



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE TURISMO

**PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN TURISMO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN RESORT EN LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR”**

**AUTORAS: CARRERA JÁTIVA CARLA VANESSA
OBANDO CELIN MERY GEOCONDA**

DIRECTOR: BEDÓN SUÁREZ NELSON IVÁN.

IBARRA

2021

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas CARLA VANESSA CARRERA JÁTIVA y MERY GEOCONDA OBANDO CELÍN, para optar por el Título de Ingeniera en Turismo, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESORT EN LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR”. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 22 días del mes de enero de 2021 .



MSc. NELSON IVÁN BEDÓN SUÁREZ
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	1003745625	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Carrera Játiva Carla Vanessa	
DIRECCIÓN:		Ibarra, Urbanización Gustavo Pareja	
EMAIL:		cvcarreraj@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0993976463

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la Implementación de un Resort en la comunidad de Santa Rosa del Tejar
AUTOR (ES):	Carrera Játiva Carla Vanessa
FECHA: DD/MM/AAAA	22 de enero 2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Bedón Suárez Nelson Iván. Msc.

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 22 días del mes de enero de 2021

EL AUTOR:

(Firma) 
Nombre: Carla Vanessa Carrera Játiva



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

3. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA IDENTIDAD:	DE	1003903075	
APELLIDOS NOMBRES:	Y	Obando Celin Mery Geoconda	
DIRECCIÓN:		Ibarra, El Olivo	
EMAIL:		mgobandoc@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:		063 016 075	TELÉFONO MÓVIL: 0982344984

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la Implementación de un Resort en la comunidad de Santa Rosa del Tejar
AUTOR (ES):	Obando Celin Mery Geoconda
FECHA: DD/MM/AAAA	11 de noviembre 2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Bedón Suárez Nelson Iván. MSc.

4. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 22 días del mes de enero de 2021

EL AUTOR:

(Firma) 
Nombre: Mery Geoconda Obando Celin

Dedicatoria

El presente trabajo va dedicado a todos los compañeros y amigos que conforman la carrera de Turismo de la Universidad Técnica del Norte, con los que hemos convivido a diario durante estos cinco años, tiempo en el que supimos hacer nuevas amistades con los cuales compartimos experiencias y momentos únicos e irremplazables que permanecerán guardados en el corazón de cada una de nosotras.

A la familia de cada una de las integrantes de este trabajo, razón principal de nuestra existencia, sabiendo que ningún sacrificio es suficiente para lograr la superación diaria con el fin de que todo es por ellos y para ellos.

A la Universidad Técnica del Norte por brindarnos a través de sus docentes la oportunidad de adquirir todos los conocimientos necesarios para llegar a ser excelentes profesionales.

A la nueva generación de estudiantes de la Universidad Técnica del Norte, esperando que este trabajo les sea de utilidad durante su preparación como futuros profesionales.

Las autoras.

Agradecimiento

En primer lugar queremos dar gracias a DIOS, por ser nuestro guía incondicional y brindarnos siempre la energía y fuerza necesaria para seguir adelante por el camino del bien, llevándonos a tomar las mejores dediciones para alcanzar nuestras metas personales y profesionales.

A los familiares de cada una de las autoras quienes realizamos este trabajo, ya que con sus consejos han cultivado en las mentes de cada una la responsabilidad y dedicación que nos permitió terminar con éxito esta etapa de nuestra vida, enseñándonos día a día a luchar y a salir adelante pese a las adversidades que se presentan en el continuo vivir.

A la Universidad Técnica del Norte, por impartirnos a través de sus maestros, todos los conocimientos necesarios para lograr ser unos buenos profesionales.

A los docentes y estudiantes de este centro educativo por la apertura y facilidad brindada para la ejecución del proyecto.

Finalmente, un agradecimiento especial a la MSc. Isis Camargo directora y asesora de este trabajo, por impartirnos conocimientos, guiarnos por el mejor camino, inculcar en cada uno de nosotros todas las destrezas y enseñanzas para que seamos buenos profesionales y orientarnos de la mejor manera en la realización y culminación de este trabajo.

Las autoras.

ÍNDICE GENERAL

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	ii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	iii
Dedicatoria.....	v
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxv
ABSTRACT.....	xxvi
CAPÍTULO 1.....	27
1. INTRODUCCIÓN.....	27
1.1 Problema de investigación.....	27
1.1.1 Antecedentes del problema.....	27
1.1.2 Contextualización del problema.....	28
1.1.3 Formulación del problema.....	29
1.1.4 Objeto de estudio.....	30
1.2 Descripción del área de estudio.....	30
1.3 Justificación.....	31
1.4 Objetivos.....	32
1.4.1 Objetivo general.....	32
1.4.2 Objetivos específicos.....	32
CAPITULO II.....	33
2 MARCO TEÓRICO.....	33
2.1 La empresa.....	33
2.1.1 La empresa turística.....	33
2.1.2 Importancia de la empresa.....	33
2.1.3 Misión en la empresa turística.....	33
2.1.4 Visión en la empresa turística.....	34
2.1.5 La administración.....	34
2.1.6 Manual de funciones.....	35

2.1.7	Descripción de puestos.	35
2.2	Modalidades de turismo.....	35
2.2.1	Turismo de Aventura.	35
2.2.2	Turismo Alternativo.....	36
2.2.3	Turismo de Naturaleza.	36
2.2.4	Turismo Rural.	36
2.2.5	Resort	36
2.2.6	Recursos naturales.....	37
2.2.7	Recursos Renovables.....	37
2.2.8	Recursos naturales no renovables.	37
2.3	Estudio del contexto y de la demanda.....	37
2.3.1	Análisis del medio físico	37
2.3.2	Marco legal.	38
2.3.3	Estudio de Mercado.....	38
2.3.3.1	Mercado.....	38
2.3.3.2	Servicio.....	39
2.3.3.3	Oferta.....	39
2.3.3.4	Demanda.	40
2.3.3.5	Comercialización.	40
2.4	Estudio Financiero	40
2.4.1	Ingresos	41
2.4.2	Costos.....	41
2.4.3	Gastos.	41
2.4.4	Análisis de Rentabilidad.	42
2.5	Estudio Técnico	42
2.5.1	Base Legal.....	42
2.5.2	Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	43
2.5.3	Localización del Proyecto.....	43
2.5.4	Ingeniería del Proyecto.....	44
2.5.5	Requisitos legales empresas de turismo.....	46
2.5.6	Personas Naturales.	47
2.5.7	Personas jurídicas.	47
2.5.8	Registro de alojamiento, alimentos y bebidas.	48

2.5.9	Catastro Turístico.	50
2.5.10	Marco legal ambiental local.	50
2.5.11	Licencias Ambientales.	51
CAPITULO III.....		52
3	METODOLOGÍA.....	52
3.1	Tipos de investigación.....	52
3.1.1	Descriptiva.....	52
3.1.2	Propositiva.....	52
3.1.3	Documental.....	52
3.1.4	De Campo.....	53
3.2	Métodos de investigación.....	53
3.2.1	Análisis y Síntesis.....	53
3.2.2	Observación Cualitativa.....	53
3.2.3	Observación Cuantitativa.....	53
3.3	Técnicas e Instrumentos.....	54
3.3.1	Modelo de Encuesta.....	54
3.3.2	Modelo de Entrevista.....	55
3.3.3	Modelo de Ficha.....	55
3.4	Población.....	55
3.5	Muestra.....	56
3.6	Análisis de la matriz de relación diagnóstica.....	58
CAPITULO IV.....		60
4	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	60
4.1	Estudio de Mercado.....	60
4.1.1	Resultados Esperados.....	60
4.1.2	Ficha técnica del perfil del cliente nacional.....	61
4.1.3	Ficha técnica del perfil del cliente internacional.....	62
4.1.4	Análisis de resultados.....	63
4.1.5	Proyección de la demanda.....	91
4.1.5.1	Cálculo del incremento poblacional compuesto.....	91

4.1.6	Análisis de la oferta y la competencia.	92
4.1.6.1	Proveedores de la competencia.	92
4.1.6.2	Canales de distribución de la competencia.	94
4.1.7	Proyección de la demanda insatisfecha.	94
4.1.8	Demanda objetiva proyectada.	95
4.1.9	Análisis Mercadológico.	95
4.1.9.1	Diseño de la Marca.	96
4.1.9.1.1	Logotipo.	97
4.1.9.1.2	Imagotipo.	97
4.1.9.1.3	Slogan.	98
4.1.9.2	Canales de Distribución.	98
4.1.9.3	Estrategias de Promoción y Publicidad.	99
4.1.9.3.1	Publicidad de paga.	99
4.1.9.3.2	Publicidad no pagada.	100
4.1.9.4	Plan de Comercialización.	105
4.2	Estudio Técnico – Productivo.	106
4.2.1	Tamaño de la empresa.	106
4.2.1.1.	Número de clientes proyectados.	106
4.2.1.2	Consumo aparente con respecto a los servicios demandados.	106
4.2.1.2.1	Consumo aparente del servicio de Hospedaje.	107
4.2.1.2.2	Consumo aparente del servicio de Áreas Húmedas.	107
4.2.1.2.3	Consumo aparente del servicio de Restaurante.	107
4.2.1.2.4	Consumo aparente del servicio de Salón de Eventos.	108
4.2.1.2.5	Consumo aparente del servicio de Bar - Discoteca.	108
4.2.1.3	Consumo aparente con respecto a los servicios adicionales demandados.	109
4.2.1.3.1	Consumo aparente del servicio de Excursiones.	109
4.2.1.3.2	Consumo aparente del servicio de Ciclo Paseos.	110
4.2.1.3.3	Consumo aparente del servicio de SPA.	110
4.2.2	Localización del proyecto.	111
4.2.2.1	Macro-localización.	111
4.2.2.2	Micro-localización.	111
4.2.3	Procesos de producción o servicios.	114

4.2.3.1	Flujograma del proceso de servicio.....	114
4.2.4	Requerimientos de las instalaciones.....	122
4.2.4.1	Definición y organización del espacio.....	122
4.2.4.2	Presupuesto general del emprendimiento.....	129
4.2.4.2.1	Tamaño o capacidad del Resort Turístico.....	129
4.2.4.2.2	Determinación del presupuesto técnico.....	130
4.2.4.2.3	Inversiones Fijas.....	130
4.2.4.2.4	Gastos Diferidos.....	147
4.2.4.2.5	Gasto Variable.....	149
4.2.5	Requerimientos de los departamentos o áreas.....	150
4.2.5.1	Requerimientos por área.....	150
4.2.5.1.1	Gastos Operacionales.....	151
4.2.5.1.2	Gastos de publicidad.....	152
4.2.5.2	Requerimientos de costo de servicios básicos.....	153
4.2.5.2.1	Suministros de Oficina.....	153
4.2.5.2.2	Servicios Básicos.....	154
4.2.5.2.3	Otros Gastos.....	154
4.2.6	Análisis de precios.....	155
4.3	Estudio Ambiental y Administrativo.....	156
4.3.1.	Identificación de impactos.....	156
4.3.1.1	Identificación de impactos en la etapa de construcción del proyecto. 157	
4.3.1.2	Identificación de impactos en la etapa de operación del proyecto. ...	158
4.3.1.2.1	Magnitud del impacto.....	159
4.3.2	Evaluación de impactos.....	160
4.3.3	Planes de manejo.....	163
4.3.4	Estructura organizativa.....	174
4.3.4.1	Organigrama estructural.....	175
4.3.4.2	Organigrama funcional.....	176
4.3.5	Manual de funciones y políticas de remuneraciones.....	177
4.3.5.1	Manual de funciones.....	177
4.3.5.2	Políticas de remuneraciones.....	193
4.3.6	Requisitos legales para la construcción.....	193

4.3.6.1	Tipo de empresa.....	193
4.3.6.1.1	Características generales para la constitución legal S.R.L	193
4.3.6.2	Requisitos legales para la construcción.	194
4.3.6.3	Bases legales.	195
4.3.6.3.1	Minuta de constitución.	195
4.3.6.3.2	Escritura pública.	195
4.3.6.3.3	Registro mercantil.....	196
4.3.6.3.4	Afiliación a la cámara de turismo.....	196
4.3.6.3.5	Requisitos para su funcionamiento.....	197
4.3.6.3.6	Registro único de contribuyente (RUC).....	197
4.3.6.3.7	Número patronal IESS.....	198
4.3.6.3.8	Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos.....	198
4.3.6.3.9	Patente municipal.	199
4.3.6.3.10	Licencia de funcionamiento para lugares turísticos.	199
4.3.6.3.11	Permiso de la Intendencia de Policía.....	200
4.3.6.4	Situación tributaria (Formularios).....	200
4.3.6.5	Responsabilidad laboral.	200
4.4	Estudio Económico y Financiero	202
4.4.1	Pre-factibilidad económica.....	202
4.4.1.1	Activo Fijo y Diferido.	202
4.4.1.2	Capital de Trabajo.	202
4.4.1.3	Fuentes de financiamiento y uso de fondos	203
4.4.1.4	Financiamiento del proyecto.....	204
4.4.1.4.1	Resumen de inversiones	204
4.4.1.4.2	Estructura del financiamiento	205
4.4.1.5	Cálculo de Amortización	205
4.4.1.6	Cálculo de Depreciación.....	206
4.4.1.6.1	Gastos de depreciación de activos no corrientes.....	206
4.4.2	Proyección Mano de Obra.....	206
4.4.3	Proyección Servicios Básicos.....	207
4.4.4	Proyección Suministros de Oficina.....	207
4.4.5	Proyección Útiles de Limpieza.....	208
4.4.6	Proyección Gastos Administrativos.	208

4.4.7	Proyección Gastos de Constitución.....	209
4.4.8	Proyección Gastos de Publicidad.....	209
4.4.9	Ingresos.....	210
4.4.9.1	Proyección de Ingresos por Ventas.....	210
4.4.9.2	Proyección de Precios.....	214
4.4.10	Resumen de Costos y Gastos.....	215
4.4.11	Costos e Ingresos por Servicios Producidos.....	216
4.4.11.1	Costos unitarios de producción de servicios.....	216
4.4.12	Estado de Situación Inicial.....	217
4.4.13	Estado de Resultados.....	218
4.4.14	Costo de Capital.....	220
4.4.15	Flujo Neto de Efectivo.....	220
4.4.16	Valor Actual Neto (VAN).....	222
4.4.17	Costo – Beneficio.....	223
4.4.18	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	223
4.4.18.1	Período de Recuperación del Capital.....	224
4.4.19	Punto de Equilibrio.....	224
4.4.19.1	Resumen de Evaluación Financiera.....	226
CAPITULO V		227
5	Conclusiones y Recomendaciones.....	227
5.1	Conclusiones	227
5.2	Recomendaciones	228
BIBLIOGRAFÍA.....		230
ANEXOS.....		235

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Ficha técnica de la encuesta</i>	54
Tabla 2 <i>Registro de visitas turísticas de extranjeros y nacionales a la ciudad Ibarra</i>	55
Tabla 3 <i>Cálculo de la Fracción Muestral Estratificada</i>	57
Tabla 4 <i>Ficha Técnica del Perfil del Cliente Nacional</i>	61
Tabla 5 <i>Ficha Técnica del Perfil del Cliente Internacional</i>	62
Tabla 6 <i>Encuestas Tabuladas, Edad de la Población</i>	63
Tabla 7 <i>Encuestas Tabuladas, Género</i>	63
Tabla 8 <i>Encuestas Tabuladas, Lugar de Residencia</i>	64
Tabla 9 <i>Encuestas Tabuladas, Nivel de Instrucción</i>	64
Tabla 10 <i>Encuestas Tabuladas, Profesión / Ocupación Laboral</i>	65
Tabla 11 <i>Encuestas Tabuladas, Estado Civil</i>	65
Tabla 12 <i>Encuestas Tabuladas, Nivel de Ingresos personales</i>	66
Tabla 13 <i>Encuestas Tabuladas, Predilección al momento de viajar</i>	67
Tabla 14 <i>Encuestas Tabuladas, Frecuencia de visitas a complejos turísticos</i>	67
Tabla 15 <i>Encuestas Tabuladas, Frecuencia de salidas turísticas</i>	68
Tabla 16 <i>Encuestas Tabuladas, Atractivos de mayor interés turístico</i>	68

Tabla 17 <i>Encuestas Tabuladas, Preferencias de alojamiento en el último viaje por turismo</i>	69
Tabla 18 Encuestas Tabuladas, Aspecto principal de un establecimiento turístico ..	69
Tabla 19 <i>Encuestas Tabuladas, Monto de gasto en el último viaje por turismo</i>	70
Tabla 20 <i>Encuestas Tabuladas, Medios que utilizó para la obtención de información del destino turístico</i>	70
Tabla 21 <i>Encuestas Tabuladas, Principal motivo de viaje hacia la provincia de Imbabura</i>	71
Tabla 22 <i>Encuestas Tabuladas, Factores adicionales que influyeron para visitar la ciudad de Ibarra</i>	71
Tabla 23 <i>Encuestas Tabuladas, Conocimiento sobre el potencial turístico de la comunidad</i>	72
Tabla 24 <i>Encuestas Tabuladas, Creación del Resort Turístico</i>	73
Tabla 25 <i>Encuestas Tabuladas, Consideración de Precios</i>	73
Tabla 26 <i>Encuestas Tabuladas, Actividades a incluirse en el resort turístico</i>	74
Tabla 27 <i>Relación de Dependencia a través de la Tabla de Contingencia</i>	75
Tabla 28 <i>Encuestas Tabuladas, Edad de la Población</i>	77
Tabla 29 <i>Encuestas Tabuladas, Género</i>	77
Tabla 30 <i>Encuestas Tabuladas, Lugar de Residencia</i>	78
Tabla 31 <i>Encuestas Tabuladas, Nivel de Instrucción</i>	78
Tabla 32 <i>Encuestas Tabuladas, Profesión / Ocupación Laboral</i>	79

Tabla 33 <i>Encuestas Tabuladas, Estado Civil</i>	79
Tabla 34 <i>Encuestas Tabuladas, Nivel de Ingresos personales</i>	80
Tabla 35 <i>Encuestas Tabuladas, Frecuencia de Viajes al Exterior</i>	81
Tabla 36 <i>Encuestas Tabuladas, Visita a Países de América Latina</i>	81
Tabla 37 <i>Encuestas Tabuladas, Principal Motivo de Visita a Ecuador</i>	81
Tabla 38 <i>Encuestas Tabuladas, Región de Ecuador con mayor preferencia turística</i>	82
Tabla 39 <i>Encuestas Tabuladas, Preferencia respecto con la organización para un viaje turístico</i>	83
Tabla 40 <i>Encuestas Tabuladas, Preferencia de alojamiento en el último viaje por turismo</i>	83
Tabla 41 <i>Encuestas Tabuladas, Aspecto principal de un establecimiento turístico</i> ..	84
Tabla 42 <i>Encuestas Tabuladas, Monto de gasto en el último viaje por turismo</i>	84
Tabla 43 <i>Encuestas Tabuladas, Medios que utilizó para obtener información sobre Ecuador</i>	84
Tabla 44 <i>Encuestas Tabuladas, Actividad que realizó con más frecuencia durante la estancia en Ecuador</i>	85
Tabla 45 <i>Encuestas Tabuladas, Conocimiento previo de la Provincia de Imbabura</i>	86
Tabla 46 <i>Encuestas Tabuladas, Principal motivo de viaje a la provincia de Imbabura</i>	86

Tabla 47 Encuestas Tabuladas, Consideración respecto al aumento de áreas turísticas en el cantón Ibarra	87
Tabla 48 Encuestas Tabuladas, Creación del Resort Turístico	87
Tabla 49 Encuestas Tabuladas, Consideración de precios	88
Tabla 50 Encuestas Tabuladas, Actividades a incluirse en el Resort Turístico	88
Tabla 51 Relación de Dependencia a través de la Tabla de Contingencia	89
Tabla 52	91
Tabla 53 Resumen de los atractivos turísticos	92
Tabla 54 Proveedores de la Competencia	92
Tabla 55 Análisis de la competencia	93
Tabla 56 Canales de distribución	94
Tabla 57 Proyección de la oferta	94
Tabla 58 Proyección de la demanda insatisfecha	94
Tabla 59 Proyección de la demanda objetiva.....	95
Tabla 60 Plan de Comercialización	105
Tabla 61 Proyección de la demanda	106
Tabla 62 Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados por el segmento de nacionales y extranjeros	106
Tabla 63 Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Hospedaje	107

Tabla 64 Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Áreas Húmedas	107
Tabla 65 Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Restaurante	107
Tabla 66 Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Salón de Eventos.....	108
Tabla 67 Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Bar - Discoteca	108
Tabla 68 Proyección de los consumidores con respecto a los servicios adicionales demandados por el segmento de nacionales y extranjeros	109
Tabla 69 <i>Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Excursiones</i>	109
Tabla 70 <i>Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Ciclo Paseos</i>	110
Tabla 71 Proyección de los consumidores con respecto al servicio de SPA	110
Tabla 72 <i>Macro-localización</i>	111
Tabla 73 <i>Flujograma de Procesos</i>	114
Tabla 74 <i>Distribución de las áreas</i>	122
Tabla 75 Capacidad por áreas	129
Tabla 76 Capacidad o tamaño general	130
Tabla 77 <i>Terreno</i>	131

Tabla 78 <i>Presupuesto de construcción</i>	131
Tabla 79 <i>Equipo de oficina</i>	139
Tabla 80 <i>Equipo de cómputo</i>	140
Tabla 81 <i>Maquinaria y Equipos</i>	141
Tabla 82 <i>Muebles y enseres</i>	143
Tabla 83 <i>Menaje</i>	144
Tabla 84 <i>Resumen de inversiones fijas</i>	147
Tabla 85 <i>Estudio de factibilidad</i>	148
Tabla 86 <i>Gastos de constitución</i>	148
Tabla 87 <i>Talento Humano - Sueldos administrativos</i>	149
Tabla 88 <i>Requerimiento de mano de obra para el Área de Talento Humano</i>	150
Tabla 89 <i>Resumen de costos de materia prima directa</i>	152
Tabla 90 <i>Gastos de publicidad</i>	153
Tabla 91 <i>Suministros de Oficina</i>	153
Tabla 92 <i>Servicios Básicos</i>	154
Tabla 93 <i>Útiles de Limpieza y otros gastos</i>	154
Tabla 94 <i>Análisis de precios</i>	155
Tabla 95 <i>Identificación de Impactos</i>	156

