515,24</b>	<b>13.601,94</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

## RESTAURANTE

En la sección de restaurante para el cálculo de los insumos se estableció una lista con los ingredientes básicos que se utilizaran en la elaboración de los distintos platos. A continuación se describen en la siguiente tabla:

**TABLA N° 59**  
**COSTOS DE MATERIA PRIMA RESTAURANTE**

<b>PLATO: DESAYUNO CONTINENTAL</b>				
<b>Tiempo de preparación</b>	20 min.		<b>Porción</b>	1 persona
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidades de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Costo/ persona</b>
Leche	Litro	0,25	0,80	0,20
Jugo	Unidad	2	0,30	0,60
Café	Libra	0,03	3,00	0,09
Huevos	Unidad	2	0,15	0,30
Pan	Unidad	1	0,15	0,15
Queso	Unidad	0,06	2,50	0,15
Azúcar	Libra	0,10	0,60	0,06
Sal	Libra	0,01	1,00	0,01
Chocolate	Libra	0,03	1,25	0,04
Té aromático	Sobre	1	0,10	0,10
<b>TOTAL</b>				<b>1,70</b>
<b>PLATO: MENU DEL DÍA</b>				
<b>Tiempo de preparación</b>	20 min.		<b>Porción</b>	1 persona
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidades de medida</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Costo/ persona</b>
Arroz	Libra	0,25	0,65	0,16
Carnes rojas	Libra	0,50	2,75	1,38
Aceite	Litro	0,02	1,00	0,02
Carnes blancas	Libra	0,50	1,25	0,63
Jugo	Unidad	1	0,30	0,30
Granos	Libra	0,15	1,00	0,15
Sal	Libra	0,03	1,00	0,03
Cebolla perla	Unidad	0,09	0,20	0,02
Cebolla Larga	Unidad	0,03	1,00	0,03
Lechuga	Unidad	0,15	1,00	0,15
Tomate	Unidad	0,05	0,25	0,01
Aguacate	Unidad	0,25	0,25	0,06
<b>TOTAL</b>				<b>2,94</b>
<b>PLATO: BEBIDAS Y JUGOS</b>				
<b>Tiempo de preparación</b>	06 min.		<b>Porción</b>	1 persona
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidades de medida</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Costo/ persona</b>
Azúcar	Libra	0,14	0,60	0,08
Fruta	Unidad	1	0,30	0,30
Leche	Litro	0,25	0,80	0,20
<b>TOTAL</b>				<b>0,31</b>
<b>Total Materia Prima Directa</b>				

FUENTE: Apoyo de un profesional en gastronomía

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 60**  
**RESUMEN COSTOS DE MATERIA PRIMA RESTAURANTE**

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO
Desayuno continental	1,70
Menú del día	2,94
Bebidas y jugos	0,31
<b>Total Materia Prima Directa</b>	<b>4,95</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 61**  
**PROYECCION MATERIA PRIMA DIRECTA ALIMENTACIÓN**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Demanda potencial restaurant	1.563	1.556	1.549	1.541	1.532
Costo unitario promedio restaurante	4,95	5,01	5,07	5,13	5,19
<b>TOTAL</b>	<b>7.736,85</b>	<b>7.795,56</b>	<b>7.853,43</b>	<b>7.905,33</b>	<b>7.951,08</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

➤ **Mano de obra Directa**

Para personal considerado como mano de obra directa se fijara un sueldo unificado de \$400,00 dólares más los beneficios que establece la ley. Todos los trabajadores laboraran durante 8 horas diarias. A continuación se detalla el rol de pagos:

**TABLA N° 62**  
**MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
Remuneración	400,00	4.800,00
Aporte personal 11.15%	44,60	535,20
Vacaciones	16,67	200,04
Fondos de Reserva 8.33%	33,32	399,84
Décimo Tercer Sueldo	33,33	399,96
Décimo Cuarto Sueldo	31,25	375,00
<b>TOTAL</b>	<b>559.17</b>	<b>6.710,04</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

El total por el rubro de mano de obra directa mensual será de \$ 4.473,36 puesto que son 8 personas las que trabajaran en el área operativa de la empresa.

**TABLA N° 63**  
**PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo	38.400,00	38.830,08	39.264,98	39.704,75	40.149,44
Aporte personal	4.281,60	4.329,55	4.378,04	4.427,07	4.476,65
Vacaciones	1.600,32	1.618,24	1.636,36	1.654,69	1.673,22
Fondos de reserva	3.198,72	3.234,55	3.270,78	3.307,41	3.344,45
Décimo tercer sueldo	3.199,68	3.235,52	3.271,76	3.308,40	3.345,45
Décimo cuarto sueldo	3.000,00	3.033,60	3.067,58	3.101,94	3.136,68
<b>TOTAL</b>	<b>53.680,32</b>	<b>54.281,54</b>	<b>54.889,50</b>	<b>55.504,26</b>	<b>56.125,89</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

➤ **Mano de obra indirecta**

**TABLA N° 64**  
**MANO DE OBRA INDIRECTA**

DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
Guardia de seguridad	1.800,00	21.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.800,00</b>	<b>21.600,00</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 65**  
**PROYECCIÓN MANO DE OBRA INDIRECTA**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Guardia	21.600,00	21841,92	22.086,55	22.333,92	22.584,06
<b>TOTAL</b>	<b>21.600,00</b>	<b>21841,92</b>	<b>22.086,55</b>	<b>22.333,92</b>	<b>22.584,06</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

➤ **Insumos reparación y mantenimiento**

**TABLA N° 66**  
**REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO**

DESCRIPCION	VALOR	% APLICADO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Activos fijos	108.936,92	3	272,34	3.268,11
<b>TOTAL</b>			<b>272,34</b>	<b>3.268,11</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

➤ **Insumos Limpieza y aseo**

**TABLA N° 67**  
**LIMPIEZA Y ASEO**

<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
2	Unidad	Guantes para cocina	1,00	2,00	24,00
4	Unidad	Papel higiénico	0,55	2,20	26,40
2	Unidad	Escobas	2,50	5,00	60,00
1	Galón	Desinfectante	5,00	5,00	60,00
2	Paquete	Jabón	2,00	4,00	48,00
4	Unidad	Lustre	0,50	2,00	24,00
2	Paquete	Fundas de basura	1,00	2,00	24,00
3	Unidad	Limpiones	0,50	1,50	18,00
<b>TOTAL</b>				<b>23.70</b>	<b>248,40</b>