Tabla 96	Identificación de Impactos en la etapa de construcción	157
Tabla 97	Identificación de impactos en la etapa de operación.....	158
Tabla 98	Valor de impacto.....	159
Tabla 99	Valor de importancia.....	159
Tabla 100	Evaluación de Impactos	160
Tabla 101	Impacto Ambiental - Etapa de Planificación	161
Tabla 102	Impacto Socio económico cultural - Etapa de Planificación	161
1. Tabla 103	<i>Plan de manejo ambiental para los impactos causados en la etapa de planificación</i>	163
Tabla 104	Valoración de impactos en la Etapa de Construcción	164
Tabla 105	Impacto Ambiental - Etapa de Construcción	165
Tabla 106	Impacto Socio económico cultural - Etapa de Construcción	165
Tabla 107	<i>Plan de manejo ambiental para los impactos causados en la etapa de construcción</i>	167
Tabla 108	Valoración de impactos en la etapa de operación.....	169
Tabla 109	Impacto Ambiental - Etapa de Operación.....	170
Tabla 110	Impacto Socio económico cultural - Etapa de Operación.....	170
2. Tabla 111	<i>Plan de manejo ambiental en la etapa de operación</i>	172
Tabla 112	<i>Matriz de competencias</i>	179

Tabla 113 Activo Fijo - Terreno	202
Tabla 114 <i>Capital de Trabajo</i>	202
Tabla 115 <i>Inversiones para la realización del proyecto</i>	203
Tabla 116 <i>Fuentes de financiamiento y uso de fondos</i>	204
Tabla 117 <i>Resumen de inversiones</i>	204
Tabla 118 <i>Estructura del financiamiento</i>	205
Tabla 119 <i>Cálculo de amortización anual</i>	205
Tabla 120 Depreciaciones de activos fijos	206
Tabla 121 Proyección de mano de obra.....	207
Tabla 122 Proyección de Servicios Básicos y Otros Gastos.....	207
Tabla 123 Proyección Suministros de Oficina	208
Tabla 124 Proyección útiles de limpieza	208
Tabla 125 Proyección gastos administrativos, ventas y exportación	208
Tabla 126 Proyección de gastos de constitución	209
Tabla 127 Proyección de gastos publicidad y promoción	210
Tabla 128 Personal de ventas y publicidad.....	210
Tabla 129 Proyección de Ingresos	211
Tabla 130 Presupuesto de ingresos.....	213

Tabla 131	Proyección de precios por servicios	214
Tabla 132	Resumen de costos y gastos	215
Tabla 133	Costos de producción de todos los servicios	216
Tabla 134	Estados de Resultados Proyectados.....	218
Tabla 135	Costo de capital	220
Tabla 136	Flujo de caja de efectivo	221
Tabla 137	Parámetros del VAN	222
Tabla 138	Valor actual neto.....	222
Tabla 139	Evaluación Costo - Beneficio.....	223
Tabla 140	Costo - Beneficio respecto a los egresos	223
Tabla 141	Parámetros de la TIR	224
Tabla 142	Periodo de recuperación de la inversión	224
Tabla 143	Costos fijos para el cálculo del punto de equilibrio.....	225
Tabla 144	Cálculo del Punto de Equilibrio.....	225
Tabla 145	Resumen de evaluación financiera	226

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Naturaleza de la Empresa	46
Figura 2 Cálculo Muestral del promedio de visitas turísticas de extranjeros y nacionales en los últimos cuatro años a la ciudad Ibarra	56
Figura 3 Logotipo de Resort Turístico "ALLPA NATURE"	97
Figura 4 Imagotipo de Resort Turístico " ALLPHA NATURE"	97
Figura 5 Anuncio de Revista	101
Figura 6 Anuncio Redes Sociales	102
Figura 7 Portada para Redes Sociales	102
Figura 8 Volantes Publicitarios - Todo Incluido	103
Figura 9 Volantes Publicitarios.....	103
Figura 10 Banner Publicitario	104
Figura 11 Página Web – ALLA NATURE	104
Figura 12 Macro-localización	112
Figura 13 Micro-localización.....	113
Figura 14 Flujograma del Servicio de Alojamiento.....	115

Figura 15	Flujograma del Servicio de Restaurante Bufet – Carta.....	116
Figura 16	Flujograma del Servicio de Piscina, Baño turco, sauna e hidromasajes	117
Figura 17	Flujograma del Servicio de SPA	118
Figura 18	Flujograma del Servicio de Bar – Discoteca	119
Figura 19	Flujograma del Servicio de Excursiones.....	120
Figura 20	Flujograma del Servicio de Ciclo Paseo	121
Figura 21	Distribución de las áreas.....	126
Figura 22	Planta arquitectónica superior	127
Figura 23	Planta arquitectónica inferior	128
Figura 24	Organigrama Estructural del Resort Turístico.....	175
Figura 25	Organigrama Funcional del Resort Turístico	176
Figura 26	Proceso de afiliación a la cámara de turismo.	197

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito que tiene el presente proyecto es determinar la factibilidad para la implementación de un Resort Turístico en la Comunidad Santa Rosa del Tejar, cantón Ibarra, provincia de Imbabura. El mercado que se considera en la fase inicial del presente estudio es la provincia de Imbabura, teniendo en cuenta a los turistas nacionales e internacionales que frecuentan la zona. En este sentido fue necesario la realización de un diagnóstico situacional, con el cual se consiguió identificar las condiciones adversas y óptimas para la elaboración del proyecto. Por medio del estudio de mercado se evidenció la aceptación que tendrá el proyecto, así como también los perfiles socioeconómicos de turistas nacionales y extranjeros. Mediante el estudio técnico se detalla la ingeniería del proyecto, considerando los aspectos relevantes que se debe tomar en cuenta para el éxito de este. Además, se determinó los posibles impactos sociales, ambientales, económicos y culturales, los cuales presentan una incidencia positiva y negativa dentro del estudio de factibilidad, a la vez que se estableció la estructura organizativa y funcional que tendrá la empresa. Finalmente se realizó una evaluación económica – financiera en donde se manifiesta la rentabilidad del proyecto, mediante la aplicación de evaluadores financieros, cuyo resultado fue positivo, lo que significa que el proyecto es factible.

ABSTRACT

The purpose of this project is to determine the feasibility for the implementation of a Tourist Resort in the Santa Rosa del Tejar Community, Ibarra canton, Imbabura province. The market considered in the initial phase of this study is the province of Imbabura, taking into account national and international tourists who frequent the area. In this sense, it was necessary to carry out a situational diagnosis, with which it was possible to identify the adverse and optimal conditions for the elaboration of the project. Through the market study, the acceptance of the project, as well as the socioeconomic profiles of national and foreign tourists, was evidenced. Through the technical study, the engineering of the project is detailed, considering the relevant aspects that must be taken into account for its success. In addition, the possible social, environmental, economic and cultural impacts were determined, which have a positive and negative impact on the feasibility study, while establishing the organizational and functional structure that the company will have. Finally, an economic - financial evaluation was carried out in which the profitability of the project is manifested, through the application of financial evaluators, whose result was positive, which means that the project is feasible.

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Problema de investigación

1.1.1 Antecedentes del problema.

La actividad turística en la comunidad Santa Rosa del Tejar se refleja un poco limitada debido a la falta de interés por parte de la municipalidad en cuanto al mejoramiento de las vías del sector, ocasionando de tal manera que dicho sector sea poco reconocido turísticamente, generando una pérdida de interés para visitar las zonas rurales.

En este sentido la comunidad de Santa Rosa del Tejar no cuenta con un área destinada para el desarrollo de actividades alternativas de aventura que permitan disfrutar al aire libre de la naturaleza.

Otro aspecto importante para tomar en cuenta es la falta de profesionales en materia turística en el sector, puesto que muchos de los pobladores de la localidad no cuentan con una preparación adecuada en el ámbito turístico por lo cual los pocos emprendimientos que se encuentran en el lugar son dirigidos de forma empírica, lo que ha ocasionado que no tengan un buen desarrollo y muchas de las veces cierran los emprendimientos puesto que no se cuenta con una capacitación referente a emprendimientos empresariales.

Sin embargo, el sector cuenta con una variedad de flora y fauna, lo cual permite dar apertura a la creación de lugares de distracción y recreación familiar a fin de incrementar el turismo en el sector e impulsar al desarrollo de la actividad turística.

Es por ello, que se pretende dar una solución a dichas problemáticas puntualizadas con anterioridad, para lo cual se considera necesario la implementación de lugares para actividades de entretenimiento teniendo como resultado el Resort, con ello se procura mejorar la calidad de vida de los habitantes de la localidad, además de aportar con el desarrollo del país, fortaleciendo a la actividad turística. (Anexo 2)

1.1.2 Contextualización del problema.

La actividad turística en la comunidad Santa Rosa del Tejar se refleja un poco limitada debido a una falta de interés por parte de la municipalidad en cuanto al mejoramiento de las vías del sector, ocasionando de tal manera que dicho sector sea poco reconocido turísticamente, generando una pérdida de interés para visitar las zonas rurales.

En este sentido la comunidad de Santa Rosa del Tejar no cuenta con un área destinada para el desarrollo de actividades alternativas de aventura que permitan disfrutar al aire libre de la naturaleza.

Debido a que en la comunidad existe una evidente ausencia de infraestructura y equipamiento básico para el desarrollo del turismo local, ha generado un escaso apoyo y fuentes de financiamiento para potenciar el turismo, lo que a su vez ha traído como consecuencias el desinterés por visitar el lugar, siendo este sitio un territorio con potencial turístico que ha sido poco aprovechado.

Los recursos naturales y culturales del sector no son adecuadamente aprovechados por parte de la localidad lo que genera un limitado desarrollo de la actividad turística, así como también una mala utilización de los recursos geológicos generando un deterioro ambiental y causando un impacto paisajístico.

La deficiencia de formación técnica es una de las principales causas para que no se desarrolle de una manera adecuada el turismo en el sector puesto que tampoco existe una experiencia que puedan brindar a los turistas que vaya más allá de lo comúnmente utilizado, lo que también ha traído como consecuencia la senderización de la economía y un desconocimiento del potencial turístico local, ocasionado así una falta de interés de las personas locales, en el desarrollo del turismo como una alternativa económica, generando así una baja oferta turística.

Cabe mencionar también el inadecuado manejo de residuos sólidos y líquidos en el sector, lo que ha ocasionado una proliferación de enfermedades y roedores, así como también la generación de plantas invasoras, causantes de un impacto ambiental y visual.

Otro aspecto importante para tomar en cuenta es el descuido ambiental existente en los alrededores de la zona, puesto que esto ha tenido como consecuencia la

contaminación del agua del sistema lacustre del río Tahuando, ocasionada por el desecho de residuos sólidos, líquidos y el mal uso del tratamiento de basuras, afectando de forma directa al sector turístico, lo que a la vez genera una imagen negativa en ciertas zonas rurales y urbanas de la ciudad.

Sin embargo, el sector cuenta con una variedad de recursos naturales y culturales, lo cual permite dar apertura a la creación de lugares de distracción y recreación familiar a fin de incrementar el turismo en el sector e impulsar al desarrollo de la actividad turística.

Es por ello por lo que, se pretende dar una solución a dichas problemáticas puntualizadas con anterioridad, para lo cual se considera necesario la implementación de lugares para actividades de entretenimiento teniendo como resultado el Resort Turístico, con ello se procura mejorar la calidad de vida de los habitantes de la localidad, además de aportar con el desarrollo del país, fortaleciendo a la actividad turística

1.1.3 Formulación del problema.

La implementación de un resort turístico en la comunidad de Santa Rosa del Tejar se fundamenta en satisfacer las necesidades de las personas con respecto a la distracción y recreación familiar, tomando en cuenta el uso de los recursos naturales del sector, tales como la flora, fauna y río.

En este sentido el desconocimiento y la falta de interés en el mejoramiento de las vías de acceso a la comunidad de Santa Rosa del Tejar, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, son la causa principal para tener una baja demanda del producto turístico.

PREGUNTA GENERAL

¿Cómo se puede impulsar el turismo en la comunidad de Santa Rosa del Tejar, cantón Ibarra, provincia de Imbabura?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- ¿Cuáles son los recursos y atributos con los que cuenta la localidad para llevar a cabo la implementación de un Resort Turístico?
- ¿Cuál es el segmento de mercado consumidor para un Resort?
- ¿Cómo estará técnicamente estructurado el emprendimiento para su óptimo funcionamiento?
- ¿Cuáles son las condiciones financieras para la implementación de un Resort en Ibarra?
- ¿Qué parámetros técnicos se consideran en el diseño para la implementación de un Resort Turístico?

1.1.4 Objeto de estudio.

El Proyecto pretende brindar a las visitantes nacionales y extranjeros un conjunto de servicios agrupados de calidad total, variado en recreación, basado en la seguridad, la igualdad de los usuarios y el respeto al ambiente, a través de la Implementación de un Resort en la comunidad de Santa Rosa del Tejar, cantón Ibarra, provincia de Imbabura

1.2 Descripción del área de estudio.

El Proyecto de Inversión Turística a desarrollar consiste en la construcción y explotación de un Resort que insumirá el total de una propiedad ubicada sobre la ribera del río Tahuando, en el sector de Santa Rosa provincia de Imbabura República del Ecuador. La superficie afectada será de 3.658 mt².

El acceso al lugar es muy bueno ya que forma parte de la infraestructura vial construido recientemente por la empresa Imbavial la cual realizo el asfaltado total de la vía de primer orden desde el centro de la ciudad hasta Santa Rosa del Tejar; completado por un camino secundario de unos 800 m empedrado hasta la propiedad.

El sitio está inserto en una zona muy cercana al centro de la ciudad sector urbano y muy próximo a las localidades de San Eduardo, La Esperanza y la ruta de las Haciendas, centros turísticos importantes del sector considerando atractivos complementarios del lugar.

En toda su extensión paralela a la ribera posee una zona en la que se pueden realizar actividades recreativas variadas. El terreno está poblado de especies arbustivas y hierbas, principalmente.

1.3 Justificación

Actualmente la creatividad y el emprendimiento son factores importantes para el desarrollo local puesto que comprenden una forma de dinamizar parte de la economía, aprovechando el potencial turístico natural y cultural de la zona

Es por ello que el presente proyecto comprende la factibilidad para la implementación de un centro turístico en la comunidad Santa Rosa del Tejar-cantón Ibarra, su propósito fundamental es brindar a los habitantes del sector una alternativa para mejorar la calidad de vida y así dar más énfasis en el desarrollo del turismo como una de las principales alternativas de desarrollo, tomando en cuenta la valiosa historia del lugar y sus atractivos naturales y a través de ello generar fuentes de empleo, reactivación de la económica del sector así como también un aprovechamiento óptimo y eficaz de los recursos existentes en la zona de afluencia.

El proyecto se articula relacionando diversos estudios previos a realizar conforme a un estudio del contexto donde se implantará el proyecto (oferta) para determinar qué tipos de servicios se pueden derivar para satisfacer la demanda de espacios al aire libre.

Analizado el paisaje del sitio se determinará qué tipo y que materiales de construcción es la más adecuada para el entorno físico y tenga una vida útil razonable.

Para ello, se realizará un EIA a efectos de determinar cuáles serían las acciones menos dañosas para el ecosistema y un estudio de factibilidad económica financiera para analizar las posibilidades de su realización y el estudio del tiempo de recupero financiero de la inversión.

Los beneficiarios directos serán los visitantes nacionales y extranjeros, quienes harán uso de servicios seguros, confiables, acogedores y principalmente participarán de la cultura del sector.

Los beneficiarios indirectos serán los pobladores del sector quienes activarán sus pequeños negocios y aportarán con su cultura y tradiciones, mejorando la calidad de vida de su población.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general.

Realizar un estudio de factibilidad de un emprendimiento turístico mediante la implementación de un Resort con la finalidad de fomentar el turismo local, nacional e internacional en la comunidad de Santa Rosa del Tejar, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Identificar las condiciones ambientales, socio-económicas, y culturales del sector.
- Determinar el mercado potencial hacia el cual estará direccionado el proyecto.
- Establecer la estructura organizacional y funcional con la cual se manejará el Resort.
- Analizar el monto de inversión y rentabilidad del Resort como emprendimiento empresarial.
- Realizar un diseño de infraestructura turística para la implementación del Resort.

CAPITULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 La empresa

“La empresa como la unidad económica de la producción que debe moverse en determinados entornos de influencia de características muy distintas y a su vez diferentes para cada empresa, buscando siempre crecer o aumentar la utilidad de los bienes”(Figuerola, 1999, p. 29)

2.1.1 La empresa turística.

Según (Ramírez, 2007)”una organización debidamente integrada y estructurada por recursos materiales, económicos, y humanos su finalidad es ofertar y proveer de los servicios de ocio a la sociedad ,para la satisfacción y experiencia turística, a cambio de pago”

2.1.2 Importancia de la empresa.

Dentro del mundo empresarial, cobra una gran importancia la constitución de empresas puesto que representan el principal motor de la economía, están destinadas a trabajar por un objetivo común satisfaciendo las necesidades de la población, también debe establecerse que quienes lo dirigen y trabajan en ella ponga un objetivo central como es el crecimiento de la empresa en todos sus aspectos.

2.1.3 Misión en la empresa turística.

La misión de la empresa representa la razón de ser de la misma. Por lo tanto, para la formulación es una declaración genérica de los propósitos generales de la empresa, su forma de presentarse ante la sociedad y debe contestar a las preguntas ¿Cuál es la esencia de nuestro negocio?, ¿Cuál queremos que sea en el futuro?. (Martín & Almeida, 2009)

Según (Martín & Almeida, 2009) menciona que *“Representa una tarjeta de identidad de la empresa ante la sociedad y sus miembros por lo que debe ser conocida por todos y cada uno de los partícipes de la misma”*.

Debe cumplir con lo siguiente:

- a. Debe ser visionaria representa el estado futuro de la empresa
- b. Debe ser estable a lo largo del tiempo
- c. Describir el campo de actividad de la empresa
- d. Identificar capacidades esenciales que la empresa posee
- e. Declaración de valores.

2.1.4 Visión en la empresa turística.

Según (Martín & Almeida, 2009, p. 61) menciona *“Configura los propósitos de futuro de la empresa, la intención que tiene la empresa a un tiempo determinado, Da respuesta a las preguntas ¿Cómo será la empresa en el futuro?, ¿Cómo desea ser?”*

Según (Martín & Almeida, 2009, p. 61) *“Refleja la trayectoria de la empresa en funcionamiento, hace referencia a lo que la empresa quiere alcanzar en el futuro de acuerdo a su trayectoria, debe guiar las actuaciones de la empresa”*

Una visión bien diseñada contiene atributos

- a. Debe ser clara y de fácil comprensión para el equipo de la organización.
- b. Debe ser distintiva para lograr el éxito
- c. Incorporar idea de triunfo
- d. Debe ser coherente con la misión
- e. Estable a lo largo del tiempo
- f. Describir la posición estratégica que la empresa desea alcanzar con los productos y servicios.

2.1.5 La administración.

Según (Sánchez, 2016) *“Proceso integral para plantear, organizar e integrar una actividad o relación de trabajo, la que se fundamenta en la utilización de recursos para alcanzar un fin determinado”*

2.1.6 Manual de funciones.

El manual de funciones es un instrumento de administración muy importante para el desarrollo adecuado de la empresa ya que de esta manera se asigna el personal adecuado acorde a sus capacidades que desenvolverá sus funciones en la institución. (UP, 2017) refiere donde se justifica la existencia/creación/eliminación de los cargos. Además, sustenta los estudios de cargas de trabajo, el sistema de métricas e indicadores y los criterios de autocontrol.

2.1.7 Descripción de puestos.

La descripción de puestos es un documento en el que se define objetivos y funciones en las diferentes áreas de la empresa logrando así eficiencia y por ende el cumplimiento de metas establecidas en la organización. (Rodríguez Peralta, 2011) refiere que en este documento se detallan lo que idealmente debe hacer el ocupante del puesto, no necesariamente lo que se hace, así como la frecuencia en que lo hace, cómo lo hace y para que lo hace.

2.2 Modalidades de turismo

Las diferentes modalidades de turismo que se realiza son de acuerdo a los diferentes recursos turísticos existentes.

Para ello es primordial la elaboración de un inventario de atractivos en el área de influencia, valiéndose primordialmente de los atractivos locales que se encuentran alrededor de toda la localidad, así como también del servicio de guías locales acreditados, mismos que serían las bases fundamentales para que se desarrollen diferentes modalidades de turismo.

2.2.1 Turismo de Aventura.

Como citó en (Pérez, Fernández, Torralba, & Cruz, 2016) Según la OMT (1996: 85) el Turismo de Aventura corresponde a "actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo". Entre las actividades aludidas se encuentran, por ejemplo: descenso de caudales de agua en balsas adecuadas para dicha actividad; Montañismo; pesca deportiva; caminatas en la naturaleza, entre otras.

2.2.2 Turismo Alternativo.

(Como cito (Narvaéz, 2014)El Turismo Alternativo surge como una opción al Turismo de masa, a partir de considerar opciones de actividades que tuvieran en cuenta, entre otros aspectos, la realización plena del ser humano, una contribución cada vez mayor a la educación, la igualdad de destino de los pueblos, la liberación del hombre y el respeto por su identidad y dignidad, la afirmación de la originalidad de las culturas y el respeto del patrimonio moral de los pueblos (Shulter y Winter, 1997).

2.2.3 Turismo de Naturaleza.

Este tipo de turismo esta principalmente enfocado al disfrute de la naturaleza dependiendo al uso que se le dé se clasifican los subtipos y dentro de ellos se encuentra:

2.2.4 Turismo Rural.

Esta modalidad de turismo se deriva del turismo de naturaleza ya que aquí aprovecha el entorno natural, cultural que lo rodea. (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019) refieren que este tipo de turismo este preferentemente dentro de un entorno natural donde exista una preeminencia de actividades y estilos de vida tradicionales que el turista esté interesado, de alguna forma en conocer o participar.

2.2.5 Resort

Es un complejo turístico que cuenta con un numero de características específicas y diferenciadas para la oferta de distintos servicios como el hospedaje en habitaciones de manera privada, con cuarto de baño privado e independiente, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se ve resaltado el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de productos y servicios complementarios, que están a disposición de los turistas. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. Reglamento de Alojamiento Turístico (2017)

2.2.6 Recursos naturales.

Son aquellos recursos provienen directamente de la naturaleza sin la intervención del ser humano y estos pueden ser aprovechados para satisfacer las necesidades, pero manteniendo un equilibrio, sin causar ningún tipo de alteración y así conservarlos y mantenerlos en el tiempo.

2.2.7 Recursos Renovables.

Los recursos renovables se regeneran de forma continua por procesos naturales, así como también la intervención del ser humano y se caracteriza porque no causa alteraciones al medio ambiente. “Lo que significa que, se reproducen en las condiciones físicas y naturales actuales independientemente del tiempo que demore su regeneración. Son aquellos recursos naturales cuya existencia no se agota por la utilización de estos.” (UNL, 2015, p. 1)

2.2.8 Recursos naturales no renovables.

Son recursos que están formados por cantidades finitas e invariables de material y en cualquier momento se pueden terminar, para que se regenere este tipo de recursos es un procedimiento lento. (UNL, 2015) considera que, existen en cantidades fijas o bien aquellos cuya tasa de regeneración es menor a la tasa de explotación. A medida que son utilizados se van agotando hasta acabarse.

2.3 Estudio del contexto y de la demanda

Se analiza los atractivos y recursos turísticos, ya sea la población, en sí que es un factor muy importante y como ellos van a aportar hacia el desarrollo del turismo y al emprendimiento de la implementación de un centro turístico. En el análisis de la demanda se analiza el segmento de mercado al que se ha enfocado y de acuerdo con ello mejorar e innovar las actividades que se esté desarrollando en el centro turístico

2.3.1 Análisis del medio físico

Conjunto de características físicas, químicas y biológicas, que den en las cualidades del espacio en que habitan los seres vivos, y lo condicionan. El medio físico de un ecosistema incluye numerosos elementos. A estos elementos se les

llama factores como el clima, la humedad, la temperatura. El medio físico puede ser terrestre o acuático. El medio físico puede ser" terrestre y acuático.(Gold, 2017)

2.3.2 Marco legal.

El marco legal es una base sobre las cuales las instituciones se van a regir y van a ser reguladas ya que está conformado por leyes interrelacionadas entre sí, y de esta manera construye y determina un alcance y naturaleza de participación. (Rocio, 2011) refiere que en Ecuador se regirá en la suprema legislación, que es la constitución que está conformada por leyes, códigos penales, y Regulaciones, incluyen Códigos de Conducta/Ética, dados a conocer por distintas instancias reguladoras que guardan estrechos vínculos con la materia. Son leyes que se aplican a las organizaciones o empresas esto va de acuerdo a la razón social de la empresa.

2.3.3 Estudio de Mercado.

El estudio de mercado es un proceso sistemático de Recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Garzón & Ahumada, 2016, pág. 35)

Según (Garzón & Ahumada, 2016, pág. 35) manifiesta que *“El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos”*.

En este sentido, el estudio de mercado permite realizar una recopilación de datos sistematizada con información específica con el fin de que esta información sea analizada y utilizada posteriormente en la investigación.

2.3.3.1 Mercado.

Se entiende por mercado al espacio en donde un grupo de personas naturales o jurídicas con necesidades, capacidad de compra y deseo de satisfacer dichas necesidades. Además de esto, cabe mencionar a la competencia que hace

referencia a las empresas que producen bienes y servicios a través de los cuales tratan de satisfacer las necesidades del mercado que dicha empresa puede atender. (Garzón & Ahumada, 2016, pág. 35)

Según (Garzón & Ahumada, 2016, pág. 35) indica que el “Mercado objetivo es el segmento o segmentos del mercado a los cuales desea orientar la empresa todos sus” esfuerzos.

2.3.3.2 Servicio.

Dentro del ámbito económico, el servicio se enfoca en la acción de satisfacer determinadas necesidades de los clientes por parte de una empresa mediante el desarrollo de una actividad económica, considerándose que los servicios son bienes intangibles ofrecidos por las compañías, puesto que se realizan a cambio de una retribución económica y no cuentan con forma material. (Sánchez, 2016)

Atendiendo a diferentes factores se considera que un servicio es heterogéneo debido a que raramente suelen coincidir entre sí y suelen ser diseñados y realizados en atención a cada cliente individualmente, es decir que no existen cadenas de producción en masa como lo que sucede en la fabricación de bienes tangibles. (Sánchez, 2016)

Consecuentemente se podría afirmar que los servicios son a la vez intangibles porque al no ser materiales un cliente no los puede poseer.

2.3.3.3 Oferta.

La oferta del mercado hace referencia a la oferta total de una mercancía, la cual es explicada por una ley de comportamiento del productor individual la cual indica la medida en que se puede obtener mayores ganancias y producir más. Es decir, la cantidad ofrecida se incrementará si las ganancias suben y se reducirá si hay un descenso de estas. Por consecuente las ganancias de una empresa están determinadas por tres factores tales como los costos de producción, el precio al cual vende su producto y la cantidad de mercancías que logre vender. (Quintanilla, 2016, pág. 05)

2.3.3.4 Demanda.

De acuerdo con la demanda individual de un bien, se puede definir como una lista o programa de las cantidades que desea comprar la unidad de consumo ante diferentes precios durante un período de tiempo establecido, manteniéndose constantes el resto de los factores que inciden en las compras planeadas. Por otra parte, la demanda de la mayoría de los bienes puede deducirse a las decisiones de los consumidores individuales, teniendo en cuenta la elección de un consumidor para comprar o no un bien ya que esto viene a ser el resultado de sus propias preferencias o gustos y de las restricciones de ingreso y precios. (Atucha & Gualdoni, 2018, pág. 02)

Según (Garzón & Ahumada, 2016, pág. 35) manifiesta que *“Demanda turística: Está constituida por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos”*.

Por consiguiente, se puede decir que la demanda se considera como el conjunto de bienes y servicios que el mercado puede adquirir a un determinado precio.

2.3.3.5 Comercialización.

La comercialización se enfoca en la introducción de bienes o servicios a los clientes, así como también en el ofrecimiento de promociones atractivas para incrementar las ventas, cuya finalidad consiste en crear lealtad de cliente para que estos sigan regresando de modo que se sientan satisfechos y recomienden dicho negocio, presentando sus bienes y servicios a otros. Por lo tanto, la comercialización consiste en identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia tanto económica como en el ámbito social y de reconocimiento. (IMESUN, 2017, pág. 15)

La comercialización es el conjunto de actividades enfocadas a la distribución de un bien o un servicio.

2.4 Estudio Financiero

El estudio financiero hace mención en la realización de un análisis de la capacidad que tiene una empresa para ser sustentable, viable y rentable a través del tiempo, siendo parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión,

con el cual se puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, teniendo como ejemplos a la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. Se es necesaria la utilización de varias fuentes de información para realizar este estudio, teniendo en cuenta a las estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, entre otras. (Federico, 2019)

2.4.1 Ingresos

El incremento de los recursos económicos que presenta una organización, una persona o un sistema contable, y que a la vez constituyen en el aumento del patrimonio neto de los mismos es considerado como ingreso. Dicho término es empleado en diferentes ámbitos del quehacer económico y administrativo. (Raffino, 2018)

2.4.2 Costos.

Según (Chiliquinga & Orbe, 2017, pág. 08) menciona que, *“Es el conjunto de valores incurridos en un período perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable”*.

En este sentido se puede afirmar que los costos hacen referencia a la valoración económica de la totalidad de aquellos recursos que se dejaron de percibir para la obtención de un fin productivo.

2.4.3 Gastos.

Se entiende como gastos a los decrementos en el patrimonio neto de la empresa, generando disminuciones en el valor de los activos, o a la vez en un aumento de los pasivos, asumiendo que no tengan la consideración en distribuciones, monetarias o no, a los socios o propietarios. Así pues, el gasto se refiere al consumo que se efectúa de algún recurso que hace que se incremente la pérdida o que disminuya el beneficio, produciendo un decremento en el patrimonio neto. (Galiana & Puerto, 2016)

Según (Chiliquinga & Orbe, 2017, pág. 08) indica que *“Son valores que se utilizan para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar”*.

2.4.4 Análisis de Rentabilidad.

El análisis de rentabilidad es apreciado como una herramienta muy útil para determinar hasta qué punto la compañía, un nuevo producto o servicio sería rentable. En otras palabras, se concibe como el cálculo financiero que es usado para determinar el número de productos o servicios que se necesitan para ser vendidos y así cubrir al menos los costos producidos. Cabe mencionar que cuando se es rentable, no se está perdiendo ni ganando dinero, pero al menos todos los gastos estarán cubiertos. (Shopify, 2017)

Según (Sevilla, 2015) manifiesta que *“La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión”*.

2.5 Estudio Técnico

El estudio técnico reside en la selección de los medios de producción, e implica los requerimientos de materias primas e insumos, así como también de la organización de la actividad productiva, cuyo objetivo básico radica en demostrar la viabilidad del proyecto, justificándolo y seleccionando la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnologías accesibles. (Rodríguez, 2018)

El estudio técnico, por otro lado, permite determinar el espacio en donde se va a desarrollar el proyecto, así como su ubicación y aspecto legal del mismo.

2.5.1 Base Legal.

Según (Palella & Stracruzzi, 2017) las bases teóricas *“Son las normativas jurídicas que sustenta el estudio desde la carta magna, las leyes orgánicas, las resoluciones decretos entre otros”*.

Conforme con lo antes expuesto, se es necesario tener en cuenta que al momento de realizar e implementar una base legal, es importante que se especifique el número del articulado correspondiente, y a la vez una breve síntesis del contenido con el fin de relacionarlo con la investigación a desarrollar.

Las bases legales conforman a todas aquellas leyes encargadas de guardar una relación con la investigación de estudio, es necesario tener en cuenta que los artículos deben ser copiados tal como son y como últimos objetivos parafrasearlo con la relación que tiene con la investigación. (Camacho, 2015)

2.5.2 Sociedad de Responsabilidad Limitada.

La sociedad de Responsabilidad Limitada es una tipología societaria que surgió con el propósito de que los socios de las sociedades personalistas siendo un mínimo de 2 socios y un máximo a convenir entre los firmantes, los que contarán con el beneficio de la responsabilidad limitada ante las deudas de la sociedad. Es un tipo social que, en sus inicios, se reserva para las empresas de pequeña y mediana entidad, o para aquellas sociedades que tienen un gran capital social y escaso el número de socios, y sea una pretensión de estos mantener el control de la sociedad. EcuRed (2018)

2.5.3 Localización del Proyecto.

(Sapag Chain 2004), señalo que *“En el estudio de localización del proyecto, se toman en cuenta dos aspectos la macro y la micro localización, pero a su vez se deben analizar otros factores, llamados fuerzas locacionales, que de alguna manera influyen en la inversión de un determinado proyecto”*. (Corrillo & Gutiérrez, 2016, pág. 01)

a) Macro- localización; Según señaló (Jerouchalmi 2003) *“Consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región”*. (Corrillo & Gutiérrez, 2016, pág. 01)

- Ubicación de los consumidores o usuarios
- Localización de la Materia Prima y demás insumos.
- Vías de comunicación y medios de transporte
- Infraestructura de servicios públicos
- Políticas, planes o programas de desarrollo
- Normas y Regulaciones Específicas
- Tendencias de desarrollo de la región

- Condiciones climáticas, ambientales, suelos
- Interés de fuerzas sociales y comunitarias.

b) Micro localización; Según señaló (Jerouchalmi 2003) *“Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido”*. (Corrillo & Gutiérrez, 2016, pág. 01)

- Disponibilidad y costos de Recursos: Mano de Obra, materias primas, servicios de comunicaciones.
- Otros Factores: Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.
- Otros factores: Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.
- Costo de transporte de insumos y de productos

Con referencia a lo antes mencionado, se puede determinar que la localización del proyecto es aquella que permite determinar el lugar idóneo en donde se puede desarrollar el proyecto, considerando a la minimización de los costos y el fácil acceso de los recursos.

2.5.4 Ingeniería del Proyecto.

La ingeniería de proyectos reside en la fase donde se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas, tomando en cuenta a las máquinas y equipos, tareas para el suministro de insumos, obras complementarias, lugar de implantación, recursos humanos, dispositivo de protección ambiental, entre otros. (OBS Business School, 2015)

Según (OBS Business School, 2015) *“Un proceso de ingeniería de proyectos tiene, por lo menos, seis fases claves que se deben tener en cuenta”*.

a) Ingeniería de proceso:

Es el momento en el que se desarrolla y evalúa la ingeniería básica. Es decir, se traza la ruta para lo que será el proyecto en sí mismo: cómo se hará, cuáles serán las materias primas e insumos para emplear y qué condiciones ambientales pueden alterar o favorecer su puesta en marcha. Para conocer

algunos de estos aspectos, es común que se usen los modelos matemáticos o estadísticos. (OBS Business School, 2015)

b) Alcance:

En esta etapa se miran de cerca los equipos técnicos que harán parte del proceso. Por ejemplo, se revisa su diseño y comportamiento y se hace un repaso de las condiciones operativas. El objetivo es trazar una proyección de estos recursos en el tiempo y ver si se adecúan a las necesidades del plan inicial. (OBS Business School, 2015)

c) Documentos necesarios:

Todo proyecto de ingeniería debe estar sustentado en documentos de referencia. Las memorias descriptivas, los bancos de datos y correlaciones, los diagramas de bloques o de procesos preliminares y la información sobre experiencias en laboratorio o pruebas piloto son algunos ejemplos. (OBS Business School, 2015)

d) Ingeniería básica:

En el mismo sentido del punto anterior, la ingeniería básica habla de la descripción de los procesos de forma detallada. Esto implica reseñar la capacidad de diseño de la obra, la flexibilidad de operación, los consumos específicos y las especificaciones una vez los productos estén terminados. Por lo general, este apartado se pacta entre el proveedor de la obra y el cliente que la demanda. (OBS Business School, 2015)

e) Plano de distribución:

También llamado 'Lay out' (en español: diseño), habla de la distribución del predio en el que se ejecutará la obra. Es decir, supone la descripción pormenorizada de límites, accesos, dimensiones, accidentes geográficos, recorridos, calles principales, puntos de aprovisionamiento, veredas y del terreno aledaño. Expuesto a manera de plano, es el punto de referencia más cercano a lo que serán los trabajos de ingeniería. (OBS Business School, 2015)

f) Gestión de ingeniería:

Pero la ingeniería no basta con plantearla y describirla. Hay que ejecutarla y, más que nada, gestionarla. A este último paso se le conoce como gestión de ingeniería, que no es otra cosa que utilizar todo el personal y las unidades de recursos para la realización y la supervisión de las operaciones. Ante la complejidad de esta labor, suele subdividirse en tres áreas: Estudios, Construcciones y Mantenimiento. Cada una de éstas velará por el montaje de los equipos y las estructuras requeridas. (OBS Business School, 2015)

La ingeniería del proyecto permite detallar todo lo referente a las instalaciones y el proceso productivo, así como también, el terreno, los equipos, material de oficina y el recurso humano.

2.5.5 Requisitos legales empresas de turismo.

Una vez que se tiene puntualizada la actividad turística a desarrollar se debe considerar la forma legal de cómo se va a operar, esto es mediante la definición de la constitución de la empresa como persona jurídica, o mediante la figura de persona natural con actividad económica. Es importante destacar que, ciertas actividades permiten la operación solamente como persona jurídica, mientras que para otras es opcional la operación como persona jurídica o persona natural. (Cajo, y otros, 2018)

Según (Ministerio de Turismo, 2012) *“Previo al inicio de la actividad turística, los propietarios de los establecimientos turísticos deben cumplir algunos requisitos, por cada actividad turística que el titular realice, los cuales son”*

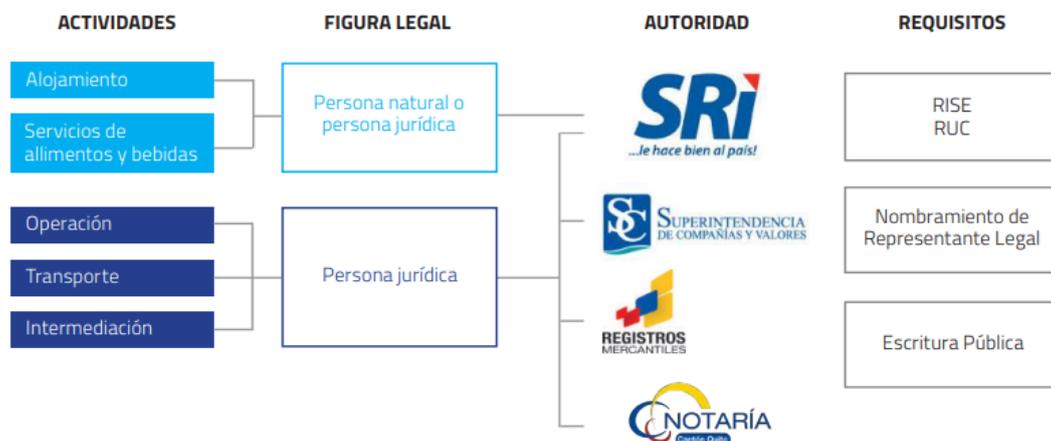


Figura 1 Naturaleza de la Empresa

Fuente: Cajo, y otros (2018) obtenido de MINTUR 2018

- *Antecedentes de la empresa e identificación de los empresarios promotores*
- *Proyecto de inversión y financiamiento*
- *Planos arquitectónicos con identificación de la superficie del área, la capacidad el área operativa y administrativa.*
- *Permiso sanitario*
- *Permiso del cuerpo de bomberos*
- *Permiso de la intendencia de la policía.*

2.5.6 Personas Naturales.

- *Copia del RUC.*
- *Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.*
- *Copia de la Cédula de Identidad del representante legal. En el caso de los extranjeros, copia del permiso del ejercer la actividad turística en el país.*
- *Cancelar la cuota de afiliación (por tres meses adelantado).*
- *Instructivo para la constitución, aumento del capital y más actos societarios de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías.*

(Carcelén & Carrera, 2016, pág. 106)

2.5.7 Personas jurídicas.

- *Copia del nombramiento de Gerente o presidente.*
- *Copia del RUC.*
- *Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.*
- *Copia del último aumento de capital (si hubiese alguno)*
- *Copia de la Escritura de constitución de la compañía.*
- *Cancelar la cuota de afiliación (por tres meses adelantado)*

(Carcelén & Carrera, 2016, pág. 106)

2.5.8 Registro de alojamiento, alimentos y bebidas.

Según (Carcelén & Carrera, 2016, pág. 107) “Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades”:

- *Alojamiento;*
- *Servicio de alimentos y bebidas;*
- *Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;*
- *Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;*
- *La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,*
- *Hipódromos y parques de atracciones estables.*

Requisitos:

Personas naturales

- *Copia del registro único de contribuyentes (RUC.)*
- *Copia de la cédula de identidad*
- *Copia de la última papeleta de votación*
- *Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.*
- *Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito, Guayaquil, Cuenca*

- *Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.*
- *Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)*
- *Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.*
- *Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.*
- *Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)*

Personas jurídicas

- *Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.*
- *Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,*
- *Copia del registro único de contribuyentes (RUC.)*
- *Copia de la cédula de identidad*
- *Copia de la última papeleta de votación*
- *Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.*
- *Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito, Guayaquil, Cuenca*
- *Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.*
- *Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)*
- *Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.*

- *Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados*
- *Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)*

2.5.9 Catastro Turístico.

La finalización de un producto con referencia al proceso de recopilación de información de los establecimientos turísticos que se han obtenido del registro de turismo es considerada dicha información dentro de una base de datos denominada como “Catastro”, esto en función de lo que establece la Ley de Turismo y sus Reglamentos. En este sentido, un catastro se considera como una herramienta referencial y de suma importancia para la obtención de información estadística acorde con los diferentes usuarios que requieren de este servicio. (Carcelén & Carrera, 2016, pág. 110)

2.5.10 Marco legal ambiental local.

Se encuentra encaminada a examinar los riesgos y el impacto dentro de un proyecto, el cual se basa en un programa o serie de subproyectos, y los riesgos y el impacto no pueden determinarse hasta que se identifican los detalles del programa o del subproyecto. Además de esto, también es el encargado de establecer los principios, las reglas, las directrices y los procedimientos para evaluar los riesgos e impactos ambientales y sociales. En definitiva, el marco legal ambiental engloba las medidas y planes para reducir, mitigar o contrarrestar los riesgos e impactos adversos, a la vez que da las pautas para estimar y presupuestar los costos de dichas medidas e información sobre la agencia o agencias responsables de tratar los riesgos y el impacto del proyecto, incluida su capacidad de gestionar los riesgos e impactos ambientales y sociales, incluyendo además la información propicia referente con las áreas en las que se planea que se instalen los subproyectos, incluso las vulnerabilidades ambientales y sociales potenciales de las mismas y sobre el impacto potencial que puede producirse, y las medidas de mitigación que podrían utilizarse. (AFD, 2018, pág. 04)

2.5.11 Licencias Ambientales.

Corresponde a la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En dicha licencia se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente. (Carcelén & Carrera, 2016, pág. 110)

CAPITULO III

3 METODOLOGÍA

3.1 Tipos de investigación

Para el desarrollo de la investigación, se aplicará un diseño de sondeo que dependerá de acuerdo con la profundidad del estudio, en la que se realizará una investigación descriptiva, documental y de campo basada con la intervención del investigador en la indagación del tema.

3.1.1 Descriptiva.

Este tipo de investigación descriptiva permitirá que se genere un todo significativo organizando cada una de las características obtenidas en la observación realizada, la cual se enfoca en el análisis para la implementación de un Resort turístico en la comunidad de Santa Rosa del Tejar, el cual permita un espacio de recreación para todo tipo de turista amante de la naturaleza, a la vez de generar nuevas experiencias que sean satisfactorias para quienes visiten el lugar.

3.1.2 Propositiva.

Se ha realizado este tipo de investigación con el fin de dar cumplimiento a la propuesta relacionada con el diseño del Resort turístico, en donde se dan a conocer los planos arquitectónicos del establecimiento, así como también la publicidad competente respecto con el marketing que requiere el Resort turístico para su futura promoción turística.

3.1.3 Documental.

Todos los datos recopilados en este texto han sido mediante una investigación documental, donde se detalla la información extraída de diversas fuentes informativas, en este caso ha sido mediante lo que son sitios web, revistas y libros informativos. La principal fuente de investigación de donde se ha obtenido gran parte de la información es de un proyecto de tesis de la Universidad Técnica del Norte, realizada por las autoras Carrera Ana y Carcelén Aracely, contribuyendo todas estas fuentes para la redacción y entendimiento del tema.

3.1.4 De Campo.

Con esta investigación de campo se quiere recoger toda la información necesaria de los sectores en donde se llevará a cabo el presente proyecto, realizando 3 visitas mensuales en la localidad perteneciente a la provincia de Imbabura, poniendo en práctica el objetivo primordial de la investigación y aportando al desarrollo del mismo mediante la utilización de ciertos instrumentos lo cuales serán una cámara fotográfica, una grabadora, fichas de campo, encuestas y guías de entrevistas.

3.2 Métodos de investigación

Es el proceso más corto para llegar a un fin determinado, facilitando un mejor diagnóstico en el desarrollo del presente proyecto previo a la obtención del título de ingeniería en turismo, cuyo tema es el Análisis en la Implementación de un Resort Turístico en la comunidad de Santa Rosa del Tejar del cantón de Ibarra, provincia de Imbabura.