**FUENTE:** Investigación de campo 2016

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

➤ **Servicios básicos**

**TABLA N° 68**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Agua	70,00	840,00
Luz eléctrica	65,00	780,00
Teléfono	35,00	420,00
<b>TOTAL</b>	<b>170,00</b>	<b>2.040,00</b>

**FUENTE:** Investigación de campo 2016

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

**TABLA N° 69**  
**OTROS CIF**

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Reparación y mantenimiento	3.268,11	3.304,71	3.341,72	3.379,15	3.417,00
Insumos de limpieza y aseo	248,40	251,18	253,99	256,83	259,71
Teléfono	420,00	424,70	429,46	434,27	439,13
Energía eléctrica	780,00	788,74	797,57	806,50	815,53
Agua	840,00	849,41	858,92	868,54	878,27
<b>TOTAL</b>	<b>5.556,51</b>	<b>5.618,74</b>	<b>5.681,67</b>	<b>5.745,29</b>	<b>5.809,64</b>

**FUENTE:** Investigación de campo 2016

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

➤ **Resumen costos de operación**

**TABLA N° 70**  
**RESUMEN COSTOS DE OPERACIÓN**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
Materia Prima Directa Hospedaje	13.295,10	13.380,24	13.452,40	13.515,24	13.601,94
Materia Prima Directa Alimentación	7.736,85	7.795,56	7.853,43	7.905,33	7.951,08
Mano de Obra Directa	53.680,32	54.281,54	54.889,50	55.504,26	56.125,89
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
Mano de obra indirecta	21.600,00	21.841,92	22.086,55	22.333,92	22.584,06
Otros CIF	5.556,51	5.618,74	5.681,67	5.745,29	5.809,64
<b>TOTAL</b>	<b>101.868,78</b>	<b>102.918,00</b>	<b>103.963,55</b>	<b>105.004,04</b>	<b>106.072,61</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**6.6.2 Gastos administrativos**

➤ **Sueldos administrativos**

**TABLA N° 71**  
**SUELDOS ADMINISTRATIVOS**  
**Gerente**

DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
Sueldo	750,00	9.000,00
Aporte patronal (11.15%)	83,62	1.003,44
Vacaciones	31,25	375,00
Fondos de reserva	62,50	750,00
Décimo tercer sueldo	62,50	750,00
Décimo cuarto sueldo	31,25	375,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.021,12</b>	<b>12.253,44</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 72**  
**HONORARIOS PROFESIONALES**

DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
Contador	450,00	5.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>450,00</b>	<b>5.400,00</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 73**  
**PROYECCIÓN GASTO SUELDO ADMINISTRATIVO**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo	14.400,00	14.561,28	14.724,37	14.889,28	15.056,04
Aporte IESS	1.003,44	1.014,68	1.026,04	1.037,53	1.049,15
Vacaciones	375,00	379,20	383,45	387,74	392,08
Fondos de reserva	750,00	758,40	766,89	775,48	784,17
Décimo tercer sueldo	750,00	758,40	766,89	775,48	784,17
Décimo cuarto sueldo	375,00	379,20	383,45	387,74	392,08
<b>TOTAL</b>	<b>12.253,44</b>	<b>12.390,48</b>	<b>12.529,64</b>	<b>12.669,77</b>	<b>12.874,21</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 74**  
**PROYECCIÓN SERVICIOS PROFESIONALES**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios profesionales	5.400,00	5.460,48	5.521,64	5.583,48	5.646,01
<b>TOTAL</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.460,48</b>	<b>5.521,64</b>	<b>5.583,48</b>	<b>5.583,48</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

➤ **Suministros y materiales de oficina**

**TABLA N° 75**  
**SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA**

Cantidad	Descripción	Frecuencia	Costo unitario	Valor Mensual	Valor Anual
2	Resmas de papel	Mensual	5,50	11,00	132,00
4	Esferos	Mensual	0,75	3,00	36,00
1	Tóner para impresora	Mensual	18,00	18,00	216,00
12	Carpetas	Mensual	0,80	9,60	115,20
1	Caja de grapas	Mensual	0,50	0,50	6,00
2	Factúrelo	Semestral	10,00	20,00	40,00
2	Recibos	Semestral	2,50	5,00	10,00
1	Sellos	Anual	8,00	8,00	8,00
<b>TOTAL</b>				<b>75,10</b>	<b>563,20</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 76**  
**PROYECCIÓN SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA**

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Resmas de papel	132,00	133,48	134,97	136,48	138,01
Esferos	36,00	36,40	36,81	37,22	37,64
Tóner para impresora	216,00	218,42	220,87	223,34	225,84
Carpetas	115,20	116,49	117,79	119,11	120,44
Caja de grapas	6,00	6,07	6,14	6,21	6,28
Factúrelo	40,00	40,45	40,90	41,36	41,82
Recibos	10,00	10,11	10,22	10,33	10,45
Sellos	8,00	8,09	8,18	8,27	8,36
<b>TOTAL</b>	<b>563,20</b>	<b>569,51</b>	<b>575,89</b>	<b>582,33</b>	<b>588,84</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

A continuación, presentamos el consolidado de gastos administrativos

**TABLA N° 77**  
**TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gastos Sueldo Administrativo	12.253,44	12.390,48	12.529,64	12.669,77	12.874,21
Servicios profesionales	5.400,00	5.460,48	5.521,64	5.583,48	5.583,48
Suministros y Materiales de Oficina	563,20	569,51	575,89	582,33	588,84
<b>TOTAL</b>	<b>18.216,64</b>	<b>18.420,47</b>	<b>18.627,17</b>	<b>18.835,58</b>	<b>19.046,53</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

### 6.6.3 Gasto Ventas

**TABLA N° 78**  
**GASTO VENTAS**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Página web	12,50	150,00
Prensa escrita	15,00	180,00
Spot publicitario	197,5	2.370,00
<b>TOTAL</b>	<b>225,00</b>	<b>2.700,00</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 79**  
**PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS**

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Página web	150,00	151,68	153,38	155,10	156,84
Prensa escrita	180,00	182,02	184,06	186,12	188,20
Spot publicitario	2.370,00	2.396,54	2.423,38	2.450,52	2.477,97
<b>TOTAL</b>	<b>2.700,00</b>	<b>2.730,24</b>	<b>2.760,82</b>	<b>2.791,74</b>	<b>2.823,01</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