3.2.1 Análisis y Síntesis.

El análisis y la síntesis son un eje transversal utilizado en todo el desarrollo de la investigación y que ayuda con el estudio de un determinado tema y con la interpretación de ideas, contenidos, objetivos: general y específicos, para desarrollar cualquier tipo de texto, argumento o tesis.

3.2.2 Observación Cualitativa.

Mediante la operación natural del pensamiento, que permite identificar características de un objeto, hecho o situación; se puede observar las condiciones que presentan el lugar, y dar cumplimiento con el primer objetivo específico propuesto, creando un análisis y una síntesis de toda la información recopilada.

3.2.3 Observación Cuantitativa.

Con la ayuda de una observación cuantitativa, se podrá determinar la cantidad de recursos necesarios para llevar a cabo el desarrollo del presente proyecto en la localidad.

3.3 Técnicas e Instrumentos

3.3.1 Modelo de Encuesta.

Este tipo de instrumento es un método que sirve para la obtención de información de una muestra de individuos. Considerándose a esta "muestra" usualmente sólo una fracción de la población bajo estudio. Los formatos de cada uno de los instrumentos se exponen con claridad en la sección de Anexos.

En el modelo de encuesta realizado es en base al análisis para la implementación de un Resort turístico en la comunidad de Santa Rosa del Tejar del cantón de Ibarra, provincia de Imbabura, en el cual se plasmaron interrogantes basadas acorde con el tema en cuestión de la investigación, el objetivo general y específicos.

Se considero dos modelos de encuestas, el primero es referente al segmento nacional y el segundo está dirigido al segmento de turistas extranjeros considerando el idioma inglés además del español para este segundo modelo de encuesta. (Anexo 3,4)

Tabla 1

Ficha técnica de la encuesta

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
Naturaleza metodológica:	Cuantitativa
Método de recolección de datos:	Encuesta personal
Tipo de cuestionario:	Estructurado
Ámbito Geográfico del Universo:	Nacional – Ecuador
Universo:	Turistas y visitantes de la provincia de Imbabura entre las edades de 15 hasta 65 años en adelante
Tamaño de la muestra:	379 unidades muestrales válidas
Tipo de muestreo:	Muestreo no probabilístico por cuotas
Margen de error:	aprox. 5% para un Nivel de confianza de 95%. (Universo >100.000).
Fecha de inicio de recolección de datos:	24 de septiembre de 2019
Fecha de finalización de la encuesta:	10 de octubre de 2019

Fuente: Las autoras (2019) a partir de Mercawise (2015)

3.3.2 Modelo de Entrevista.

Consiste en la obtención de la información oral de parte del entrevistado recabada por el entrevistador en forma directa. La entrevista se la realizará en tres áreas, las cuales comprende a los líderes y representantes de la comunidad, representantes de organismos seccionales y funcionarios del ministerio de turismo, y operadores turísticos de la provincia de Imbabura. (Anexos 5 al 14)

3.3.3 Modelo de Ficha.

El modelo de ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos corresponde al modelo de ficha del Ministerio de Turismo de 2017. (Anexo 15)

Para realizar el levantamiento de los atractivos turísticos presentes en la comunidad Santa Rosa del Tejar, se consideró la información obtenida de las entrevistas y de las opiniones de los moradores del sector, quienes fueron los referentes para la identificación de dichos atractivos, tales como:

- Río Tahuando
- Truchas “La Valentina” (Anexo
- Wayra Espacio Alternativo
- Fábrica de Tejas y Ladrillos

3.4 Población

La población que se consideró en cuenta para poder llevar acabo la aplicación de las encuestas al registro de visitas turísticas, especialmente en la zona urbana. Los datos estadísticos se obtuvieron mediante la Dirección de Turismo de Ibarra referente al ingreso de turistas a la ciudad, dichos datos se presentan en la siguiente tabla. (Anexo 17)

Tabla 2

Registro de visitas turísticas de extranjeros y nacionales a la ciudad Ibarra

AÑO	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL
2015	20133	6659	26792
2016	22029	6630	28659
2017	17285	8210	25495
2018	17288	5178	22466
SUBTOTAL	76735	26677	103412
TOTAL		103412	
PROMEDIO		25853	

Fuente: Dirección de Turismo Ibarra (2015 - 2018)

El total de turistas que ha visitado la ciudad de Ibarra durante los últimos 4 años fue de 103.412 turistas nacionales y extranjeros, lo que en promedio son alrededor de 25.853 turistas por año aproximadamente.

3.5 Muestra

Se considero como objeto de estudio al promedio de los turistas que visitaron la ciudad de Ibarra en los últimos 4 años. La muestra se determinó mediante el uso de una calculadora muestral y a través de la respectiva fórmula para determinar la fracción muestral estratificada.

Calcula el tamaño de la muestra

Tamaño de la población i

Nivel de confianza (%) i

Margen de error (%) i

Tamaño de la muestra

379

Figura 2 Cálculo Muestral del promedio de visitas turísticas de extranjeros y nacionales en los últimos cuatro años a la ciudad Ibarra

Fuente: SurveyMonkey (2019)

Fracción Muestral Estratificada

$$m = \frac{n}{N} E$$

m = Fracción Muestral

n = Muestra

N = Población / Universo

E = Estrato (Población de cada establecimiento)

Tabla 3

Cálculo de la Fracción Muestral Estratificada

TURISTAS	PROMEDIO	ENCUESTAS
NAC	19184	286
EXT	6669	93
TOTAL	25853	379

Fuente: Las autoras (2019)

3.6 Análisis de la matriz de relación diagnóstica.

En este sentido se ha diseñado una matriz de relación diagnóstica que permitió identificar los instrumentos, técnicas, variables y fuentes de información acordes para el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos.

Por la tanto se puede establecer que para determinar las condiciones ambientales y socio-económicas existentes en el entorno de la comunidad Santa Rosa del Tejar para la implementación adecuada y correctamente posicionada del Resort turístico es necesario el uso y aplicación de ciertos instrumentos de investigación tales como fichas de visitas de campo e información documental, teniendo en cuenta que mediante las fichas de visitas de campo se pueden considerar variables como la demografía (población, actividad económica, aspectos políticos, salud, educación, factores culturales, clima, flora y fauna, turismo), descripción del entorno paisajístico (atractivos que posee, accesibilidad y viabilidad, recursos naturales renovables y no renovables, seguridad), interpretación ambiental (sostenibilidad turística y ambiental, calidad ambiental, contaminación visual), y a través de la información documental se pueden considerar variables como los antecedentes históricos de la comunidad de Santa Rosa del Tejar, infraestructura turística (señalética vial, señalética turística, senderos, establecimientos turísticos), permisos de operación turística, licencias de funcionamiento, impuestos respectivos con los establecimientos turísticos, cultura organizacional de la empresa (ambiente laboral, derechos y obligaciones, actores, servidores, proveedores, competencia), por ende es imprescindible el contar con fuentes de información fiables motivo por el cual se tienen como fuentes de información primaria a los líderes y habitantes del sector, así como también fuentes de información secundaria de nivel medio mediante información documental, técnicos, administradores, socios y accionistas interesados en el proyecto.

Con la finalidad de poder desarrollar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta existente sobre el servicio enfocadas a las actividades recreativas de aventura en la comunidad Santa Rosa del Tejar se vio la necesidad de utilizar cuestionarios de encuestas y guías de entrevistas como instrumentos de recopilación de información, permitiendo así el cuestionario de encuestas considerar a variables como los datos personales de los encuestados (edad, lugar de residencia, nivel de instrucción, nivel de ingresos, tipo de profesión u ocupación),

preferencias de actividad turística (turismo de aventura, turismo de naturaleza, turismo recreativo), frecuencia de uso de complejos turísticos (servicios turísticos, capacidad de gasto), preferencias de alojamiento (tipos de alojamiento turístico), preferencia de consumo en cuanto a gastronomía típica de la sierra expectativas de la demanda respecto con los establecimientos turísticos, uso de tecnologías; y mediante el las guías de entrevistas se pueden considerar variables tales como la tolerancia en la implementación de complejos turísticos en el sector, tolerancia de la población respecto con las actividades de aventura, ocupación laboral de la población local y las preferencias de Mercado. Para la recopilación de estos datos se tuvo en cuenta como fuentes de información primaria a la población local, habitantes de entre 18 y 65 años de las principales ciudades de la provincia de Imbabura, turistas viajeros provenientes de la provincia de Pichincha, principalmente de Quito, y turistas extranjeros que frecuentan la provincia de Imbabura.

Una vez que se haya realizado la recopilación de la información competente, se puede estar realizando el estudio financiero que permita determinar el monto óptimo de la inversión, así como la rentabilidad que genere el proyecto, puesto que para dar cumplimiento a dicha actividad se requiere de una descripción del objetivo mediante una proyección de la información recopilada. De igual manera se debe proceder para poder establecer la organización de la empresa en el aspecto administrativo y legal para su funcionamiento. (Anexo 18)

CAPITULO IV

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Estudio de Mercado

4.1.1 Resultados Esperados.

A través de la aplicación de la metodología planteada se aspira recopilar información relevante que nos permita determinar las condiciones ambientales y socioeconómicas existentes en el entorno de la comunidad Santa Rosa para la implementación de un Resort turístico como ente dinamizador de la economía local, para lo cual será preciso tener en cuenta las condiciones actuales del lugar con la finalidad de poder determinar los impactos que el proyecto generaría a largo y corto plazo

Mediante esta indagación se espera obtener datos específicos referentes a la demografía del lugar, así como también a las actividades económicas, culturales, sociales y demás aspectos de relevancia como las condiciones climáticas, flora y fauna del lugar, a la vez que también se pretende analizar los niveles de seguridad y riesgo social a fin de así poder tomar las medidas respectivas y evitar cualquier tipo de riesgo en cuanto a seguridad corresponda. Así también establecer la estética del entorno paisajístico y de este modo determinar los posibles accesos, verificando que estos cumplan con las condiciones aceptables para su uso. Este tipo de información se la pretende recopilar a través de las visitas de campo al lugar, puesto que se requiere de fuentes de información primaria y en las que se llevara a cabo la aplicación de fichas de campo, con el fin de obtener dicha información de los diferentes actores.

Es así que, mediante la información documental, se estará recopilando datos como los antecedentes e historia del sitio, la infraestructura turística existente, requisitos necesarios para la obtención de permisos de operación y licencias, la estructura organizacional que compete al complejo turístico, así mismo como la parte financiera en cuanto a impuestos, gastos de operación e inversión, y el amplio panorama que comprende la cultura organizacional de la empresa turística.

Por otra parte, para dar cumplimiento con el segundo objetivo planteado, se es necesaria la aplicación de encuestas y de la guía de entrevistas, ya que mediante dichas herramientas se podrá estar determinando ciertos datos básicos y personales de los encuestados, los mismos que nos permitirán determinar las preferencias turísticas de las personas que visitan la provincia de Imbabura, la frecuencia de uso de los Resorts turísticos, preferencias de alojamiento y de consumo en cuanto a gastronomía típica del sector, las expectativas de la demanda, la tolerancia en la implementación del emprendimiento turístico en la zona, así también la aceptación que tendría el llevar a cabo actividades de aventura dentro del Resort y las preferencias del mercado. Con el fin de poder establecer un panorama más amplio respecto con el trabajo de investigación y así poder determinar la aceptación o el rechazo de este.

4.1.2 Ficha técnica del perfil del cliente nacional.

Tabla 4

Ficha Técnica del Perfil del Cliente Nacional

PERFIL DEL CLIENTE NACIONAL			
Variables	Rango	Cantidad	Porcentaje
Edad	15 – 25 años	122	42,7%
Género	Masculino	187	65,4%
Lugar de Residencia	Quito	101	35,3%
Nivel de Instrucción	Superior	142	49,7%
Estado Civil	Soltero	109	38,1%
Nivel de Ingresos	\$393 - \$600	80	28,0%

Fuente: Las autoras (2019)

A partir de las conductas sociodemográficas obtenidas mediante la aplicación de encuestas, se llevó a cabo la realización del perfil del cliente nacional, cuyos valores representan a los porcentajes de mayor frecuencia.

En este contexto, se determina que el segmento al cual estaría dirigido el proyecto es a personas jóvenes de entre 15 a 25 años, del género masculino, mayormente solteros, con un nivel de instrucción superior, residentes de la

provincia de Imbabura, ciudad Ibarra, especialmente de la parroquia San Francisco, cuyo nivel de ingreso va desde los \$393 a \$600 aproximadamente.

Así también, se determinó las preferencias turísticas, monto de gasto, actividades turísticas, el motivo y modalidad de viaje para el cliente nacional. Los datos se representan en una ficha consolidada del perfil del turista en la sección de anexos. (Anexo 19)

4.1.3 Ficha técnica del perfil del cliente internacional.

Tabla 5

Ficha Técnica del Perfil del Cliente Internacional

PERFIL DEL CLIENTE INTERNACIONAL			
Variables	Rango	Cantidad	Porcentaje
Edad	26 – 40 años	38	40,9%
Género	Masculino	56	61,3%
Lugar de Residencia	Latinoamérica	44	47,3%
Nivel de Instrucción	Superior	43	46,2%
Estado Civil	Soltero	49	52,7%
Nivel de Ingresos	\$501 - \$1000	35	37,6%

Fuente: Las autoras (2019)

Mediante la aplicación de encuestas se obtuvo los factores sociodemográficos de mayor frecuencia con los cuales se realizó el perfil del cliente internacional, lo que determinó que el segmento del proyecto estaría dirigido a personas de entre los 26 a 40 años, de género masculino, mayormente solteros, procedentes de Latinoamérica, cuya nacionalidad es principalmente colombiana, con un nivel de instrucción superior e ingresos de \$501 a \$1000 aproximadamente.

Además, se determinó las preferencias turísticas, monto de gasto, actividades turísticas, el motivo y modalidad de viaje para el cliente internacional. Estos datos se representan en una ficha consolidada del perfil del turista en la sección de anexos. (Anexo 20)

4.1.4 Análisis de resultados.

PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PARA EL NACIONAL

De las 379 encuestas, se realizó la aplicación de 286 a turistas nacionales, las cuales fueron aplicadas en los diferentes sitios turísticos del cantón Ibarra.

Tabla 6

Encuestas Tabuladas, Edad de la Población

	EDAD			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
15 - 25 años	122	42,7	42,7	42,7
26 - 40 años	95	33,2	33,2	75,9
41 - 65 años	48	16,8	16,8	92,7
65 en adelante	21	7,3	7,3	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Respecto a la edad de los encuestados, se establece que existiría un segmento de mercado joven, ya que el mayor porcentaje corresponde a las edades de entre 15 a 40 años de edad.

Tabla 7

Encuestas Tabuladas, Género

	GÉNERO			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	187	65,4	65,4	65,4
Femenino	99	34,6	34,6	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Se evidencia que existe una mayor preferencia del género masculino respecto con los encuestados del género femenino.

1. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

1.1 Lugar de Residencia

Tabla 8

Encuestas Tabuladas, Lugar de Residencia

LUGAR DE RESIDENCIA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Cotacahi	29	10,1	10,1	10,1
San Antonio	12	4,2	4,2	14,3
Ibarra	90	31,5	31,5	45,8
Quito	101	35,3	35,3	81,1
Otavalo	26	9,1	9,1	90,2
Otro	28	9,8	9,8	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Se procedió a realizar la aplicación de las encuestas en la zona urbana del cantón Ibarra, donde el mayor número de encuestados provienen de la ciudad de Quito.

1.2 Nivel de instrucción

Tabla 9

Encuestas Tabuladas, Nivel de Instrucción

NIVEL DE INSTRUCCIÓN				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	5	1,7	1,7	1,7
Secundaria	57	19,9	19,9	21,7
Superior	142	49,7	49,7	71,3
Post-grado	79	27,6	27,6	99,0
Ninguna	3	1,0	1,0	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

La mayor parte de los encuestados indica que tiene estudios de nivel superior, seguido por aquellos que han realizado o están realizando un posgrado, así también por aquellos que han cursado sus estudios de nivel secundario, además existe un mínimo porcentaje que indica a las personas que han terminado sus estudios de primaria y a aquellos que no han realizado ningún tipo de estudio.

1.3 Profesión / Ocupación Laboral

Tabla 10

Encuestas Tabuladas, Profesión / Ocupación Laboral

PROFESIÓN / OCUPACIÓN				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estudiante	84	29,4	29,4	29,4
Docente	22	7,7	7,7	37,1
Ingeniero	28	9,8	9,8	46,9
Abogado	24	8,4	8,4	55,2
Servidor público	50	17,5	17,5	72,7
Chofer	30	10,5	10,5	83,2
Otros	48	16,8	16,8	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Entre la profesión u ocupación más significativa se puede evidenciar que un número considerable son estudiantes, mientras que el resto de los encuestados corresponde a servidores públicos, docentes, ingenieros, abogados, choferes y otras profesiones.

1.4 Estado Civil

Tabla 11

Encuestas Tabuladas, Estado Civil

ESTADO CIVIL				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Soltero/a	109	38,1	38,1	38,1
Casado/a	80	28,0	28,0	66,1
Unión libre	52	18,2	18,2	84,3
Divorciado/a	35	12,2	12,2	96,5
Viudo/a	10	3,5	3,5	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Con respecto al estado civil de los encuestados, se evidencia que un elevado porcentaje son personas solteras, seguido de aquellos que se encuentran casados, siendo estos dos segmentos, el grupo de más importancia para el desarrollo del proyecto ya que implican mayor esparcimiento, a la vez que se puede considerar a las familias como un factor importante ya que son la base de la sociedad y quienes demandan en su mayor parte por este tipo de lugares, finalmente un bajo porcentaje

se encuentra distanciado de su familia por diversos motivos que aquejan a cada una de las familias imbabureñas y a la sociedad en general pero que no representan un factor determinante en la realización del proyecto.

1.5 Nivel de Ingresos personales

Tabla 12

Encuestas Tabuladas, Nivel de Ingresos personales

NIVEL DE INGRESOS				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de \$392	68	23,8	23,8	23,8
De \$393 a \$600	80	28,0	28,0	51,7
De \$601 a \$1000	54	18,9	18,9	70,6
De \$1001 a \$1500	48	16,8	16,8	87,4
De \$1501 a \$2000	29	10,1	10,1	97,6
Más de \$2000	7	2,4	2,4	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Un significativo grupo de los encuestados mantiene un nivel de ingresos superior al sueldo básico, no obstante, otra parte de los encuestados mantienen un nivel de ingresos promedio, y finalmente se tiene a aquellos con un nivel de ingresos inferior al sueldo básico, lo que indica que el nivel de gasto de la población es considerable con respecto a las condiciones económicas con las que cuenta.

2. PERFIL TURÍSTICO

2.1 ¿En su último paseo turísticos o actividad de recreación que realizó, se encontraba acompañado por?

Tabla 13

Encuestas Tabuladas, Predilección al momento de viajar

PREDILECCIÓN AL MOMENTO DE VIAJAR				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Familia	93	32,5	32,5	32,5
Pareja	66	23,1	23,1	55,6
Amigos	74	25,9	25,9	81,5
Compañero de trabajo-estudio	33	11,5	11,5	93,0
Solo	20	7,0	7,0	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

El mayor porcentaje de los encuestados señalan que viajan acompañados de su familia, pareja y amigos, no obstante, en menor porcentaje se encontraban acompañados por sus compañeros de trabajo o de estudio e incluso solos durante sus actividades turísticas.

2.2. ¿En lo que va del año 2019, cuantas veces usted ha visitado un complejo turístico?

Tabla 14

Encuestas Tabuladas, Frecuencia de visitas a complejos turísticos

FRECUENCIA DE VISITAS A COMPLEJOS TURÍSTICOS				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Una vez	82	28,7	28,7	28,7
Dos veces	102	35,7	35,7	64,3
Tres veces	49	17,1	17,1	81,5
Más de 4 veces	27	9,4	9,4	90,9
Ninguna	26	9,1	9,1	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Gran porcentaje de los encuestados indica que ha visitado entre una vez y dos veces un complejo turístico por lo cual se puede determinar la frecuencia de visitas que existe respecto con sitios turísticos que ofrecen variedad en sus servicios.

2.3 ¿Cuántas noches usted estuvo fuera de su casa, en sus paseos turísticos o viajes de recreación?

Tabla 15*Encuestas Tabuladas, Frecuencia de salidas turísticas*

FRECUENCIA DE SALIDAS TURÍSTICAS				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 1 día	42	14,7	14,7	14,7
Entre 1 y 2 noches	128	44,8	44,8	59,4
Entre 3 y 5 noches	72	25,2	25,2	84,6
Más de 5 noches	44	15,4	15,4	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Existe un porcentaje elevado de personas que han estado de una noche a cinco noches fuera de su domicilio por viajes de turismo, lo que indica una existencia elevada de movimiento turístico en el cantón de Ibarra

2.4 ¿Cuál de los siguientes atractivos es el de mayor interés para usted?

Tabla 16*Encuestas Tabuladas, Atractivos de mayor interés turístico*

ATRATIVOS DE MAYOR INTERÉS TURÍSTICO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sitios arqueológicos	35	12,2	12,2	12,2
Áreas Naturales	58	20,3	20,3	32,5
Playas	48	16,8	16,8	49,3
Santuario de aves	15	5,2	5,2	54,5
Ríos y lagos	49	17,1	17,1	71,7
Campos Agrícolas	18	6,3	6,3	78,0
Zonas Rurales	41	14,3	14,3	92,3
Zonas Urbanas	17	5,9	5,9	98,3
Otras	5	1,7	1,7	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

El mayor porcentaje señala que son varios los atractivos de gran interés para los encuestados, y que existe menor preferencia por los campos agrícolas y santuarios de aves como atractivos de interés

2.5 ¿En qué tipo de alojamiento se hospedó en su último viaje por turismo?

Tabla 17*Encuestas Tabuladas, Preferencias de alojamiento en el último viaje por turismo***PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO EN EL ÚLTIMO VIAJE POR TURISMO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hotel	78	27,3	27,3	27,3
Hostal	56	19,6	19,6	46,9
Resort	35	12,2	12,2	59,1
Lodge	22	7,7	7,7	66,8
Hostería	28	9,8	9,8	76,6
Cabañas	50	17,5	17,5	94,1
Otros	17	5,9	5,9	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

La mayor parte de los encuestados prefiere los hoteles, mientras que un porcentaje considerable opta por estadías en hostales, cabañas, resort y hosterías, por último, existe un mínimo porcentaje que prefiere hospedarse en lodge y optar por otros tipos de alojamiento como camping.