### 6.6.4 Gasto de Depreciación

Para el cálculo de la depreciación de activos fijos se utilizará el método de línea recta

**TABLA N° 80**  
**DEPRECIACIONES**

Descripción	Valor	Valor Residual	vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura	\$35.000,00	\$3.500,00	20	\$1.575,00	\$1.575,00	\$1.575,00	\$1.575,00	\$1.575,00
Muebles y Enseres	\$14.553,50	\$1.455,35	10	\$1.309,81	\$1.309,81	\$1.309,81	\$1.309,81	\$1.309,81
Equipo de Oficina	\$3.566,00	\$356,60	10	\$320,94	\$320,94	\$320,94	\$320,94	\$320,94
Maquinaria y Equipo	\$13.033,00	\$1.303,30	10	\$1.172,97	\$1.172,97	\$1.172,97	\$1.172,97	\$1.172,97
Vehículo	\$16.500,00	\$1.650,00	5	\$2.970,00	\$2.970,00	\$2.970,00	\$2.970,00	\$2.970,00
Semovientes	\$3.200,00	\$320,00	10	\$288,00	\$288,00	\$288,00	\$288,00	\$288,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$85.852,50</b>	<b>\$8.585,25</b>		<b>\$7.636,72</b>	<b>\$7.636,72</b>	<b>\$7.636,72</b>	<b>\$7.636,72</b>	<b>\$7.636,72</b>
Amortización Gastos de Constitución	\$1.911,00		5	\$382,20	\$382,20	\$382,20	\$382,20	\$382,20
<b>TOTAL</b>	<b>\$87.763,50</b>	<b>\$8.585,25</b>		<b>\$8.018,92</b>	<b>\$8.018,92</b>	<b>\$8.018,92</b>	<b>\$8.018,92</b>	<b>\$8.018,92</b>

FUENTE: Investigación de Campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

### 6.6.5 Gastos financieros

**TABLA N° 81**  
**GASTO FINANCIERO**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	5.583,54	4.672,61	3.668,76	2.562,51	1.343,43
<b>TOTAL</b>	<b>5.583,54</b>	<b>4.672,61</b>	<b>3.668,76</b>	<b>2.562,51</b>	<b>1.343,43</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

### 6.7 Resumen de Gastos- Egresos

**TABLA N° 82**  
**RESUMEN DE GASTOS- EGRESOS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos operativos	101.868,78	102.918,00	103.963,55	105.004,04	106.072,61
Gastos administrativos	18.216,64	18.420,47	18.627,17	18.835,58	19.046,53
Gastos de ventas	2.700,00	2.730,24	2.760,82	2.791,74	2.823,01
Gastos de depreciación	7.636,72	7.636,72	7.636,72	7.636,72	7.636,72
Gastos de amortización	382,20	382,20	382,20	382,20	382,20
Gastos financieros	5.583,54	4.672,61	3.668,76	2.562,51	1.343,43
<b>TOTAL</b>	<b>136.387,88</b>	<b>136.760,24</b>	<b>137.039,22</b>	<b>137.212,79</b>	<b>137.304,50</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

### 6.8 Fuente de financiamiento

El financiamiento del 45% para la ejecución del proyecto se lo realizara mediante crédito en la Corporación Financiera Nacional a una tasa del 10.20% anual, a continuación, se presenta la tabla de amortización:

Préstamo	<b>\$54.740,63</b>
Tasa de interés	10.20%
Plazo	5 años

FUENTE: Corporación Financiera Nacional

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

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

**VP**= Pago de la Amortización

**VF**= Valor de la Deuda

**i**= Tasa Activa Anual

**n**= Periodos de Pago

$$VP = \frac{54.740,63 \times 0.102 \times (1 + 0.102)^5}{(1 + 0.102)^5 - 1}$$

$$VP = \frac{9.074,40}{0.6252}$$

**VP = 14.514,30** Pago Anual

### ➤ **Tabla de amortización**

**TABLA N° 83**  
**AMORTIZACIÓN**

<b>Años</b>	<b>Valor Presente</b>	<b>Interés (C*i)</b>	<b>Pago Capital (Vp-I)</b>	<b>Saldo</b>
				54.740,63
1	14.514,30	5.583,54	8.930,75	45.809,88
2	14.514,30	4.672,61	9.841,69	35.968,19
3	14.514,30	3.668,76	10.845,54	25.122,65
4	14.514,30	2.562,51	11.951,78	13.170,87
5	14.514,30	1.343,43	13.170,87	0,00

**FUENTE:** Corporación Financiera Nacional

**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

## **6.9 Estados Financieros Proyectados**

### **6.9.1 Balance de arranque o Estado de Situación Financiera Inicial**

El estado de situación inicial refleja la posición en la cual se encuentra la empresa en sus inicios en las cuentas de activos, pasivos, patrimonio.

**TURISMO ECOLOGICO “AYA HUMA HUASI”**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA O INICIAL AL AÑO CERO**  
**Expresado en Dólares de los Estados Unidos de Norte América**

**ACTIVOS DE LIBRE DISPONIBILIDAD**

Capital de Trabajo	\$10.776,45
<b>TOTAL INVERSIÓN VARIABLE</b>	<b>\$10.776,45</b>

**PRESUPUESTO DEL PROYECTO**

Terreno	\$20.000,00
Infraestructura	\$35.000,00
Muebles y Enseres	\$14.553,50
Equipo de Oficina	\$3.556,00
Maquinaria y Equipo	\$13.033,00
Vehículo	\$16.500,00
Menaje	\$3.105,90
Semovientes	\$3.200,00

**INVERSION DIFERIDA**

Gastos de Constitución	\$1.911,00
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>\$1.911,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$121.645,85</b>

**PASIVOS**

Obligaciones Largo Plazo	\$54.740,63
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$54.740,63</b>

**PATRIMONIO**

Aporte Propio	\$66.905,22
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$66.905,22</b>

<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$121.645,85</b>
----------------------------------	---------------------

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

## 6.9.2 Estado de Resultados Proyectado

El estado de pérdidas y ganancias nos presenta los resultados de las operaciones del proyecto que se estima tener durante los cinco años, permite a los directivos de la empresa tomar decisiones oportunas.