2.6 Durante su estadía en un establecimiento turístico, ¿Qué aspecto considera usted como el principal?

Tabla 18*Encuestas Tabuladas, Aspecto principal de un establecimiento turístico***ASPECTO PRINCIPAL DE UN ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hospedaje	62	21,7	21,7	21,7
Áreas Húmedas	54	18,9	18,9	40,6
Restaurante	59	20,6	20,6	61,2
Salón de Eventos	54	18,9	18,9	80,1
Bar - Discoteca	57	19,9	19,9	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Existe una preferencia mayormente equilibrada por parte de los encuestados, sin embargo, se destaca que los turistas frecuentan los establecimientos turísticos para hospedarse, hacer uso del restaurante y demás servicios.

2.7 ¿Cuál fue el monto que gastó en su último viaje turístico?

Tabla 19*Encuestas Tabuladas, Monto de gasto en el último viaje por turismo***MONTO DE GASTO EN EL ÚLTIMO VIAJE POR TURISMO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De \$20 - \$50 por persona	92	32,2	32,2	32,2
De \$51 - \$100 por persona	74	25,9	25,9	58,0
De \$101 - \$150 por persona	69	24,1	24,1	82,2
De \$151 - \$300 por persona	30	10,5	10,5	92,7
De \$301- \$500 por persona	15	5,2	5,2	97,9
Más de \$501 por persona	6	2,1	2,1	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

El mayor porcentaje de gasto va desde los \$20 hasta los \$50 por persona en viajes de turismo y un mínimo porcentaje tiene gastos más elevados en sus viajes de turismo

2.8 ¿Mediante que medios tuvo usted información del destino turístico al que viajó la última vez?

Tabla 20*Encuestas Tabuladas, Medios que utilizó para la obtención de información del destino turístico***MEDIOS QUE UTILIZÓ PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Recomendación amigos o familiares	92	32,2	32,2	32,3
Internet / Redes Sociales	79	27,6	27,6	59,8
Revistas / Periódicos	16	5,6	5,6	65,4
Televisión	14	4,9	4,9	70,3
Radio	9	3,1	3,1	73,4
Oficinas de turismo	13	4,5	4,5	78,0
Agencias de viaje	55	19,2	19,2	97,2
Otro	8	2,8	2,8	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

La mayor parte de los encuestados prefieren seguir las recomendaciones de amigos y familiares, revisar páginas de internet y redes sociales para obtener información referente a un determinado destino turístico, y considerable porcentaje opta por acudir a una agencia de viajes tener información sobre los destinos turísticos.

2.9 ¿Cuál fue el principal motivo de su último viaje dentro de la provincia de Imbabura?

Tabla 21

Encuestas Tabuladas, Principal motivo de viaje hacia la provincia de Imbabura

PRINCIPAL MOTIVO DE VIAJE HACIA LA PROVINCIA DE IMBABURA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ocio	88	30,8	30,8	30,8
Negocios	24	8,4	8,4	39,2
Estudio	77	26,9	26,9	66,1
Salud	22	7,7	7,7	73,8
Cultura	49	17,1	17,1	90,9
Otras	26	9,1	9,1	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Gran parte de los encuestados visitó la provincia de Imbabura por motivos de ocio, estudio y cultura, lo que significa que existe un interés en visitar la provincia, especialmente para actividades de ocio.

2.10 ¿Cuál fue el factor adicional que influyó para su visita a la ciudad de Ibarra?

Tabla 22

Encuestas Tabuladas, Factores adicionales que influyeron para visitar la ciudad de Ibarra

FACTORES ADICIONALES QUE INFLUYERON PARA VISITAR EL CANTÓN IBARRA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Recomendaciones	33	11,5	11,5	11,5
Conocimiento previo	25	8,7	8,7	20,3
Cercanía del lugar de origen	29	10,1	10,1	30,4
Precios	30	10,5	10,5	40,9

Disponibilidad de tiempo	50	17,5	17,5	58,4
Diversidad de actividades	29	10,1	10,1	68,5
Interés por conocer nuevos lugares	36	12,6	12,6	81,1
Visita familiares-amigos	36	12,6	12,6	93,7
Otros	18	6,3	6,3	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Los factores adicionales que influyeron en los encuestados para visitar la ciudad de Ibarra fue la disponibilidad de tiempo, el interés por visitar nuevos lugares, así como también por visitar a sus familiares o amigos, recomendaciones acerca del lugar, entre otros más, lo que puede significar el interés que tienen las personas para visitar a Ibarra y realizar actividades de turismo en el lugar.

2.11 En la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ¿Sabía usted que la comunidad Santa Rosa del Tejar tiene atractivos turísticos?

Tabla 23

Encuestas Tabuladas, Conocimiento sobre el potencial turístico de la comunidad

CONOCIMIENTO SOBRE EL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD SANTA ROSA DEL TEJAR

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Tiene total conocimiento	117	40,9	40,9	40,9
Medianamente informado	106	37,1	37,1	78,0
Desconoce del tema	63	22,0	22,0	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

El mayor porcentaje de los encuestados tiene un total conocimiento o esta medianamente informado acerca del potencial turístico que posee la comunidad de Santa Rosa del Tejar, sin embargo, la comunidad hasta el momento no se ha desarrollado turísticamente, por lo que la implementación de un proyecto turístico en el lugar tendría una demanda aceptable y ayudaría a la diversificación de la economía.

2.12 ¿Le resultaría atractivo visitar un Resort Turístico ubicado en las Zonas Periféricas del cantón Ibarra?

Tabla 24

Encuestas Tabuladas, Creación del Resort Turístico

CREACIÓN DEL RESORT TURÍSTICO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy interesante	181	63,3	63,3	63,3
Poco interesante	83	29,0	29,0	92,3
No me interesa	22	7,0	7,0	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Un alto nivel de los encuestados resulta estar muy interesado en visitar un resort turístico, puesto que hasta el momento no existe ningún resort que ofrezca actividades de turismo y se encuentre ubicado en las periferias de la ciudad.

2.13 ¿Qué precio considera usted adecuado, en una estadía todo incluido en un Resort turístico, por persona?

Tabla 25

Encuestas Tabuladas, Consideración de Precios

CONSIDERACIÓN DE PRECIOS				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De \$50 - \$100	127	44,4	44,4	44,4
De \$101 - \$150	107	37,4	37,4	81,8
De \$151 - \$200	43	15,0	15,0	96,9
De \$201 - \$300	9	3,1	3,1	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Existe un gran porcentaje de los encuestados que consideran como precio adecuado un valor que oscile entre los \$50 a \$150 por persona, lo cual ayuda a determinar la fijación de precios que estarían en un rango asequible para las personas que lo visiten.

2.14 ¿Qué actividad consideraría apropiada durante su estancia en un Resort Turístico?

Tabla 26*Encuestas Tabuladas, Actividades a incluirse en el resort turístico***ACTIVIDADES A INCLUIRSE EN EL RESORT**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excursiones	53	18,5	18,5	18,5
Ciclo Paseos	54	18,9	18,9	37,4
Canopy	57	19,9	19,9	57,3
Escalada Deportiva	48	16,8	16,8	74,1
Masajes-Actividades de salud (SPA)	47	16,4	16,4	90,6
Yoga	13	4,5	4,5	95,1
Otras(especificar)	14	4,9	4,9	100,0
Total	286	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Existe una preferencia por parte de los encuestados de incluir los servicios de Excursiones, Canopy, Ciclo paseos y Escalada Deportiva, lo que representa un factor determinante al momento de establecer los servicios a brindarse en el Resort Turístico.

Tabla 27*Relación de Dependencia a través de la Tabla de Contingencia*

RELACIÓN DE DEPENDENCIA A TRAVÉS DE LA TABLA DE CONTINGENCIA							
	EDAD	GÉNERO	LUGAR DE RESIDENCIA	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	PROFESIÓN / OCUPACIÓN	ESTADO CIVIL	NIVEL DE INGRESOS
PREDILECCIÓN AL MOMENTO DE VIAJAR	0,014	0,575	0,015	0,065	0,000	0,000	0,000
FRECUENCIA DE VISITAS A COMPLEJOS TURÍSTICOS	0,001	0,079	0,397	0,004	0,000	0,000	0,000
FRECUENCIA DE SALIDAS TURÍSTICAS	0,003	0,024	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000
ATRATIVOS DE MAYOR INTERÉS TURÍSTICO	0,000	0,448	0,063	0,245	0,000	0,023	0,003
PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO EN EL ÚLTIMO VIAJE POR TURISMO	0,000	0,234	0,341	0,000	0,000	0,000	0,000
MONTO DE GASTO EN EL ÚLTIMO VIAJE POR TURISMO	0,000	0,904	0,457	0,000	0,000	0,000	0,000
PREFERENCIA RESPECTO CON LA ORGANIZACIÓN PARA UN VIAJE TURÍSTICO	0,000	0,174	0,009	0,000	0,000	0,000	0,000
MEDIOS QUE UTILIZÓ PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO	0,000	0,691	0,108	0,000	0,000	0,000	0,000
PRINCIPAL MOTIVO DE VIAJE HACIA LA PROVINCIA DE IMBABURA	0,000	0,684	0,240	0,000	0,000	0,000	0,000
FACTORES ADICIONALES QUE INFLUYERON PARA VISITAR EL CANTÓN IBARRA	0,000	0,211	0,002	0,010	0,000	0,001	0,001
TENDENCIAS A REALIZAR VIAJES DE TURISMO EN ZONAS PERIFÉRICAS DEL CANTÓN IBARRA	0,040	0,844	0,095	0,041	0,622	0,176	0,321
CONOCIMIENTO SOBRE EL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD SANTA ROSA DEL	0,009	0,524	0,070	0,059	0,010	0,025	0,103
CREACIÓN DEL RESORT TURÍSTICO	0,000	0,046	0,028	0,266	0,077	0,178	0,116
CONSIDERACIÓN DE PRECIOS	0,000	0,258	0,059	0,000	0,000	0,000	0,000
ACTIVIDADES A INCLUIRSE EN EL RESORT	0,000	0,088	0,465	0,011	0,000	0,000	0,000

Fuente: Las autoras (2019)

A través de la utilización del software estadístico SPSS provista por IBM, y después de llevar acabo el respectivo análisis de los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas, se procedió a realizar un análisis completo mediante el uso de tablas de contingencia para determinar la relación de dependencia existente, cuya significancia aproximada se compara con un valor inferior a 0,005. A continuación, se muestran los resultados obtenidos:

La edad es uno de los elementos que genera más dependencias, al igual que el nivel de instrucción, la profesión, el estado civil y el nivel de ingresos, dado que cada uno de estos factores es crucial e importante, ya que afecta de forma directa el lugar o destino turístico al cual se van a dirigir el encuestado, la cantidad de dinero que está dispuesta a gastar durante su visita a ese atractivo, el tiempo de estancia que gastará en cada destino, la cantidad de personas con las que viajará, selección u opción de nuevas o antiguas tendencias turísticas y finalmente actividades a realizar. Por lo que es necesario profundizar más adelante en cada uno de estos aspectos para obtener más detalles de cada variable.

Lo anterior señala que depende mucho la edad para determinar el segmento de mercado al cual se va a dirigir el proyecto, ya que así se puede considerar si corresponde a un segmento de población joven, adulto, o de adultos mayores.

PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PARA EL TURISTA EXTRANJERO

De las 379 encuestas, se aplicaron 93 a turistas internacionales, en los sitios de mayor afluencia turística de la ciudad de Ibarra.

Tabla 28

Encuestas Tabuladas, Edad de la Población

	EDAD			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
15 a 25 años	36	38,7	38,7	38,7
26 a 40 años	38	40,9	40,9	79,6
41 a 65 años	12	12,9	12,9	92,5
65 en adelante	7	7,5	7,5	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

El mayor porcentaje de encuestados del grupo de turistas extranjeros comprende entre las edades de los 15 a los 40 años, representando un segmento de mercado joven.

Tabla 29

Encuestas Tabuladas, Género

	GÉNERO			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	57	61,3	61,3	61,3
Femenino	36	38,7	38,7	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

El mayor índice correspondió a las personas de género masculino en comparación con las personas de género femenino, lo que indica que existiría mayor afluencia de hombres para el proyecto, sin embargo, no representaría un factor determinante en la realización del proyecto.

1. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

1.1 Lugar de Residencia

Tabla 30

Encuestas Tabuladas, Lugar de Residencia

LUGAR DE RESIDENCIA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Latinoamérica	44	47,3	47,3	47,3
Norte América	11	11,8	11,8	59,1
Europa	23	24,7	24,7	83,9
Asia	10	10,8	10,8	94,6
Otro	5	5,4	5,4	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

En cuanto al lugar de residencia de los turistas extranjeros encuestados, se evidencia que la gran mayoría son procedentes de Latinoamérica, cuya nacionalidad es principalmente colombiana, seguido de aquellos que provienen de Europa, Norte América, Asia y otros lugares del mundo.

1.2 Nivel de instrucción

Tabla 31

Encuestas Tabuladas, Nivel de Instrucción

NIVEL DE INSTRUCCIÓN				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Secundaria	35	37,6	37,6	37,6
Superior	43	46,2	46,2	83,9
Post-grado	15	16,1	16,1	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

En lo relacionado al nivel de instrucción, se demuestra que el mayor porcentaje de los encuestados tienen estudios superiores, así como también de un nivel secundario.

1.3 Profesión / Ocupación Laboral

Tabla 32

Encuestas Tabuladas, Profesión / Ocupación Laboral

PROFESIÓN / OCUPACIÓN				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estudiante	20	21,5	21,5	21,5
Técnico	10	10,8	10,8	32,3
Servidor Público	17	18,3	18,3	50,5
Servidor Privado	25	26,9	26,9	77,4
Otro	21	22,6	22,6	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Un considerable porcentaje del total de encuestados, son personas cuya profesión u ocupación laboral guarda relación con el servicio privado o son empresarios, empleados privados, comerciantes, o de relación laboral independiente, comparado con aquellos que tienen varias profesiones u ocupaciones.

1.4 Estado Civil

Tabla 33

Encuestas Tabuladas, Estado Civil

ESTADO CIVIL				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Soltero/a	49	52,7	52,7	52,7
Casado/a	16	17,2	17,2	69,9
Unión Libre	17	18,3	18,3	88,2
Divorciado/a	7	7,5	7,5	95,7
Viudo/a	4	4,3	4,3	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

El más alto porcentaje de los encuestados corresponden al estado civil de personas solteras y al grupo de casados, lo cual indica que son las personas solteras las que realizan viajes en mayor frecuencia en conjunto con las personas casadas.

1.5 Nivel de Ingresos personales

Tabla 34

Encuestas Tabuladas, Nivel de Ingresos personales

NIVEL DE INGRESOS PERSONALES				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de \$500	9	9,7	9,7	9,7
501 - \$1000	35	37,6	37,6	47,3
\$1001 - \$1500	25	26,9	26,9	74,2
\$1501 - \$2000	13	14,0	14,0	88,2
Más de \$2000	11	11,8	11,8	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

En cuanto al nivel de Ingresos Personales de los encuestados, se registra que la mayor parte tiene ingresos que van desde un salario básico hasta \$1000 como ingresos mensuales, en contraste a quienes reciben mensualmente más de \$1000 a \$2000 como ingresos económicos.

2. PERFIL TURÍSTICO

2.1 ¿Con qué frecuencia realiza viajes al exterior?

Tabla 35

Encuestas Tabuladas, Frecuencia de Viajes al Exterior

FRECUENCIA DE VIAJES AL EXTERIOR				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Una vez al año	44	47,3	47,3	47,3
De 2 a 3 veces al año	35	37,6	37,6	84,9
Más de 3 veces al año	14	15,1	15,1	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Se evidencia que gran parte de los encuestados mantiene una frecuencia de viajes al exterior que va desde una vez al año hasta unas 3 veces al año en promedio.

2.2 ¿Ha visitado países de América Latina?

Tabla 36

Encuestas Tabuladas, Visita a Países de América Latina

VISITA A PAÍSES DE AMÉRICA LATINA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	72	77,4	77,4	77,4
No	21	22,6	22,6	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Los turistas extranjeros encuestados afirman en su mayoría haber visitado países de América Latina, en comparación con los que no lo han hecho, lo cual evidencia la preferencia que tienen las personas de nacionalidad extranjera por visitar países de América Latina.

2.3 ¿Cuál fue el principal motivo que tuvo para visitar Ecuador?

Tabla 37

Encuestas Tabuladas, Principal Motivo de Visita a Ecuador

PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA A ECUADOR				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Recomendaciones	11	11,8	11,8	11,8

Práctica de deportes extremos	16	17,2	17,2	29,0
Contacto con la naturaleza	31	33,3	33,3	62,4
Conocer la cultura	24	25,8	25,8	88,2
Otro	11	11,8	11,8	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Los encuestados han expresado que su principal motivo de visita a Ecuador fue el contacto con la naturaleza, así como aquellas personas que conocer la cultura ecuatoriana fue su principal motivo. Otros de los motivos importantes se registra la práctica de deportes extremos, entre otros motivos.

2.4 ¿Qué región de Ecuador fue de su mayor preferencia turística?

Tabla 38

Encuestas Tabuladas, Región de Ecuador con mayor preferencia turística

REGIÓN DE ECUADOR CON MAYOR PREFERENCIA TURÍSTICA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Costa	21	22,6	22,6	22,6
Sierra	30	32,3	32,3	54,8
Amazonía	26	28,0	28,0	82,8
Insular - Galápagos	16	17,2	17,2	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

De total de encuestados de quienes han visitado Ecuador, se muestra que existe una mayor preferencia por la Región Sierra, así como también por la Región de la Amazonía y la Región Costa, sin embargo, en menor cantidad existe una preferencia por la Región Insular de Galápagos. Estos índices nos muestran que los turistas extranjeros tienen preferencias representativas por todas y cada una de las regiones del Ecuador.

2.5 ¿Su último viaje turístico dentro de Ecuador, usted se encontraba acompañado por?

Tabla 39

Encuestas Tabuladas, Preferencia respecto con la organización para un viaje turístico

PREDILECCIÓN AL MOMENTO DE VIAJAR				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Familia	28	30,1	30,1	30,1
Pareja	25	26,9	26,9	57,0
Amigos	17	18,3	18,3	75,3
Compañeros	8	8,6	8,6	83,9
Solo	15	16,1	16,1	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Un elevado índice de los encuestados prefiere viajar acompañado por la familia o su pareja, mientras que otros grupos de personas lo hacen acompañados de sus amigos, no obstante, en menor porcentaje se encontraban acompañados por sus compañeros de trabajo o de estudio e incluso preferían viajar solos.

2.6 ¿En qué tipo de alojamiento se hospedó en su último viaje por turismo?

Tabla 40

Encuestas Tabuladas, Preferencia de alojamiento en el último viaje por turismo

PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO EN EL ÚLTIMO VIAJE POR TURISMO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hotel	24	25,8	25,8	25,8
Hostal	9	9,7	9,7	35,5
Resort	11	11,8	11,8	47,3
Lodge	7	7,5	7,5	54,8
Hostería	22	23,7	23,7	78,5
Cabañas	10	10,8	10,8	89,2
Otro	10	10,8	10,8	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Las preferencias de alojamiento de los turistas extranjeros encuestados, se destaca en Hotel y Hostería, por otro lado, existe una preferencia similar entre Cabañas y Resort, sin embargo, no se puede asegurar la preferencia de alojamiento que los turistas tienen al momento de seleccionar algún establecimiento de hospedaje.

2.7 Durante su estadía en un establecimiento turístico, ¿Qué aspecto considera usted como el principal?

Tabla 41

Encuestas Tabuladas, Aspecto principal de un establecimiento turístico

ASPECTO PRINCIPAL DE UN ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hospedaje	29	31,2	31,2	31,2
Áreas Húmedas	14	15,1	15,1	46,2
Restaurante	20	21,5	21,5	67,7
Salón de Eventos	14	15,1	15,1	82,8
Bar - Discoteca	16	17,2	17,2	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Se destaca que los turistas optan por considerar al hospedaje como el aspecto más relevante, seguido por los servicios de restaurante y demás servicios complementarios dentro de los establecimientos turísticos.

2.8 Cuál fue el monto que gastó en su último viaje turístico?

Tabla 42

Encuestas Tabuladas, Monto de gasto en el último viaje por turismo

MONTO DE GASTO EN EL ÚLTIMO VIAJE POR TURISMO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De \$50 - \$100 por persona	9	9,7	9,7	9,7
De \$101 - \$150 por persona	37	39,8	39,8	49,5
De \$151 - \$300 por persona	31	33,3	33,3	82,8
De \$301- \$500 por persona	8	8,6	8,6	91,4
Más de \$501 por persona	8	8,6	8,6	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Se registra un nivel de gastos por turismo de entre \$101 a \$300 aproximadamente por persona, lo que representa un índice significativo de gasto por actividades turísticas, departe de personas de nacionalidad extranjera.

2.9 Mediante que medio tuvo usted información sobre Ecuador?

Tabla 43

Encuestas Tabuladas, Medios que utilizó para obtener información sobre Ecuador

MEDIOS QUE UTILIZÓ PARA OBTENER INFORMACIÓN SOBRE ECUADOR

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Amigos y Familiares	27	29,0	29,0	29,0
Internet / Redes Sociales	28	30,1	30,1	59,1
Revistas Turísticas	8	8,6	8,6	67,7
Televisión	18	19,4	19,4	87,1
Agencias de viaje	12	12,9	12,9	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Dentro de los medios que utilizaron los encuestados para obtener información sobre Ecuador, se registra que el mayor porcentaje lo hicieron a través del uso de Internet y las Redes Sociales, así como también por medio de recomendaciones de amigos y familiares, así mismo, mediante la información proporcionada por la Televisión, mientras que un menor porcentaje utilizó otros medios como Revistas Turísticas y orientación del destino por medio de las Agencias de Viajes.

2.10 ¿Qué actividad fue la que realizó con más frecuencia durante su estancia en Ecuador?

Tabla 44

Encuestas Tabuladas, Actividad que realizó con más frecuencia durante la estancia en Ecuador

ACTIVIDAD QUE REALIZÓ CON MÁS FRECUENCIA DURANTE LA ESTANCIA EN ECUADOR

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deportes extremos	15	16,1	16,1	16,1
Visita a lugares históricos	14	15,1	15,1	31,2
Camping	9	9,7	9,7	40,9
Escalada deportiva	12	12,9	12,9	53,8
Excursiones	13	14,0	14,0	67,7
Turismo Comunitario	20	21,5	21,5	89,2
Otras	10	10,8	10,8	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Durante la estancia en Ecuador que han tenido los turistas de nacionalidad extranjera, la de mayor frecuencia fue por desarrollar actividades pertinentes al Turismo Comunitario, seguida por la práctica de deportes extremos y la visita a lugares históricos y a realizar Excursiones, lo que representa el interés del turista por estas actividades en lugares que cuenten con entorno natural y riqueza cultural.

2.11 ¿Ha visitado anteriormente la provincia de Imbabura?

Tabla 45

Encuestas Tabuladas, Conocimiento previo de la Provincia de Imbabura

CONOCIMIENTO PREVIO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	44	47,3	47,3	47,3
No	49	52,7	52,7	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Existe un porcentaje considerable que muestra a los turistas que no han visitado anteriormente la provincia de Imbabura, siendo la primera vez en visitar el lugar, a la vez que otro porcentaje señala ya conocer la provincia anteriormente, lo cual señala el interés que existe en relación con la provincia de Imbabura.

2.12 ¿Cuál fue el principal motivo para visitar la provincia de Imbabura?

Tabla 46

Encuestas Tabuladas, Principal motivo de viaje a la provincia de Imbabura

PRINCIPAL MOTIVO DE VIAJE A LA PROVINCIA DE IMBABURA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ocio	27	29,0	29,0	29,0
Negocios	6	6,5	6,5	35,5
Estudio	20	21,5	21,5	57,0
Salud	4	4,3	4,3	61,3
Cultura	26	28,0	28,0	89,2
Otro	10	10,8	10,8	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Gran parte de los encuestado tuvo como motivo principal para visitar la provincia de Imbabura a las actividades de ocio y aspectos culturales, mientras que en menor grado fueron por actividades de estudios o programas de voluntariado y trabajo social, negocios, salud u otros.

2.13 ¿Considera que el cantón Ibarra requiera de más áreas turísticas?

Tabla 47

Encuestas Tabuladas, Consideración respecto al aumento de áreas turísticas en el cantón Ibarra

CONSIDERACIÓN RESPECTO CON EL AUMENTO DE ÁREAS TURÍSTICAS EN EL CANTÓN IBARRA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	74	79,6	79,6	79,6
No	19	20,4	20,4	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Según el criterio de los encuestados, en gran medida se considera que “Si” es necesario el aumento de Áreas Turísticas en el cantón Ibarra, en contraposición de aquellos que piensa lo contrario, lo que indica la falta de áreas recreativas enfocadas a las actividades turísticas en el cantón de Ibarra.

2.14 ¿Le parece interesante visitar un Resort Turístico ubicado en las zonas periféricas del cantón Ibarra?

Tabla 48

Encuestas Tabuladas, Creación del Resort Turístico

CREACIÓN DEL RESORT TURÍSTICO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy interesante	63	67,7	67,7	67,7
Poco Interesante	18	19,4	19,4	87,1
No me interesa	12	12,9	12,9	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

En ese mismo contexto se preguntó a los turistas extranjeros encuestados, sobre la necesidad de crear un Resort Turístico en estas áreas y el resultado mayoritario considera muy interesante el proyecto, frente a aquellos que tiene poco interés y los que definitivamente no le interesa.

2.15 ¿Qué precio considera usted adecuado, en una estadía todo incluido en un Resort turístico, por persona?

Tabla 49
Encuestas Tabuladas, Consideración de precios

CONSIDERACIÓN DE PRECIOS				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De \$50 - \$100	27	29,0	29,0	29,0
De \$101 - \$150	40	43,0	43,0	72,0
De \$151 - \$200	20	21,5	21,5	93,5
De \$201 - \$300	3	3,2	3,2	96,8
Más de \$300	3	3,2	3,2	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Existe un considerable porcentaje de los encuestados que señala que podrían gastar desde los \$100 hasta los \$150 aproximadamente por la estadía todo incluido en el Resort.

2.16 ¿Qué actividad consideraría apropiada durante su estancia en un Resort Turístico en el cantón Ibarra?

Tabla 50
Encuestas Tabuladas, Actividades a incluirse en el Resort Turístico

ACTIVIDADES A INCLUIRSE EN EL RESORT TURÍSTICO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excursiones	19	20,4	20,4	20,4
Ciclo paseos	14	15,1	15,1	35,5
Canopy	17	18,3	18,3	53,7
Escalada Deportiva	14	15,1	15,1	68,8
Masajes/ SPA	16	8,6	17,2	86,0
Yoga	6	6,5	6,5	92,4
Otro	7	7,5	7,5	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Las autoras (2019)

Los encuestados consideran que las actividades que deben incluirse en el Resort Turístico con más importancia son las Excursiones, Canopy, Ciclo paseos y la Escalada Deportiva.

Tabla 51
Relación de Dependencia a través de la Tabla de Contingencia

RELACIÓN DE DEPENDENCIA A TRAVÉS DE LA TABLA DE CONTINGENCIA							
	EDAD	GÉNERO	LUGAR DE RESIDENCIA	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	PROFESIÓN / OCUPACIÓN	ESTADO CIVIL	NIVEL DE INGRESOS
FRECUENCIA DE VIAJES AL EXTERIOR	0,006	0,225	0,002	0,000	0,005	0,152	0,000
VISITA A PAÍSES DE AMÉRICA LATINA	0,163	0,890	0,002	0,000	0,000	0,653	0,000
PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA A ECUADOR	0,003	0,152	0,000	0,000	0,000	0,024	0,000
REGIÓN DE ECUADOR CON MAYOR PREFERENCIA TURÍSTICA	0,005	0,530	0,116	0,000	0,170	0,039	0,000
PREFERENCIA RESPECTO CON LA ORGANIZACIÓN PARA UN VIAJE TURÍSTICO	0,006	0,541	0,007	0,000	0,008	0,000	0,000
PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO EN EL ÚLTIMO VIAJE POR TURISMO	0,133	0,704	0,004	0,000	0,100	0,040	0,000
MONTO DE GASTO EN EL ÚLTIMO VIAJE POR TURISMO	0,000	0,675	0,023	0,000	0,006	0,000	0,000
MEDIOS QUE UTILIZÓ PARA OBTENER INFORMACIÓN SOBRE ECUADOR	0,000	0,124	0,130	0,000	0,001	0,001	0,000
ACTIVIDAD QUE REALIZÓ CON MÁS FRECUENCIA DURANTE LA ESTANCIA EN ECUADOR	0,000	0,393	0,047	0,000	0,012	0,007	0,000
CONOCIMIENTO PREVIO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	0,388	0,104	0,003	0,000	0,096	0,765	0,012
PRINCIPAL MOTIVO DE VIAJE A LA PROVINCIA DE IMBABURA	0,000	0,040	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000
CONSIDERACIÓN RESPECTO CON EL AUMENTO DE ÁREAS TURÍSTICAS EN EL CANTÓN IBARRA	0,649	0,010	0,125	0,003	0,600	0,681	0,005
TENDENCIA A REALIZAR VIAJES DE TURISMO EN ZONAS PERIFÉRICAS DEL CANTÓN DE IBARRA	0,391	0,696	0,001	0,000	0,000	0,859	0,001
CREACIÓN DEL RESORT TURÍSTICO	0,599	0,122	0,028	0,000	0,003	0,779	0,000
CONSIDERACIÓN DE PRECIOS	0,000	0,829	0,009	0,000	0,043	0,000	0,000
ACTIVIDADES A INCLUIRSE EN EL RESORT TURÍSTICO	0,000	0,007	0,335	0,015	0,278	0,010	0,002

Fuente: Las autoras (2019)

Mediante la aplicación del software estadístico SPSS provista por IBM, y a través del respectivo análisis de los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas, se realizó un análisis que indica el grado de dependencia existente en relación con cada una de las preguntas señaladas en la encuesta, lo cual se determinó mediante una significancia aproximada con un valor inferior a 0,005. A continuación, se muestran los resultados obtenidos:

Existen ciertas variables como la Edad, Lugar de Residencia, Nivel de Instrucción, Estado Civil y Nivel de Ingresos, que mantienen cierto grado de dependencia respecto con las demás variables, que fueron aspectos significativos que los encuestados tuvieron en cuenta al momento de responder, lo que quiere decir que depende mucho de estos aspectos sociodemográficos para poder considerar cada uno de los aspectos que se referencian dentro del perfil turístico de la encuesta.

Lo anterior señala que depende mucho del nivel de ingresos, nivel de instrucción e incluso de la edad, para determinar el segmento de mercado al cual se va a dirigir el proyecto, ya que así se puede considerar si corresponde a un segmento de población joven, adulto, o de adultos mayores, y según su capacidad de gasto, se puede considerar la fijación de precios y servicios que tendría el proyecto.

4.1.5 Proyección de la demanda.

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

C_n=incremento compuesto

C_o= Número de clientes iniciales (N*el % de aceptación del proyecto, según la encuesta aplicada) /100%

C_o= Número de clientes iniciales (N*el % de aceptación del proyecto, según la encuesta aplicada) /100%

I= índice de crecimiento turístico

n=Años a proyectar= 5 años (2019-2013)

4.1.5.1 Cálculo del incremento poblacional compuesto

Tabla 52

Fórmula del crecimiento total compuesto para la proyección de la demanda

N	ACEPTACIÓN	C _o	C _o aprox	i	n	C _n
25853	71,91%	18591	18591	0,11	1	20636
		18591	18591	0,11	2	22906
		18591	18591	0,11	3	25425
		18591	18591	0,11	4	28222
		18591	18591	0,11	5	31327

Fuente. Las autoras a partir de (Muñoz,2004, p.14).

C_o= Número de clientes iniciales= (25.853*71,91%) /100% =20.636

El valor de N= se obtiene del tamaño de la población total tomando en cuenta los turistas nacionales e internacionales del cual se obtuvo la muestra

% de aceptación del proyecto= 71,91 % (obtenido de la aplicación de las encuestas) de la pregunta 2.14 que se aplicó a los extranjeros *¿Le parece interesante visitar un Resort Turístico ubicado en las zonas periféricas del cantón Ibarra?, Así como también de la pregunta 2.12: que se aplicó a turistas nacionales ¿Le resultaría atractivo visitar un Resort Turístico ubicado en las Zonas Periféricas del cantón Ibarra? De los cuales se obtuvo la suma y promedio de los porcentajes de aceptación*

i= 11%=0,11(índice de crecimiento turístico en Ecuador, Ministerio de Turismo 2018)

4.1.6 Análisis de la oferta y la competencia.

Tabla 53

Resumen de los atractivos turísticos

Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo
Río Tahuando	Sitio natural	Río	Río
Wayra Centro Alternativo	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Convenciones/Ferias
Truchas la Valentina	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Eventos gastronómicos
Fábrica de tejas y ladrillos "El Tejar"	Manifestaciones culturales	Realización técnica y científicas	Explotaciones industriales

Fuente: Las autoras (2019)

Los atractivos turísticos detallados se elaboran a partir de las fichas técnicas que se obtuvo a través de las salidas de campo

4.1.6.1 Proveedores de la competencia.

Los proveedores deben cumplir con las normas de calidad establecidas, de modo que los establecimientos brinden un servicio de excelencia y una mejor atención.

Tabla 54

Proveedores de la Competencia

Nombre	Tipo de producto	Ubicación	Observación
Plumatex	Lencería para hoteles y hosterías	Quito	De carácter privado
Pronaim	Distribuidor de carne de chancho, pollo, jamón, salchichas.		De carácter privado
Dipor	Distribuidor de Víveres	Guayaquil	De carácter privado
Frigomax	Distribuidor de Carnes de res	Ibarra	De carácter privado
El rey del pescado	Distribuidor de Mariscos	Quito	De carácter privado
Arca Ecuador	Distribuidor de Gaseosas, aguas sin gas	Internacional	De carácter privado
Dinadec S.A	Distribuidor de Cerveza	Guayaquil	De carácter privado
Tosinori	Distribuidor de Productos de limpieza	Ibarra	De carácter privado

Corporación Favorita	Distribuidor de compras generales	Quito	De carácter privado
Dilipa	Distribuidor de útiles de oficina	Ibarra	De carácter privado
Ibadango Miguel	Distribuidor de vegetales	Ibarra	De carácter privado
Biscochos Doña Ede	Distribuidor de Bizcochos y queso de hoja	Otavallo	De carácter privado
Silvana León	Distribuidor de leche y queso de mesa	Ibarra	De carácter privado
Panadería Centeno	Distribuidor de Pan	Ibarra	De carácter privado
Mr. Free	Distribuidor de Pulpa de Frutas	Ibarra	De carácter privado
Café Galetti	Distribuidor de café en pepa	Quito	De carácter privado
Tiosa S.A:	Distribuidor de pan Grile y apañadura	Ibarra	De carácter privado
Comercial Zonda:	Distribuidor de vinos	Quito	De carácter privado
Industrias Lovisone	Distribuidor de licores y bajativos	Quito	De carácter privado

Fuente: Las autoras (2019) a partir de (Sanchez, 20115, p. 42)

Tabla 55

Análisis de la competencia

Nombre	Tipo	Ubicación	Cant. De habitaciones	Cant. De turistas al año	Estrellas
Hotel Ajaví	Alojamiento	Ibarra- Avenida Mariano Acosta 16-38	91	18800	4
Imperio del Sol	Alojamiento	Autopista Yahuarcocha KM. 9 1/2	30	7400	4

Fuente: Las autoras (2019) mediante la aplicación de entrevistas

Análisis: Se considera los 2 hoteles de Ibarra de mayor categoría (4 ESTRELLAS) registrados según el catastro del Ministerio de turismo vigente del año 2019, de los cuales se ha recopilado información a través de entrevistas.

4.1.6.2 Canales de distribución de la competencia.

Tabla 56

Canales de distribución

Nombre	Tipo	Ubicación
Booking	Página web	Página web
Despegar.com	App. Página web	
Agencias de viaje dual	AA VV	Imbabura-Ibarra
Operador turístico	AA VV	Provincia de Imbabura
Página web	Página web	
Redes sociales	Indirecto	Página web
Revistas y periódicos	Información	Diferentes hoteles del país de la misma categoría

Fuente: Las autoras (2019)

Los canales de distribución se consideran mediante los resultados de las encuestas a partir de la pregunta: ¿Que medios utilizo para la obtención de información?, las personas se informan con mayor frecuencia mediante recomendaciones de familiares y amigos

Tabla 57

Proyección de la oferta

Nombre del establecimiento	Cant. De turistas 2018	Promedio anual
Hotel Ajaví	18800	
Hotel Imperio del Sol	7400	
		13100

Fuente: Las autoras (2019)

Se elabora a partir de la suma de turistas anuales que se obtiene de cada hotel y un promedio

4.1.7 Proyección de la demanda insatisfecha.

Tabla 58

Proyección de la demanda insatisfecha

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
2019	20636	13100	7536
2020	22906	14541	8365
2021	25425	16141	9285
2022	28222	17916	10306
2023	31327	19887	11440

Leyenda: Demanda potencial – Competencia= Demanda insatisfecha

Fuente: Las autoras (2019)

4.1.8 Demanda objetiva proyectada.

Tabla 59

Proyección de la demanda objetiva

Año	Demanda insatisfecha	% a captar (83%)
2019	7536	6255
2020	8365	6943
2021	9285	7707
2022	10306	8554
2023	11440	9495

Leyenda: demanda objetiva = (demanda insatisfecha * 83%)

Fuente. Elaboración propia de las autoras (2019).

Se plantea captar un 83% de la demanda insatisfecha, puesto que la competencia absorbe gran parte de la demanda que existe en la ciudad de Ibarra

Nota: Se elabora con la demanda insatisfecha que se obtuvo de la tabla 58 y el porcentaje que representa la cantidad de turistas que pueden ingresar al resort, lo que representaría el cubrir el 83% de dicha demanda.

Se tuvo en cuenta la capacidad máxima que tiene el resort en un año para fijar el 83%, por lo tanto, se pretende absorber gran parte la demanda insatisfecha.

4.1.9 Análisis Mercadológico.

La provincia de Imbabura al considerarse como una zona turística del Ecuador, especialmente su capital Ibarra, se ve en la necesidad de establecer ciertos parámetros y niveles de desarrollo turístico, existentes en el sitio en relación con otros sectores del país, es por este sentido que la presente investigación tiene dentro de sus finalidades previsto un adecuado estudio de mercado referente a la instalación de un Resort Turístico en la comunidad Santa Rosa del Tejar.

En este contexto, se pretende realizar un adecuado proceso sistematizado de recolección y análisis de información y datos referente con los turistas que visitan el cantón Ibarra, la competencia y el mercado, lo que permitirá ofertar un nuevo servicio turístico, así mismo una mejora de los servicios existentes ante la presencia de este nuevo proyecto puesto que representará una competencia para los negocios existentes y la expansión de nuevos mercados. Esta investigación tiende

a ubicar un mercado nacional e internacional, debido al gran potencial turístico que posee la comunidad Santa Rosa del Tejar.

Otro de los factores a tener en cuenta es el entorno paisajístico y clima que posee el sector, ya que pueden atribuirse como valores agregados para la sustentabilidad y factibilidad del proyecto en mención, con lo que se espera satisfacer varias de las necesidades de los turistas.

Así también, se puede determinar las preferencias turísticas de la demanda, es por ello que la investigación tiene como finalidad determinar estrategias efectivas que permitan alcanzar altos niveles de comercialización respecto con los servicios que brindará “ALLPA NATURE” Resort Turístico, dicho proyecto se encontrará ubicado en una zona en la que la competencia u otros negocios no han logrado satisfacer adecuadamente la demanda de los turistas, o como también cubrir acertadamente las expectativas y gustos que tienen las personas que habitualmente visitan la comunidad Santa Rosa del Tejar y que por naturaleza es un lugar privilegiado y de abundante riqueza ambiental, paisajística y turística.

4.1.9.1 *Diseño de la Marca.*

Según la Asociación Americana de Marketing, marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y la diferencia de los competidores. Marketing XXI (2018)

Es así como, para el diseño de la marca que tendrá el Resort Turístico, se tomó en cuenta los aspectos más representativos del lugar, teniendo presente también los conceptos básicos de logotipo, isotipo, imagotipo, isologo e imagen corporativa.

4.1.9.1.1 Logotipo.

ALLPA NATURE

Resort & Spa

Figura 3 Logotipo de Resort Turístico "ALLPA NATURE"
Fuente: Las autoras (2019)

Como elemento principal del logo se encuentra el nombre del Resort Turístico, el cual toma la denominación de "ALLPA NATURE", escrito en dos idiomas, el primero es el idioma quichua de los pueblos indígenas "ALLPA" cuyo significado en español es "TIERRA" y "NATURE" escrito en idioma extranjero inglés que se traduce a "NATURALEZA", puesto que la comunidad de Santa Rosa del Tejar en donde se situará el proyecto es la cuna de la elaboración de tejas y ladrillos, los cuales tienen como materia prima principal al barro cocido, proveniente de la tierra, y recursos que brinda la naturaleza. Además, el fondo del logotipo es color blanco, ya que tal color transmite la pureza, limpieza, y la virtud que debe existir dentro de un establecimiento hotelero de cuatro estrellas.

4.1.9.1.2 Imagotipo.



Figura 4 Imagotipo de Resort Turístico " ALLPHA NATURE"
Fuente: Las autoras (2019)

El imagotipo está compuesto en su parte central superior por una figura abstracta en forma de casa, cuyo color es en tono arena ocre para asemejar a la tonalidad de las tejas, cabe recalcar que es uno de los iconos representativos del sector, dando como resultado a una marca que conlleva elegancia, seriedad y confianza, con el lema en su parte superior “Sweet Home”, captando así el mensaje que se desea transmitir a los clientes de un sitio agradable y confortante.

4.1.9.1.3 Slogan.

“Diviértete, explora y descansa”

Respecto con el slogan del Resort Turístico, se tomó en cuenta el mensaje que se quiere transmitir al momento de brindar los servicios, ya que uno de los fines del resort es satisfacer las necesidades de los turistas, creando nuevas experiencias mediante la innovación y servicios de calidad.

4.1.9.2 Canales de Distribución.

Dentro de los canales de distribución no se puede restringir el uso de productos físicos, puesto que son parte elemental para la promoción y difusión de los servicios o productos turísticos, que van desde el productor al consumidor por medio de canales directos e indirectos.

Es por ello, que a través de la recolección de datos mediante la aplicación de encuestas, se estableció cuáles serían los principales canales de distribución para “ALLPA NATURE” Resort & Spa, considerándose así, las redes sociales e internet como el principal canal de distribución, por ende se diseñara una página web del Resort Turístico, con contenido multimedia e informativo, permitiendo a la vez que sea un medio por el cual el cliente podrá realizar las reservaciones y así optimizar su tiempo.

Además de esto, se usará otros medios como la difusión por televisión y revistas turísticas, a la vez de generar alianzas estratégicas con agencias de viajes, buscando así una relación de beneficio mutuo entre el Resort Turístico y las respectivas agencias de viajes y medios de difusión.

Así también se ha considerado participar en actividades de promoción turística a nivel nacional y local, tales como ferias, seminarios, talleres, entre otros, con el fin de promocionar los servicios que se ofertará en el Resort Turístico.

4.1.9.3 Estrategias de Promoción y Publicidad.

Considerando que el propósito fundamental de las estrategias de promoción y publicidad es el aumentar las ventas de una manera considerable, sin embargo, su resultado específico depende mucho de la forma en cómo se emplea dichas estrategias, el segmento de mercado y la forma de realización.

Es así que el objetivo de la promoción y publicidad es el incremento en el número de los consumidores, aprovechando tanto las temporadas bajas como altas e informando al mercado meta sobre la diversidad de servicios y productos que ofrece el Resort Turístico. En este sentido se ha considerado dos tipos de publicidad; publicidad de paga y publicidad no pagada.

4.1.9.3.1 Publicidad de paga.

Para una mejor difusión de los servicios que se ofrecerá, el material publicitario es indispensable, puesto que, a través de los afiches, folletos, banner y otros más, se transmite la información a los posibles consumidores, comunicando de tal manera los beneficios y la diferenciación que existe por sobre la competencia.

En este contexto, se ha optado por llevar a cabo diversas campañas publicitarias que serán difundidas mediante los canales de distribución ya establecidos anteriormente, por consiguiente, se usará diversos medios como:

- Revistas turísticas y otras: Como un medio para promocionar el proyecto a los posibles clientes potenciales, se realizará publicaciones en revistas y periódicos nacionales y locales interesadas en la difusión de sitios y atractivos turísticos del Ecuador.
- Catálogos de agencias de viajes: Mediante alianzas con agencias de viajes, se podrá ofertar dentro de los paquetes turísticos que las diferentes agencias ofrecen, a que se incluya al Resort Turístico como una alternativa más para

visitar. No obstante, para una mejor comunicación con el turista interesado se entregarán catálogos con la información detallada del Resort, los servicios y actividades que se ofrece.