**TABLA N° 84**

**TURISMO ECOLOGICO “AYA HUMA HUASI”  
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS  
Expresado en Dólares de los Estados Unidos de Norte América**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas Netas	170.105,69	177.876,06	185.888,53	194.191,14	201.693,31
(-) Costo de Producción Proyectado	101.868,78	102.918,00	103.963,55	105.004,04	106.072,61
<b>(=) Utilidad Bruta Proyectada</b>	<b>68.236,91</b>	<b>74.958,06</b>	<b>81.924,98</b>	<b>89.187,10</b>	<b>96.620,70</b>
(-) Gastos Administrativos	18.216,64	18.420,47	18.627,17	18.835,58	19.046,53
(-) Gastos de Ventas	2.700,00	2.730,24	2.760,82	2.791,74	2.823,01
<b>Utilidad Operacional Proyectada</b>	<b>47.320,27</b>	<b>53.807,35</b>	<b>60.536,99</b>	<b>67.559,78</b>	<b>74.751,16</b>
(-) Gasto Financiero	5.583,54	4.672,61	3.668,76	2.562,51	1.343,43
<b>(=) Utilidad Neta Antes del 15% P.T</b>	<b>41.736,73</b>	<b>49.134,74</b>	<b>56.868,23</b>	<b>64.997,27</b>	<b>73.407,73</b>
(-) 15% Participación Trabajadores	6.260,51	7.370,21	8.530,23	9.749,59	11.011,16
<b>(=) Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>35.476,22</b>	<b>41.764,53</b>	<b>48.338,00</b>	<b>55.247,68</b>	<b>62.396,57</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	7.804,77	9.188,20	10.634,36	121.154,49	13.727,25
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>27.671,45</b>	<b>32.576,33</b>	<b>37.703,64</b>	<b>43.093,19</b>	<b>48.669,32</b>

FUENTE: Investigación de Campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

### 6.9.3 Flujo de Efectivo Proyectado

El flujo de efectivo o flujo de caja demuestra la dinámica que tiene la empresa en cuanto a entradas de efectivo.

**TABLA N° 85**  
**FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO**

<b>Detalle</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Inversión	-121.645,85					
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad Neta Proyectada		27.671,45	32.576,33	37.703,64	43.093,19	48.669,32
Depreciaciones		7.636,72	7.636,72	7.636,72	7.636,72	7.636,72
Valor de rescate						47.668,90
<b>Total Ingresos Proyectados</b>		<b>35.308,17</b>	<b>40.213,05</b>	<b>45.340,36</b>	<b>50.729,91</b>	<b>103.974,94</b>
<b>Egresos Proyectados</b>						
Pago Principal de la deuda		8.930,75	9.841,69	10.845,54	11.951,78	13.170,80
Diferidos		382,20	382,20	382,20	382,20	382,20
Reinversión		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total Egresos</b>		<b>9.312,95</b>	<b>10.223,89</b>	<b>11.227,74</b>	<b>12.333,98</b>	<b>13.553,07</b>
<b>Flujo de Caja Neto</b>	<b>-121.645,85</b>	<b>25.995,22</b>	<b>29.989,16</b>	<b>34.112,62</b>	<b>38.395,93</b>	<b>90.421,87</b>

FUENTE: Investigación de Campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

### 6.10 Distribución de Costos en Cada Servicio

**TABLA N° 86**  
**COSTO VARIABLE**

SERVICIO	% PART.	MPD	MOD	MOI	MANTENIMIENTO	INSUMOS LIMPIEZA	SERVICIOS BASICOS	TOTAL	PRODUCCIÓN	C.V.U
Alojamiento	48%	1.107,93	2.147,21	864,00	130,72	11,38	81,60	<b>4.342,84</b>	284	15,29
Restaurante	22%	644,74	984,14	396,00	59,91	5,21	37,40	<b>2.127,40</b>	130	16,36
Servicios turísticos	30%	-	1.342,01	540,00	81,70	7,11	51,00	<b>2.021,82</b>	178	11,36
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>1.752,67</b>	<b>4.473,36</b>	<b>1.800,00</b>	<b>272,34</b>	<b>23,70</b>	<b>170,00</b>		<b>592</b>	

FUENTE: Investigación de Campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 87**  
**COSTO ADMINISTRATIVO**

SERVICIO	% PART.	SUELDO ADMINISTRATIVO	SERVICIOS PROFESIONALES	SUM. Y MAT. DE OFICINA	GASTO PUBLICIDAD	TOTAL	PRODUCCIÓN	COSTO ADM.
Alojamiento	48%	490,14	216,00	22,53	108,00	836,67	284	2,95
Restaurante	22%	224,65	99,00	10,32	49,50	383,47	130	2,95
Servicios turísticos	30%	306,34	135,00	14,08	67,50	522,92	178	2,94
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>1.021,12</b>	<b>452,00</b>	<b>46,93</b>	<b>225,00</b>		<b>592</b>	

FUENTE: Investigación de Campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**TABLA N° 88**  
**COSTO TOTAL UNITARIO**

SERVICIO	% PART.	C.V.U	COSTO ADM.	C.T.U
Alojamiento	48%	15,29	2,95	<b>18,24</b>
Restaurante	22%	16,36	2,95	<b>19,31</b>
Servicios turísticos	30%	11,36	2,94	<b>14,30</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			

FUENTE: Investigación de Campo 2016  
ELABORADO POR: Lizeth Cheza

➤ **Precio de Venta**

Para el cálculo del precio de venta de los tres servicios se aplicó la siguiente formula:

$$P.V = \frac{COSTO DE VENTA}{1 - \%UTILIDAD}$$

**TABLA N° 89**  
**PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO**

SERVICIO	% PART.	C.T.U	% UTILIDAD	UTILIDAD \$	P.V.U
Alojamiento	48%	18,24	30%	7,82	26,06
Restaurante	22%	19,31	20%	4,83	24,14
Servicios turísticos	30%	14,30	30%	6,13	20,43
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>				

FUENTE: Investigación de Campo 2016  
ELABORADO POR: Lizeth Cheza

**611 Evaluación de la Inversión**

El objetivo de la evaluación de la inversión es calcular el rendimiento social y económico que tendrá el proyecto. Para esto se tomó en cuenta los métodos fundamentales que nos ayudaran en la evaluación financiera estos son:

- Tasa de Redescuento
- Valor Actual Neto
- Tasa Interna de Retorno
- Periodo de Recuperación

- Costo Beneficio
- Punto de Equilibrio

### 6.11.1 Tasa de Rendimiento Medio (TRM)

La TRM evalúa la capacidad que posee una empresa para obtener utilidades o rentabilidad. Para el cálculo de la tasa de redescuento se tomará la tasa activa del 10.20% gasto que generará el crédito y la tasa pasiva del 5.73% que llegará a ganar si se invirtiera el capital propio en una entidad financiera; el resultado se sumará a la tasa de inflación del 1.12%.