- Internet: Se realizará la publicidad en base a la página web diseñada exclusivamente para el Resort Turístico, a la vez que también mediante el uso de correos electrónicos masivos. Este medio tendrá a su disposición del usuario contenido multimedia e informativo, así como también facilidad de reservación.
- Redes sociales: se publicitará y promocionara el establecimiento en las diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter) ya que en la actualidad tienen acogida, por lo que de la misma manera se pretende llegar al segmento de mercado adecuado.
- Volantes: Uno de los medios más tradicionales es el uso de volates y folletos, es por esto que se ha considerado a este medio como una forma de difusión, ya que su fácil distribución permite la expansión publicitaria.

4.1.9.3.2 Publicidad no pagada.

Se basa en las recomendaciones y comentarios que los consumidores realizan respecto al destino visitado, por lo cual no es necesaria la inversión económica ya que también incluye los reportajes que los medios de comunicación pueden realizar respecto con el lugar.

En este sentido, se pretende captar la atención de los medios de comunicación nacionales e internacionales interesados en la actividad turística, de tal forma que se pueda llegar a los posibles consumidores potenciales.

Cabe mencionar que, el manejo de las redes sociales e internet en este tipo de publicidad es de suma importancia, puesto que se debe llevar un buen marketing digital para lograr captar a la atención de los clientes, ya que dispone de una sección de sugerencias, lo que permite también tener un contacto frecuente y directo con los consumidores.

**ALLPA NATURE
RESORT Y SPA**

www.allpanatureresortyspa.com

*Actualmente la empresa con
8 habitaciones*

- 1 suite junior*
- 1 suite presidencial*
- 1 matrimonial*
- 2 dobles superior*
- 3 triples superior*

comunicate con nosotros:

- facebook: resort Allpa Nature*
- instagram: @resortallpaanature*
- whatsapp: 0983455874*

*El resort Allpa Nature se establece bajo
conceptos de calidad que ofrece una
modalidad de turismo aprovechando
todos los recursos naturales y
culturales, así como también ofrece
amplia variedad de servicios para la
satisfacción y calidad de experiencia
que el cliente debe vivir.*

Figura 5 Anuncio de Revista
Fuente: Las autoras (2019)



Figura 6 Anuncio Redes Sociales
 Fuente: Las autoras (2019)

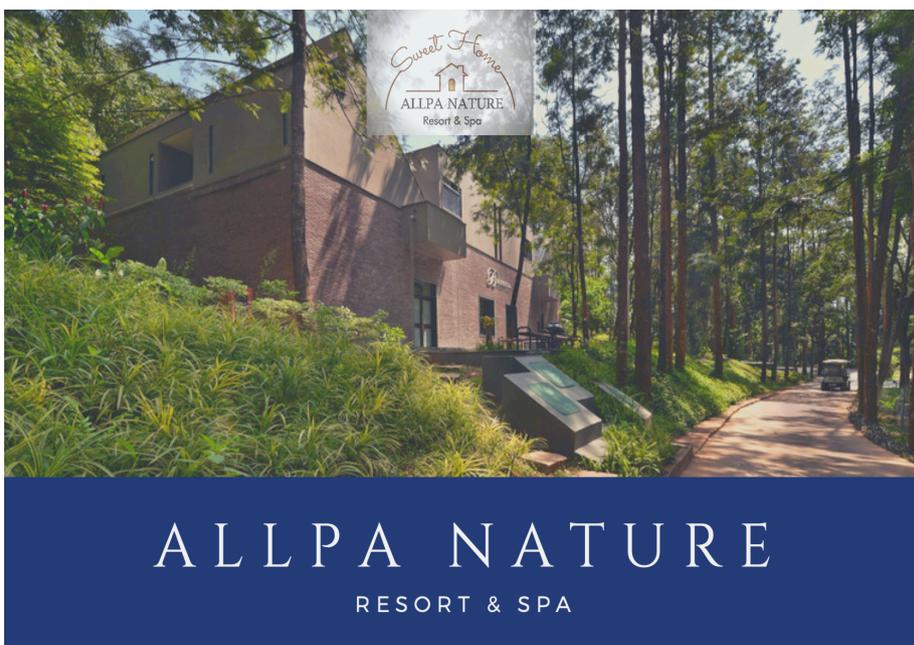


Figura 7 Portada para Redes Sociales
 Fuente: Las autoras (2019)



Sweet Home
ALLPA NATURE
Resort & Spa

RESERVA YA

Ahorra dinero con las mejores ofertas.

<https://carlacarrera1995.wixsite.com/allpanature>

TODO INCLUIDO \$ 183,50

Figura 8 Volantes Publicitarios - Todo Incluido
Fuente: Las autoras (2019)



Sweet Home
ALLPA NATURE
Resort & Spa

RESORT

La teja Resort se establece bajo conceptos de calidad que ofrece una modalidad de turismo, aprovechando todos los recursos naturales así como también ofrece una amplia variedad de servicios para la satisfacción y calidad de experiencia que debe vivir el cliente

Actualmente contamos con 9 habitaciones: 1 suite; 1 matrimonial; 1 doble; 1 triple; 5 familiares

contactanos: 0978546745- 062780009
INSTAGRAM: @latejaresort
facebook: latejaresort
Ubicación: Ibarra- Ecuador- a 6 km de la ciudad vía Santa Rosa del Tejar

Figura 9 Volantes Publicitarios
Fuente: Las autoras (2019)

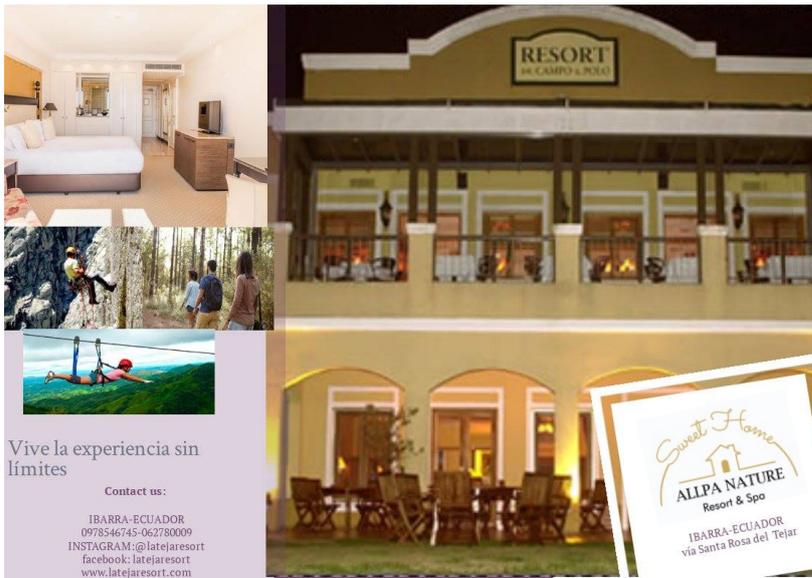


Figura 10 Banner Publicitario
Fuente: Las autoras (2019)

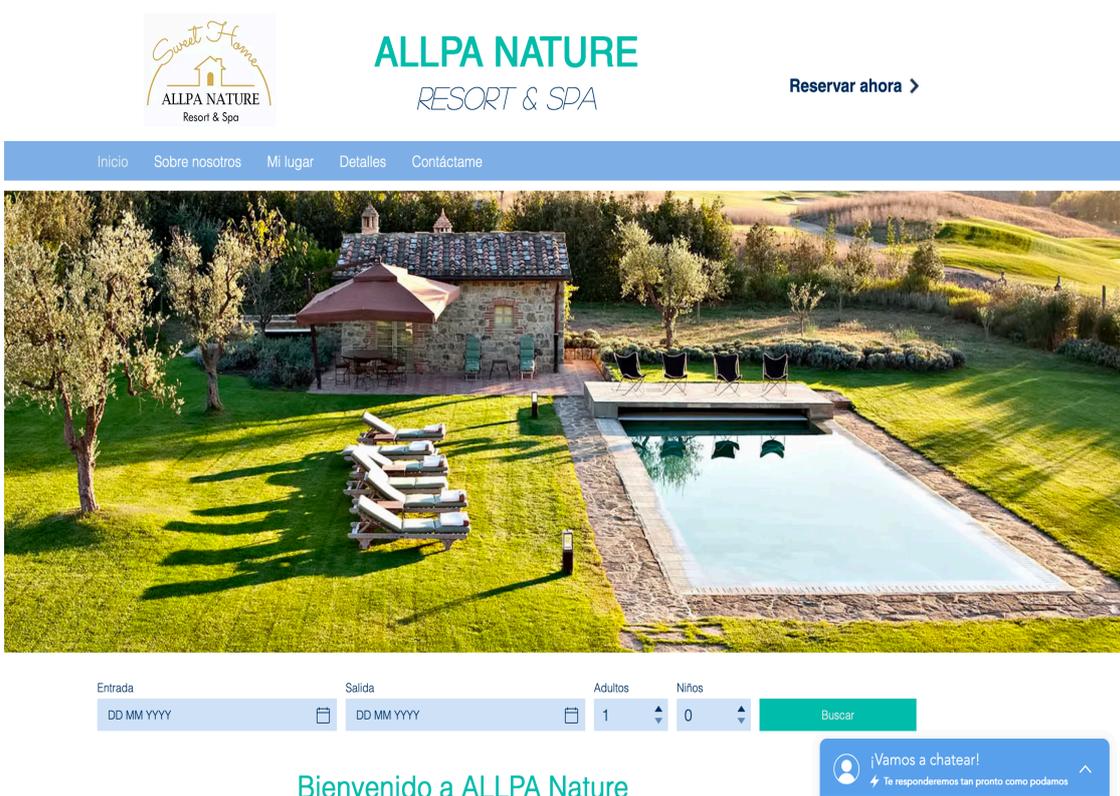


Figura 11 Página Web – ALLPA NATURE
Fuente: Las autoras (2019)

4.1.9.4 Plan de Comercialización.

Tabla 60

Plan de Comercialización

Target	Canal	Táctica	Medios publicitarios	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Personas de 15 hasta más de 65 años	Indirecto-internet	Publicidad en redes sociales	Redes sociales	1 mes	\$10 diarios	\$300 al mes
Personas de 15 hasta más de 65 años	Indirecto-medios de comunicación	Publicidad	Radio	30 segundos	\$5	\$150
Personas de 15 hasta más de 65 años	Directa	Publicidad	Prensa escrita	1	144	576
Personas de 15 hasta más de 65 años	Directo	Publicidad	Hojas volantes, trípticos y afiches	4000	0,20	800
Personas de 15 hasta más de 65 años	Indirecta-internet	Publicidad	Página web	1	\$1000	1000

Fuente: Las autoras (2019)

Nota: El target se tomó como referencia las encuestas y el rango de edad definido, la táctica tomando como principal medio la publicidad para llegar a todas las personas que será el mercado meta, los medios publicitarios tomando en cuenta que de acuerdo a las entrevistas las personas obtienen información a través de redes sociales con mayor porcentaje, los precios se obtuvieron a través de referencias de los medios que publicitan

4.2 Estudio Técnico – Productivo

4.2.1 Tamaño de la empresa.

4.2.1.1. Número de clientes proyectados.

Tabla 61

Proyección de la demanda

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2019	20636	10318	1720	860	430	57
2020	22906	11453	1909	954	477	63
2021	25425	12713	2119	1059	530	70
2022	28222	14111	2352	1176	588	77
2023	31327	15663	2611	1305	653	86

Fuente: Las autoras (2019)

El número de clientes diarios para el año 2019 es de 57 pax, mientras que para el 2023 es de 86 pax, con un incremento del 11% en función con el índice de crecimiento del MITUR y de acuerdo con el nivel de aceptación del proyecto.

4.2.1.2 Consumo aparente con respecto a los servicios demandados.

Tabla 62

Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados por el segmento de nacionales y extranjeros

PROMEDIO						
AÑO	ANUAL	Hospedajes 13%	Áreas Húmedas 9%	Restaurante 11%	Salón de Eventos 9%	Bar - Discoteca 10%
2019	20636	2615	1954	2271	1954	2098
2020	22906	2903	2169	2520	2169	2329
2021	25425	3222	2408	2798	2408	2585
2022	28222	3577	2673	3105	2673	2869
2023	31327	3970	2967	3447	2967	3185

Fuente: Las autoras (2019)

Se consideró a los principales servicios con los que debe contar el Resort Turístico, a fin de determinar la demanda de cada uno de estos, respecto con las preferencias señaladas en las preguntas 2.6 de la encuesta para nacionales y 2.7 para extranjeros.

4.2.1.2.1 Consumo aparente del servicio de Hospedaje.

Tabla 63

Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Hospedaje

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2019	2615	1308	218	109	54	7
2020	2903	1452	242	121	60	8
2021	3222	1611	269	134	67	9
2022	3577	1788	298	149	75	10
2023	3970	1985	331	165	83	11

Fuente: Las autoras (2019)

Mediante la proyección de consumo del servicio de hospedaje, se determinó la cantidad de habitaciones que necesita el Resort para cubrir la demanda existente de 7 turistas diarios al primer año y de 11 turistas diarios al año de 2023, considerando inicialmente a un total de 8 habitaciones de diferentes tipologías, las cuales se aumentarían en los años futuros a la implementación del Resort Turístico.

4.2.1.2.2 Consumo aparente del servicio de Áreas Húmedas.

Tabla 64

Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Áreas Húmedas

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2019	1954	977	163	81	41	5
2020	2169	1085	181	90	45	6
2021	2408	1204	201	100	50	7
2022	2673	1336	223	111	56	7
2023	2967	1483	247	124	62	8

Fuente: Las autoras (2019)

Existe una proyección de 5 turistas diarios con respecto al primer año en las diferentes instalaciones que comprenden las áreas húmedas, con un crecimiento del 1,5% anual para el año 2023.

4.2.1.2.3 Consumo aparente del servicio de Restaurante.

Tabla 65

Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Restaurante

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2019	2271	1135	189	95	47	6
2020	2520	1260	210	105	53	7
2021	2798	1399	233	117	58	8

2022	3105	1553	259	129	65	9
2023	3447	1723	287	144	72	9

Fuente: Las autoras (2019)

Con respecto al servicio de Restaurante existe una proyección de consumo del 1,18% anual, teniendo un total de 6 turistas diarios para el primer año y de 9 para el año 2023.

4.2.1.2.4 Consumo aparente del servicio de Salón de Eventos.

Tabla 66

Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Salón de Eventos

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2019	1954	977	163	81	41	5
2020	2169	1085	181	90	45	6
2021	2408	1204	201	100	50	7
2022	2673	1336	223	111	56	7
2023	2967	1483	247	124	62	8

Fuente: Las autoras (2019)

El salón de eventos presenta una proyección del 1,75% anual, lo que significa un total de 5 turistas diarios al primer año y para el año de 2023 tendrá un total de 8 turistas diarios.

4.2.1.2.5 Consumo aparente del servicio de Bar - Discoteca.

Tabla 67

Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Bar - Discoteca

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2019	2098	1049	175	87	44	6
2020	2329	1164	194	97	49	6
2021	2585	1293	215	108	54	7
2022	2869	1435	239	120	60	8
2023	3185	1593	265	133	66	9

Fuente: Las autoras (2019)

Se tiene una proyección de 6 turistas diarios al primer año y de 9 turistas diarios al año 2023, representando un incremento del 1,92% anual con respecto a el área de bar-discoteca

4.2.1.3 Consumo aparente con respecto a los servicios adicionales

demandados

Tabla 68

Proyección de los consumidores con respecto a los servicios adicionales demandados por el segmento de nacionales y extranjeros

PROMEDIO						
AÑO	ANUAL	Escalada 9%	Excursiones 10%	Ciclo Paseos 9%	Canopy 10%	SPA 9%
2019	20636	1782	2069	1954	2127	1811
2020	22906	1978	2297	2169	2361	2010
2021	25425	2196	2550	2408	2620	2231
2022	28222	2437	2830	2673	2909	2476
2023	31327	2705	3141	2967	3229	2749

Fuente: Las autoras (2019)

Se consideró a los servicios de excursiones, ciclo-paseos y servicios relacionados con la salud con técnicas ancestrales dentro del área de SPA como servicios que se brindarán en una fase inicial del proyecto, sin embargo también se consideraron a los servicios de escalada y canopy como parte de los servicios de mayor demanda a brindarse en el Resort Turístico, puesto que estos fueron los que mayor porcentaje de aceptación que tuvieron en la última pregunta de los dos modelos de encuesta que se aplicó a turistas nacionales y extranjeros.

Para el año 2023 existiría un incremento de aproximadamente el 1,82% en cada uno de los servicios a brindarse en el Resort Turístico, lo cual también significaría un aumento de ingresos, así como también de la demanda turística.

4.2.1.3.1 Consumo aparente del servicio de Excursiones.

Tabla 69

Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Excursiones

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2019	2069	1035	172	86	43	6
2020	2297	1149	191	96	48	6
2021	2550	1275	213	106	53	7
2022	2830	1415	236	118	59	8
2023	3141	1571	262	131	65	9

Fuente: Las autoras (2019)

Respecto con el servicio se Excursiones, se planea realizar recorridos por los principales atractivos turísticos que se encuentran cerca del entorno donde se llevará a cabo el proyecto en mención, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Oferta recreativa local: En el ámbito local inmediato, la recreación se enmarca en las actividades que se puedan desarrollar en el Resort. Ahí se llevarán a cabo eventos programados varios. También en las poblaciones cercanas se organizan fiestas populares.
- Oferta local de excursiones: se organizarán a pedido, excursiones de montaña y escalda, el entorno se presta para organizar una variada gama, teniendo siempre presente no perturbar el bucólico ambiente.

4.2.1.3.2 Consumo aparente del servicio de Ciclo Paseos

Tabla 70

Proyección de los consumidores con respecto al servicio de Ciclo Paseos

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2019	1954	977	163	81	41	5
2020	2169	1085	181	90	45	6
2021	2408	1204	201	100	50	7
2022	2673	1337	223	111	56	7
2023	2967	1484	247	124	62	8

Fuente: Las autoras (2019)

Considerando el entorno natural existente en el lugar, se pretende llevar acabo ciclo paseos por las diferentes rutas ya establecidas, puesto que la comunidad Santa Rosa del Tejar es uno de los destinos donde muchos ciclistas practican, a la vez que se realizan ciclo paseos, por lo cual dicha actividad tendrá una buena demanda en el territorio.

4.2.1.3.3 Consumo aparente del servicio de SPA.

Tabla 71

Proyección de los consumidores con respecto al servicio de SPA

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2019	1811	906	151	75	38	5
2020	2010	1005	168	84	42	6
2021	2231	1116	186	93	46	6

2022	2476	1238	206	103	52	7
2023	2749	1375	229	115	57	8

Fuente: Las autoras (2019)

En el servicio de SPA se estará incluyendo actividades complementarias de medicina ancestral con el fin de revalorizar los conocimientos ancestrales y brindar un servicio innovador, para lo cual se tiene una proyección de consumo de 5 turistas diarios al primer año y de 8 diarios al año de 2023.

4.2.2 Localización del proyecto.

4.2.2.1 Macro-localización.

El Resort Turístico “ALLPA NATURE” estará ubicado al norte de Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia San Francisco, comunidad Santa Rosa del Tejar, a unos 20 minutos del centro de la ciudad de Ibarra. Es importante señalar que se puede acceder fácilmente al lugar en mención, ya que cuenta con vías de acceso de primer y segundo orden, que se encuentran en buenas condiciones para la movilización desde los diferentes lugares de la provincia y zona norte del país.

Tabla 72

Macro-localización

PAÍS	PROVINCIA	PARROQUIA	COMUNIDAD
Ecuador	Imbabura	San Francisco	Santa Rosa del Tejar

Fuente: Las autoras (2019) a través de GoogleEarth. (2019).

4.2.2.2 Micro-localización.

El Resort Turístico “ALLPA NATURE” estará ubicado en la comunidad de Santa Rosa del Tejar, perteneciente a la parroquia San Francisco, en la zona periférica del cantón Ibarra, cuyo terreno tiene una superficie de 3.650 m². El terreno se encuentra ubicado a orillas del río Tahuando.