**TABLA N° 90**  
**TASA DE RENDIMIENTO MEDIO**

<b>Forma de Financiamiento Inicial</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje de Participación</b>	<b>Tasa de Ponderación</b>	<b>Valor Ponderado CK</b>
Recursos Propios	\$66.905,22	55	5,73	315
Préstamo Bancario	\$54.740,63	45	10.20	459
<b>Total de la Inversión</b>	<b>\$121.645,85</b>	<b>100</b>	<b>15.32</b>	<b>774</b>

FUENTE: Investigación de Campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

\*CK= 7.74% (774/100)

$$TRM = (1 + CK) * (1 + inf) - 1$$

$$TRM = (1 + 0.0774)(1 + 0.0112) - 1$$

$$TRM = 0.0895$$

$$TRM = 8.95\%$$

La tasa del 8.95% será de gran utilidad en la aplicación de los diferentes indicadores financieros.

### 6.11.2 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es básicamente una herramienta que tiene la finalidad de analizar qué tan seguro es el auto financiamiento, es decir se trata de analizar si el proyecto que se plantea genera un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.

Por lo tanto, los proyectos que se aceptan son aquellos en los que el VAN es igual o mayor a cero. Para el cálculo del VAN se considerará la tasa de rendimiento medio del 8.95%, aplicando la siguiente formula:

$$VAN = -Inversion\ Inicial + \frac{\sum Flujo\ de\ Caja\ Neto}{(1 + TRM)^n}$$

**TABLA N° 91**  
**VAN**

AÑO	FLUJO NETO DE CAJA	(1+8.95%) <sup>n</sup>	FNC/(1+i) <sup>n</sup>
0	-\$121.645,85		-\$121.645,85
1	\$25.995,22	1,09	23.859,77
2	\$29.989,16	1,19	25.264,45
3	\$34.112,62	1,29	26.377,48
4	\$38.395,93	1,41	27.250,61
5	\$90.421,87	1,54	58.902,99
<b>VAN</b>			<b>\$40.009,46</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

$$VAN = 40.009,46 \text{ dólares}$$

En este caso el VAN a resultado positivo, mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto para la creación de la empresa de turismo ecológico es factible de realizar.

### 6.11.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es la herramienta que muestra el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá la inversión, permite que los flujos de efectivo futuros se igualen a la inversión. Para que el proyecto sea factible o rentable el TIR tiene que ser superior al costo de capital.

Para su análisis se utilizara el método de interpolación el cual consiste en encontrar dos tasas, una inferior y otra superior con el fin de encontrar la tasa que vuelva cero el VAN.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[ \frac{VAN_i}{VAN_i - VAN_s} \right]$$

**En donde:**

Ti= Tasa inferior 8.95%

Ts= Tasa superior 19%

$$TIR = 0,0895 + (0,19 - 0,0895) \left[ \frac{40.009,46}{40.009,46 - (-1.342,79)} \right]$$

$$TIR = 0,0895 + (0,0105) \times 0,9675$$

$$TIR = 0,0872 + 0,0972$$

$$TIR = 0,1844$$

$$TIR = 18,44\%$$

El resultado de la TIR nos confirma que es factible la realización del proyecto puesto que el TIR es mayor que la tasa interna de retorno.

#### 6.11.4 Periodo de Recuperación

Este instrumento financiero nos permite saber el tiempo en el que se recuperara la inversión, tomando en cuenta los flujos netos de caja proyectados. **Inversión total=** \$121.645,85

**TABLA N° 92**  
**RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

<b>Años</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>Sumatoria entrada de efectivo</b>
1	\$25.995,22	\$25.995,22
2	\$29.989,16	\$55.944,38
3	\$34.112,62	\$90.057,00
4	\$38.395,93	\$128.452,93
5	\$90.421,87	\$218.874,80

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

Según el cuadro anteriormente calculado nos señala que la inversión del proyecto empezará a recuperarse en 3 años, 2 meses 2 días.

### 6.11.5 Costo Beneficio

Es una herramienta que nos permite establecer la relación que posee el proyecto con los costos/beneficios. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$BENEFICIO - COSTO = \frac{\textit{Flujos Netos Actualizados}}{\textit{Inversion}}$$

$$BENEFICIO - COSTO = \frac{161.655,31}{121.645,85}$$

$$BENEFICIO - COSTO = 1.33$$

El resultado es de 1.33 lo que significa que el proyecto es viable ya que por cada dólar que se invierte se recibe 0.33 centavos de utilidad.

### 6.11.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio nos permite conocer cuál es el punto medio en donde los ingresos son iguales a los importes de egresos y costos.

A continuación, se presentan un detalle de los costos fijos y variables con los que se va a calcular el punto de equilibrio.

**TABLA N° 93**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**

Concepto	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
<b>Costo de operación:</b>			
Materia Prima Directa Hospedaje		13.295,10	13.295,10
Materia Prima Directa Alimentación		7.736,85	7.736,85
Mano de Obra Directa		53.680,32	53.680,32
Costos Indirectos de Fabricación		27.156,61	27.156,61
<b>Gastos de Administración y Ventas:</b>			
Sueldos Personal Administrativo	12.253,44		12.253,44
Servicios profesionales	5.400,00		5.400,00
Suministros y Materiales de Oficina	563,20		563,20
Depreciación	7.636,72		7.636,72
Amortización	382,20		382,20
Gastos de publicidad	2.700,00		2.700,00
Intereses	5.583,54		5.583,54
<b>TOTAL</b>	<b>40.102,64</b>	<b>101.868,78</b>	<b>141.971,42</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

$$P.E \$ = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$P.E = \frac{40.102,64}{1 - \frac{101.868,78}{170.105,69}}$$

$$P.E = \frac{40.102,64}{0.4011}$$

$$P.E = \$99.970,64$$

El resultado de la formula nos indica que la empresa tiene que vender \$99.970,64 dólares al año entre los tres servicios para poder tener un punto de equilibrio.

**TABLA N° 94**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES**

Descripción	Unid. a vender	% Part.	Precio	Costo	Margen	Mg ponderado	P.E Unid.
Restaurante	1.563	22%	\$24,14	\$19,31	4,83	1,06	1.327
Alojamiento	3.409	48%	\$26,06	\$18,24	7,98	3,75	2.895
Servicios turísticos	2.131	30%	\$20,43	\$14,30	6,13	1,84	1.809
	<b>7103</b>	<b>100%</b>				<b>6,65</b>	<b>6.301</b>

FUENTE: Investigación de campo 2016

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

## CAPITULO VII

### IMPACTOS

#### 7.1 Introducción

Después de haber concluido el análisis de la investigación se procederá a examinar los impactos que afectaran de forma directa o indirecta a la comunidad.

El análisis se realizará de acuerdo a los indicadores de cada área, para lo cual se construirá una matriz en la cual se asignará una valoración que se calificará de acuerdo a los siguientes criterios.

#### 7.2 Valoración cualitativa y cuantitativa

Para realizar el respectivo análisis de impactos, se ha escogido emplear una metodología fácil y sencilla de aplicar que consiste en:

- Se deberá determinar áreas o aspectos generales en los que el proyecto tenga influencia ya sea positiva o negativa. En nuestro proyecto se ha determinado las siguientes áreas: económico, social, ambiental y cultural.
- Seleccionar un rango de niveles e impacto; estos deben ser tanto positivos como negativos como se muestra en el siguiente cuadro:

**TABLA N° 95**  
**NIVEL DE IMPACTOS**

VALORACIÓN DEL IMPACTO	TIPO DE IMPACTO
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No Hay Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

- Diseñó de una matriz de valoración para cada área de impacto, donde se colocará de forma horizontal los niveles de impacto y de forma vertical una serie de indicadores que permitirán medir dicha área. A continuación, se muestra la matriz:

**TABLA N° 96**  
**MATRIZ DE VALORACION**

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
<b>TOTAL</b>							

**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO POR:** Lizeth Cheza

- Se procede a asignar un nivel de impacto ya sea este positivo o negativo a cada indicador para luego proceder a sumar los niveles de impacto, los mismos que serán divididos para el numero de indicadores establecidos en cada área, consiguiendo así el nivel de impacto para cada área de estudio.

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

- Por último, se realiza un breve análisis debajo de cada matriz de impacto.

### 7.3 Impacto Económico

**TABLA N° 97**  
**IMPACTO ECONÓMICO**

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de empleo							X	3
Reactivación de la economía familiar							X	3
Desarrollo del sector						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

FUENTE: Investigación de Campo  
ELABORADO POR: Lizeth Cheza

$$\text{IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{8}{3} = 2.7 \text{ Impacto Alto Positivo}$$

#### Análisis:

- a. **Generación de empleo.** - Por medio de la creación de la empresa de turismo ecológico se generará fuentes de empleo para los habitantes de la parroquia, consiguiendo así mejorar la calidad de vida de los mismos.
- b. **Reactivación de la economía familiar.** - el puntaje asignado para este indicador es alto y está ligado con el indicador anterior ya que con la generación de empleo se dará paso al dinero circulante lo que permitirá cubrir las necesidades de los involucrados en el proyecto, así como de sus familias.
- c. **Desarrollo del sector.** - como empresa de turismo ecológico lo que se pretende es promocionar y dar a conocer los lugares turísticos que posee la parroquia, atrayendo así a más turistas que consuman en la zona, logrando con esto que los habitantes se dediquen a más actividades del turismo.

## 7.4 Impacto Social

**TABLA N° 98**  
**IMPACTO SOCIAL**

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejoramiento de la imagen de la comunidad							X	3
Estabilidad Familiar							X	3
Interrelación con diferentes personas						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

FUENTE: Investigación de Campo  
ELABORADO POR: Lizeth Cheza

$$\text{IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{8}{3} = 2.7 \text{ Impacto Alto Positivo}$$

### Análisis:

El impacto social es medio positivo ya que se pretende mejorar la imagen de la comunidad con planes o estrategias de recuperación y conservación del medio natural ya que es importante para la empresa que las zonas naturales se mantengan.

El proyecto generara estabilidad familiar ya que al crear fuentes de trabajo en la zona se da lugar a que los trabajadores se queden en su ciudad y no tenga que salir a buscar otras oportunidades de vida.

Al crearse la empresa de turismo ecológico la localidad será visitada con más frecuencia por turistas tanto nacionales como extranjeros lo que permitirá a la población interrelacionarse más con personas de otros lugares pudiendo brindarles algún servicio extra.

## 7.5 Impacto Ambiental

**TABLA N° 99**  
**IMPACTO AMBIENTAL**

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Conservación de Recursos Naturales							X	3
Contaminación del ambiente			X					-1
Manejo de desechos			X					-1
<b>TOTAL</b>			<b>-2</b>				<b>3</b>	<b>1</b>

FUENTE: Investigación de Campo  
ELABORADO POR: Lizeth Cheza

$$IMPACTO ECONÓMICO = \frac{1}{3} = 0.33 \text{ Impacto Bajo Negativo}$$

### Análisis:

- El en aspecto de conservación de recursos naturales tenemos que el nivel de impacto es alto debido a que nuestra empresa busca crear conciencia en la conservación del medio natural a través de un turismo sustentable.
- Se asignó un nivel de impacto bajo en la contaminación del ambiente puesto que las actividades o el servicio que será ofertado resultan ser amigables con el ambiente; más bien se creara conciencia en los turistas para evitar en gran medida la contaminación del medio.
- El manejo de desechos posee un nivel de impacto bajo, la empresa tomara las medidas adecuadas para el tratamiento de desechos, cabe mencionar que los desechos serán clasificados en orgánicos e inorgánicos para poner usar los orgánicos como abono para las plantas que tendrá los exteriores de la empresa.

## 7.6 Impacto Cultural

**TABLA N° 100**  
**IMPACTO CULTURAL**

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Atención con personal nativo						X		2
Celebraciones, rituales y relatos culturales					X			1
Empoderamiento de las costumbres y tradiciones de comunidad.					X			1
<b>TOTAL</b>					<b>2</b>	<b>2</b>		<b>4</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

$$\text{IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{4}{3} = 1.33 \text{ Impacto Bajo Positivo}$$

### Análisis:

- a. La atención en la empresa será en su mayoría con personal nativo de la zona debidamente capacitado, esto dará mayor seguridad a los turistas a la hora de realizar los tours.
- b. A más de los tours por los lugares turísticos y ecológicos, se ofrece relatos de fogata para que los turistas puedan conocer más acerca de la cultura Cayambe también en los meses de julio y agosto se ofrecerá un tour en las festividades que realiza el municipio con el fin de rescatar la cultura cayambeña.
- c. Al promover en la empresa el rescate de la cultura ancestral del pueblo Cayambe se pretende que la población adopte como suya esa cultura que se ha venido perdiendo y así poder rescatar tradiciones y costumbres ancestrales.

## 7.6 Matriz General de Impactos

En la siguiente matriz se presenta un resumen de todos los niveles de impacto que se generara con la implementación del proyecto.

**TABLA N° 101**  
**MATRIZ GENERAL**

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Social							X	3
Impacto Económico							X	3
Impacto Ecológico			X					-1
Impacto Cultural					X			1
<b>TOTAL</b>			<b>-1</b>		<b>1</b>		<b>6</b>	<b>6</b>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Lizeth Cheza

$$\text{IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{6}{3} = 2 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

### Análisis:

Luego de haber analizado cada uno de los indicadores de cada impacto, se llegó a la conclusión que el nivel de impacto general es de 2 lo que corresponde a un impacto medio positivo; lo que nos indica que la creación de una empresa de turismo ecológico es factible de realizar desde este punto de vista.

## CONCLUSIONES

- Después de haber realizado la investigación se puede concluir que la Ciudad de Cayambe es considerada un lugar con mucho potencial turístico y en el diagnóstico externo de la parroquia se pudo apreciar que es una zona que guarda mucha cultura y tradiciones ancestrales las cuales resultan atractivas para los turistas. En si la parroquia cuenta con todas las condiciones favorables para que se pueda desarrollar proyectos de este tipo.
- La implementación del proyecto turístico, contribuirá tanto al desarrollo económico como turístico de la parroquia Juan Montalvo, favoreciendo a la calidad de vida de su población a partir del aprovechamiento de las actividades turísticas.
- El sector donde se implementará el proyecto se caracteriza por sustentarse con diferentes actividades agrícolas, florícolas y ganaderas lo que en ocasiones resulta rentable, es por ello que se hace necesario implementar otras formas de generar dinero y que mejor aplicando un turismo sustentable el cual genere diversos beneficios.
- La parroquia Juan Montalvo presenta características favorables para el desarrollo del turismo, lo cual propicia una adecuada difusión por parte del municipio de Cayambe para el conocimiento y disfrute de estos atractivos naturales.
- Con la realización del estudio de mercado se llegó a determinar que existe una demanda insatisfecha esto facilitara el ingreso al mercado de nuestros servicios, logrando así satisfacer las necesidades de los turistas.
- La localización donde se hallará asentada la empresa de turismo es muy favorable, posee todos los servicios básicos y el ambiente es el adecuado para que el turista pueda disfrutar de nuestros servicios.

- De acuerdo al estudio económico financiero para poner en marcha la empresa se quiere de una inversión inicial de \$121.645,85 el valor actual neto es de \$ 40.009,46. la tasa interna de retorno resulto de 8.95% por lo que se puede concluir que teóricamente el proyecto resulta factible e interesante, siempre y cuando los escenarios no varíen de forma significativa.
- Con la determinación del estudio financiero se determinó que de los tres servicios que se oferta en la empresa el más rentable es el de alojamiento, seguido de los servicios turísticos y el restaurante considerando este último como el menos rentable por los altos costos que exige.

## RECOMENDACIONES

- El sector turístico cada vez es más grande en el país, posee altas posiciones como generador de divisas y generador de fuentes de empleo. Se recomienda al Estado ecuatoriano brindar un correcto apoyo al sector turístico concediendo créditos a bajas tasas de interés para de esta manera incentivar a nuevas empresas para que se suban a invertir en este sector.
- La implementación de un adecuado sistema de administración como el que se plantea en el proyecto permitirá que la empresa cumpla con las metas establecidas para su adecuado funcionamiento y crecimiento.
- Se recomienda crear planes que impulsen la protección y conservación de las riquezas naturales además de brindar capacitación a los pobladores de la zona como guías turísticos. Crear alianzas con las empresas privadas para la conservación de los medios naturales.
- Con respecto a la promoción del sector turístico es recomendable desarrollar alianzas estratégicas con el gobierno local que permita promocionar los lugares turísticos de la zona y así tener más afluencia de turistas, ya que esto permitirá dinamizar la economía del sector.
- En base a los resultados obtenidos en el estudio financiero y al ser estos favorables se recomienda la creación de la empresa tomando en consideración la posibilidad de contratar una empresa de catering para cubrir los servicios de alimentación.

## REFERENCIAS

- APEADERO. (26 de 07 de 2017). *apeadero.es*. Obtenido de <https://apeadero.es>
- ARCSA. (10 de Abril de 2017). *ARCSA*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/>
- BACA URBINA, G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico.
- BAENA, D. (2010). *Analisis Financiero*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Cayambe, B. (10 de Abril de 2017). *Bomberos Cayambe*. Obtenido de <http://www.bomberoscayambe.gob.ec/>
- CAYAMBE, G. (10 de Abril de 2017). *Municipio Cayambe*. Obtenido de <http://municipiocayambe.gob.ec/>
- GOCHEZ, J. M. (08 de 09 de 2017). *josemgochez.wordpress.com*. Obtenido de <https://josemgochez.wordpress.com/tag/philip-kotler/>
- GONZALES, M. (2010). *MANUAL TURISMO PARA AGENTES EMPRENDEDORES DE NEGOCIOS EN PYMES*. CEP, S.L.
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *INTRODUCCION AL TURISMO*. Grupo Editorial Patria.
- IVANOVA, A., & IBAÑEZ, R. (2012). *Medio Ambiente y Politica Turistica en Mexico*. Mexico.
- JACOME, W. (2005). *Bases Teoricas y Practicas para el Diseño y Evaluacion de Proyectos Educativos y de Inversion*. Ibarra: Editorial Universitaria.
- MANKIW, G. (2017). *Principios de Economia*. Mexico.
- MINTUR. (10 de Abril de 2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/>
- MIRANDA MIRANDA, J. J. (2012). *Gestion de Proyectos: evaluacion financiera, economica, social, ambiental*. Bogota: MM editores.

OMT. (25 de 07 de 2017). *ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es>

PADILLA CORDOBA, M. (2006). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Eco Ediciones.

PALACIOS, L. (2012). *Estrategias de creacion empresarial*. Bogota: Ecoe Ediciones.

Salud, M. d. (10 de Abril de 2017). *Ministerio de Salud*. Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/>

SRI. (10 de ABRIL de 2017). *SERVICIO DE RENTAS INTERNAS*. Obtenido de [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)

UICN. (26 de 07 de 2017). *www.iucn.org*. Obtenido de <https://www.iucn.org/es>

Varillas, M. R. (08 de 09 de 2017). *es.scribd.com*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/56122176/estudio-de-mercado>



## ANEXO 1

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICASENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA  
JUAN MONTALVO

LA PRESENTE ENCUESTA NOS PERMITIRA CONOCER EL NIVEL DE APOYO DE LA POBLACION EN CUANTO A LA CREACION DE UNA EMPRESA DE TURISMO ECOLOGICO EN LA PARROQUIA JUAN MONTALVO, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA.

**INSTRUCCIONES:** POR FAVOR MARQUE SU RESPUESTA CON UN 

**1. Cree usted que otra empresa de turismo en la parroquia Juan Montalvo contribuirá al desarrollo local.**

Mucho

Poco

Nada

**2. ¿Estaría dispuesto a proveer alimentos frescos para el funcionamiento del restaurante en la nueva empresa de turismo?**

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Poco de acuerdo

En desacuerdo

**3. De crearse la empresa de turismo. ¿Estaría dispuesto a participar como guía nativo?**

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Poco de acuerdo

En desacuerdo

## ANEXO 2



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS NACIONALES Y**  
**EXTRANJEROS**

LA PRESENTE ENCUESTA NOS PERMITIRA CONOCER LAS PREFERENCIAS QUE TIENEN LAS PERSONAS EN CUANTO AL TURISMO, PARA EL ESTUDIO DE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA.

**INSTRUCCIONES:** POR FAVOR MARQUE SU RESPUESTA CON UNA X

**1 SEXO:**

Mujer ( )

Hombre ( )

1. **EDAD:** años

De 18 a 30 ( )

De 31 a 43 ( )

De 44 a 55 ( )

De 56 en adelante ( )

**2 ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?**

Alto (801 en adelante) ( )

Medio (de 356 a 800) ( )

Bajo (menos de 356) ( )

**3 Qué actividad realiza usted los fines de semana?**

Viajar ( )

Practicar deportes ( )

Ir de paseo ( )

Ver TV ( )

Reunión social ( )

Otra \_\_\_\_\_

**4 ¿Conoce usted de alguna empresa de turismo ecológico?**

Si ( )

No ( )

En caso de que su respuesta sea afirmativa menciona cual \_\_\_\_\_

**5 ¿Le gustaría que exista una empresa de turismo ecológico que le brinde varias alternativas de esparcimiento?**

Si ( )

No ( )

**6 ¿Si existiera una empresa de turismo ecológico que tipo de servicios le gustaría que ofrezca?**

Caminata ( )

Montañismo ( )

excursiones ( )

Observación natural ( )

Camping ( )

Otros \_\_\_\_\_

**7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día y pernoctación en la empresa de turismo ecológico?**

20\$ a 25\$ ( )

26\$ a 30\$ ( )

31\$ a 35\$ ( )

35\$ o más ( )

**8 Si tuviera una empresa de turismo con las características deseadas, ¿con que frecuencias contrataría sus servicios?**

Semanal ( )

Mensual ( )

Trimestral ( )

Semestral ( )

**9 ¿Dónde o a través de que medio le gustaría contratar los servicios de una empresa de turismo ecológico?**

A través de una página web ( )

Mediante reservaciones telefónicas ( )

Por medio de un promotor ( )

Directamente en la oficina ( )

**10 ¿Mediante qué medio le gustaría enterarse de los servicios que brinde una empresa de turismo ecológico?**

Tv ( )

Radio ( )

Periódicos o revistas ( )

Internet ( )

Redes sociales ( )

## ANEXO 3



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO**  
**ECONÓMICO Y TURISMO DEL CANTÓN CAYAMBE**

1. ¿Qué funciones principales cumple la Dirección?
2. ¿La Dirección cuenta con una Misión y Visión?
3. En lo que respecta al turismo. ¿Considera Usted que Cayambe es considerado un Cantón Turístico?
4. ¿Cuáles son los atractivos turísticos existentes en el Cantón Cayambe?
5. Aproximadamente, ¿cuántos turistas visitan el cantón al año?  
  
Turistas Nacionales  
Turistas Extranjeros
6. ¿Cómo se realiza actualmente la promoción y publicidad de los rincones turísticos de Cayambe?
7. ¿Cree Ud. que el turismo Ecológico en el Cantón es el eje fundamental para lograr el desarrollo económico deseado?
8. ¿Considera Ud. que a través del Turismo se pueden generar mayores fuentes de empleo?
9. ¿Considera Ud. que existen los recursos económicos necesarios por parte del municipio u otros organismos en el tema turismo para lograr el óptimo desarrollo del sector?

10. ¿Actualmente las vías de acceso a los lugares turísticos se encuentran en buenas condiciones?

11. ¿Existe alguna ordenanza municipal en lo que respecta al turismo ecológico para el cantón?

# URKUND

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TESIS LIZETH CHEZA.docx (D30554131)  
**Submitted:** 9/14/2017 10:12:00 PM  
**Submitted By:** liss.cheza1992@gmail.com  
**Significance:** 7 %

### Sources included in the report:

Simbaña, Gualavisí.docx (D24924755)  
TESIS JOSS corregida ortograficamente.docx (D15685636)  
Tesis -reducido.docx (D13159540)  
CAMBIOS TESIS FINAL JESSICA LEMA.pdf (D26805761)  
TESIS ADRIANA SIERRA 1.pdf (D23264057)  
PROGRAMA DE FOMENTO TURISTICO ANDREA CHANGOLUISA.pdf (D21349578)  
ESTEFANO AYALA CISNEROS TESIS.docx (D21231501)  
<http://archive.li/phJ8l>  
<http://docplayer.es/42886437-Universidad-tecnica-del-norte.html>  
<https://josemgochez.wordpress.com/tag/philip-kotler/>

### Instances where selected sources appear:

37