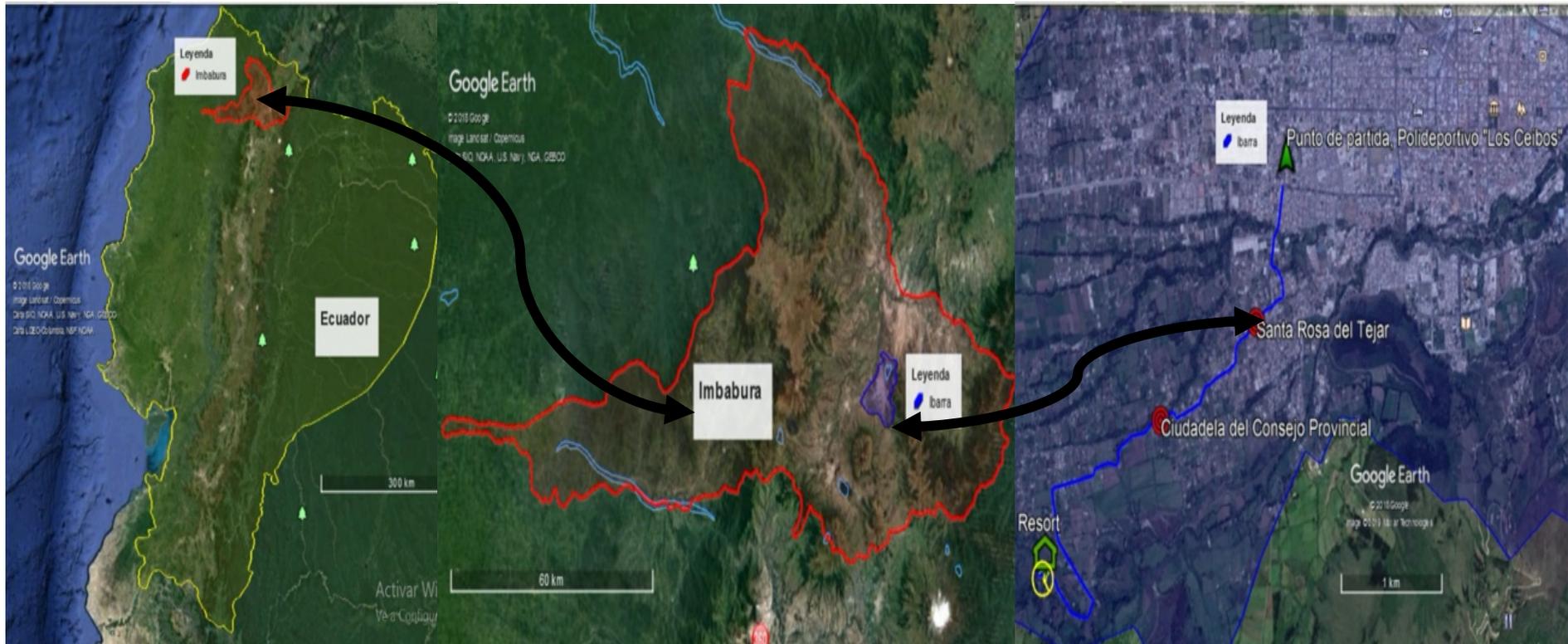


Figura 12 Macro-localización

Fuente: Las autoras (2019) a partir de GoogleEarth (2018)



Figura 13 *Micro-localización*

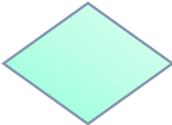
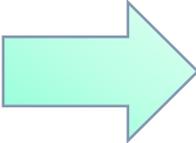
Fuente: Las autoras (2019) a partir de GoogleEarth (2018)

4.2.3 Procesos de producción o servicios.

4.2.3.1 Flujograma del proceso de servicio.

Tabla 73

Flujograma de Procesos

SÍMBOLO	DEFINICIÓN
	Indicador de dirección
	Inicio / Fin
	Proceso, sus funciones y actividades.
	Decisión
	Documento
	Indica el servicio de transporte

Fuente: Las autoras (2019) a partir de Carrera & Carcelen (2015)

Servicio de Alojamiento

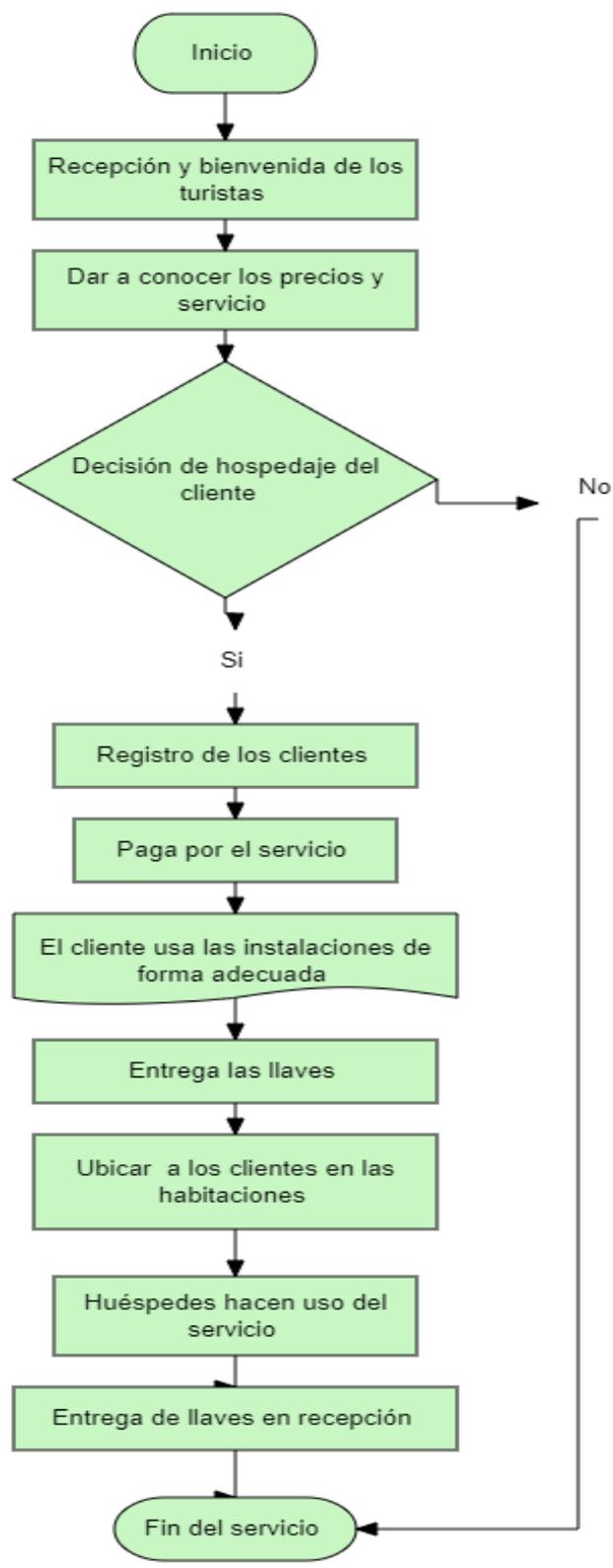


Figura 14 Flujograma del Servicio de Alojamiento
Fuente: Las autoras (2019)

Servicio de Restaurante

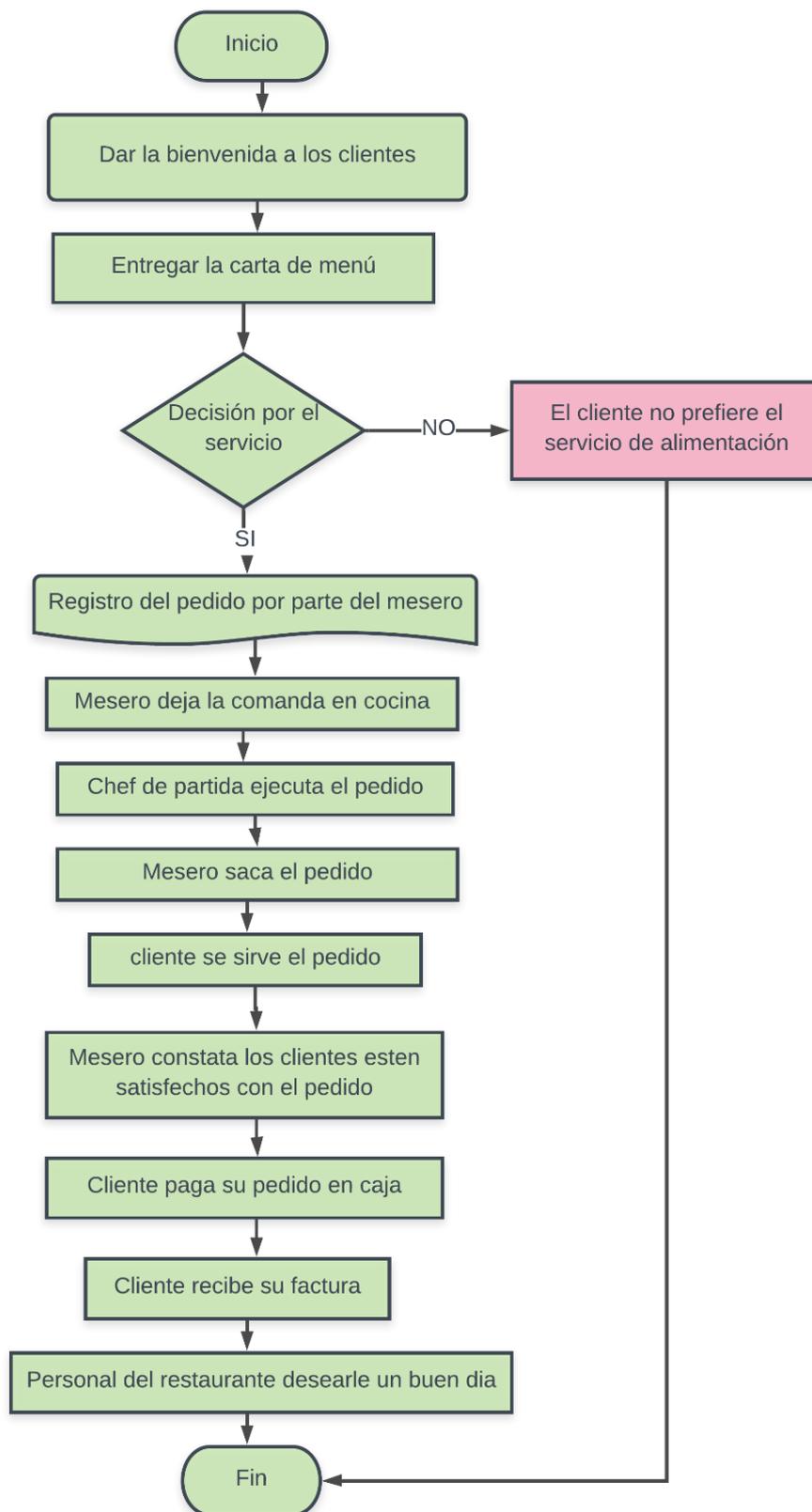


Figura 15 Flujograma del Servicio de Restaurante Bufet – Carta
Fuente: Las autoras (2019)

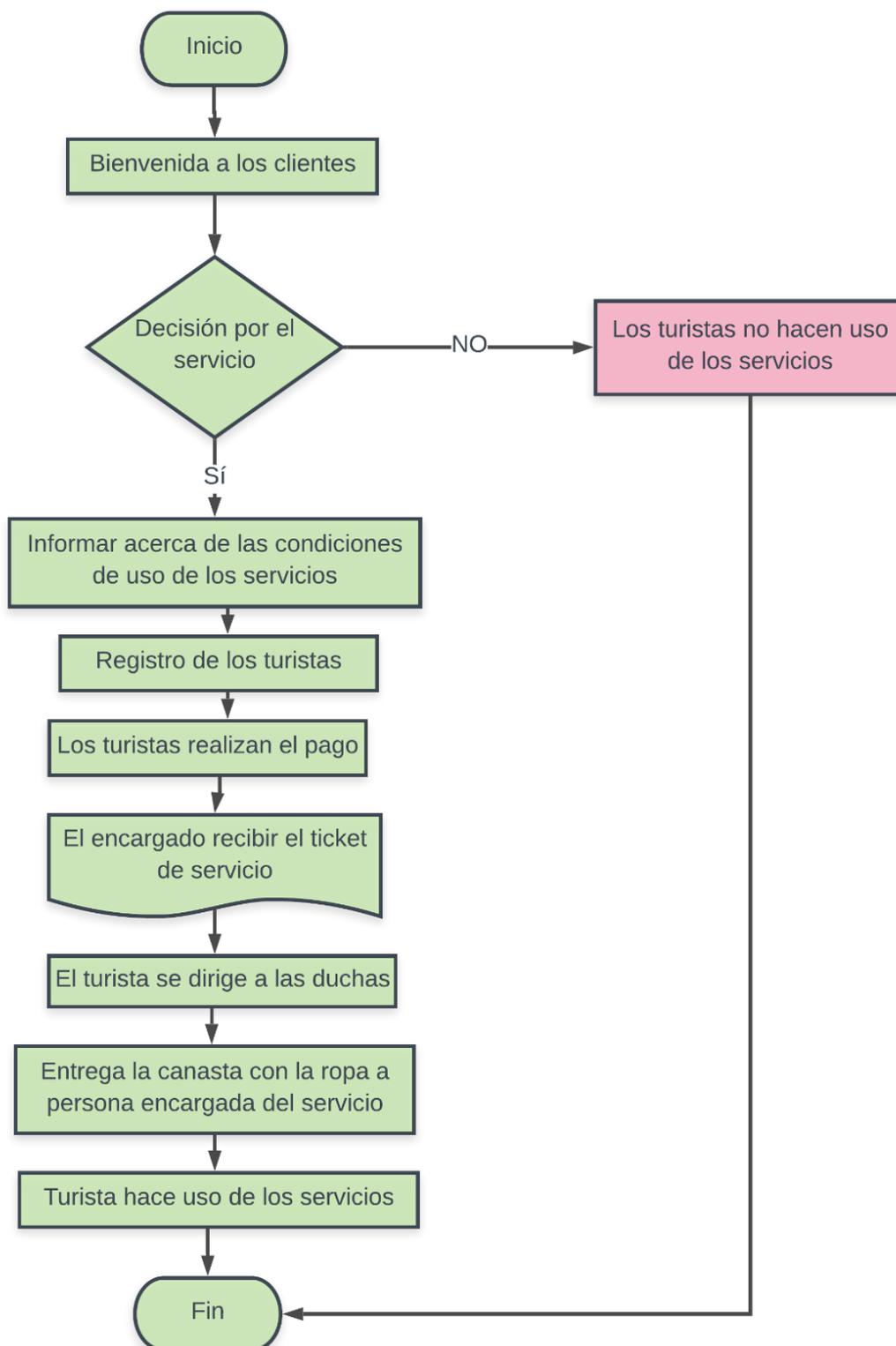
Servicio de Piscina, Baño turco, sauna e hidromasajes

Figura 16 Flujograma del Servicio de Piscina, Baño turco, sauna e hidromasajes
Fuente: Las autoras (2019)

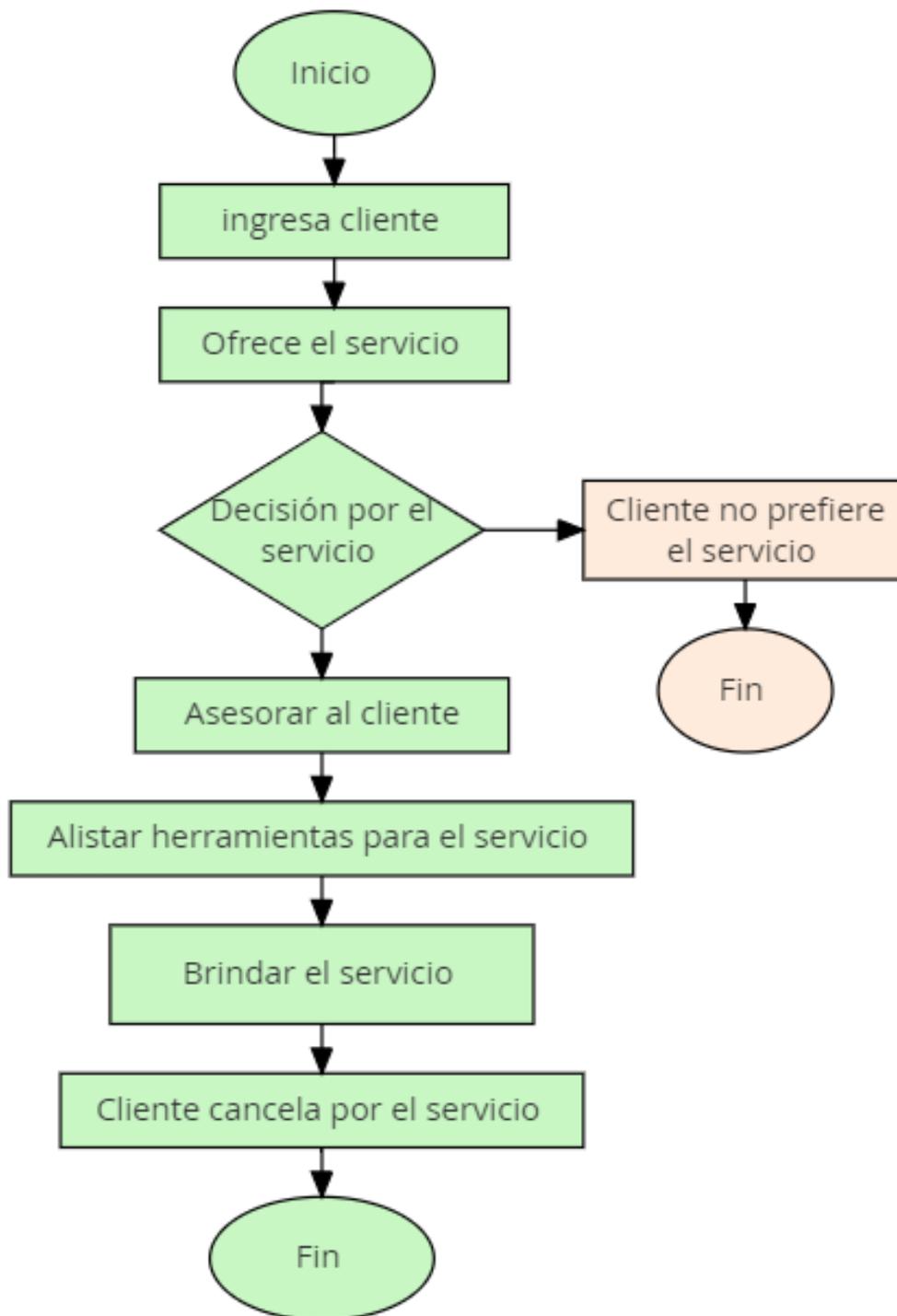
Servicio de SPA

Figura 17 Flujograma del Servicio de SPA
Fuente: Las autoras (2019)

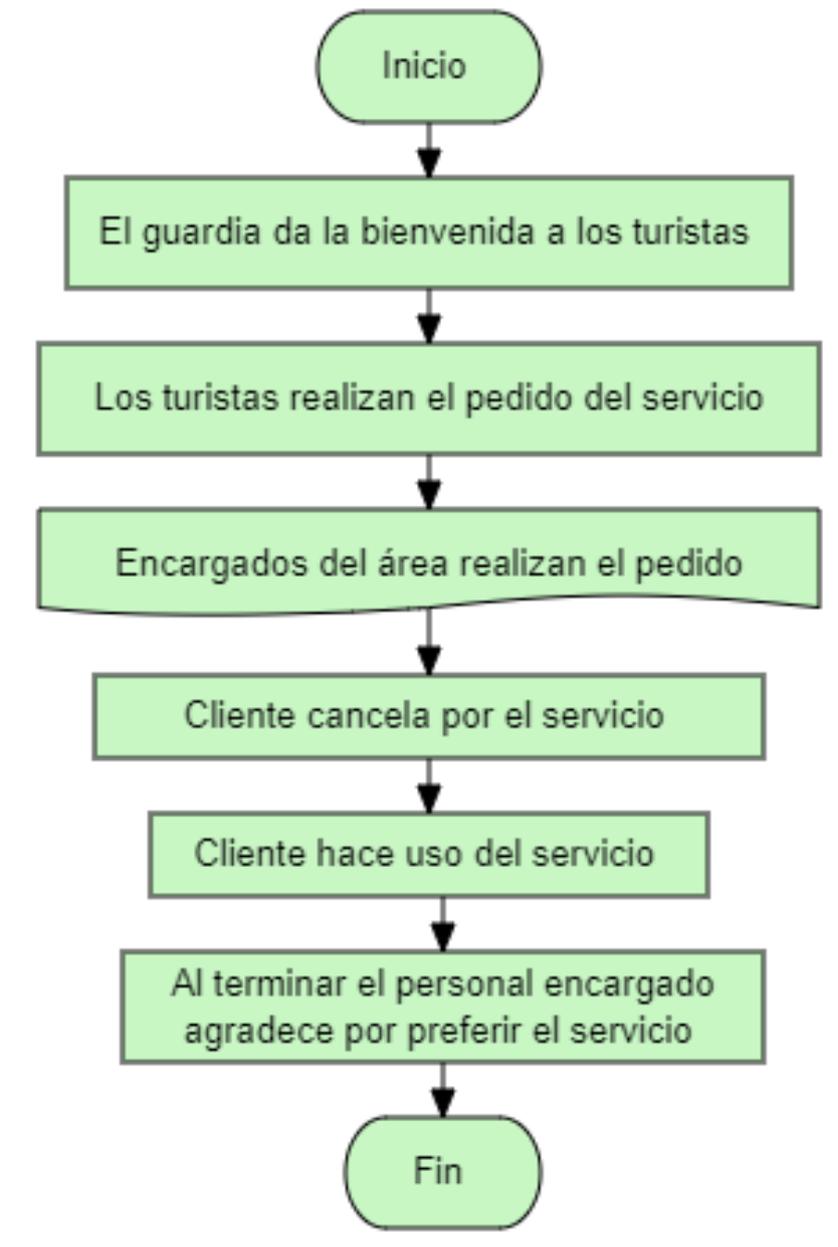
Servicio de Bar – Discoteca

Figura 18 *Flujograma del Servicio de Bar – Discoteca*
Fuente: Las autoras (2019)

Servicio de Excursiones

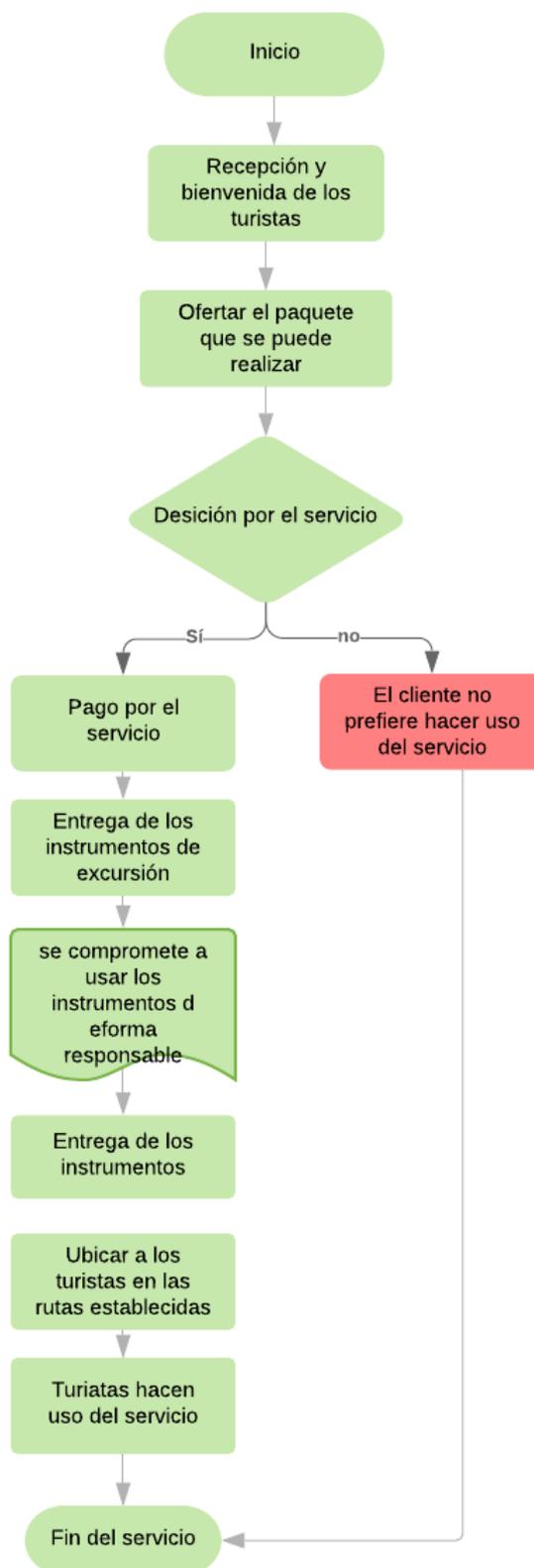


Figura 19 *Flujograma del Servicio de Excursiones*
Fuente: Las autoras (2019)

Servicio de Ciclo Paseo

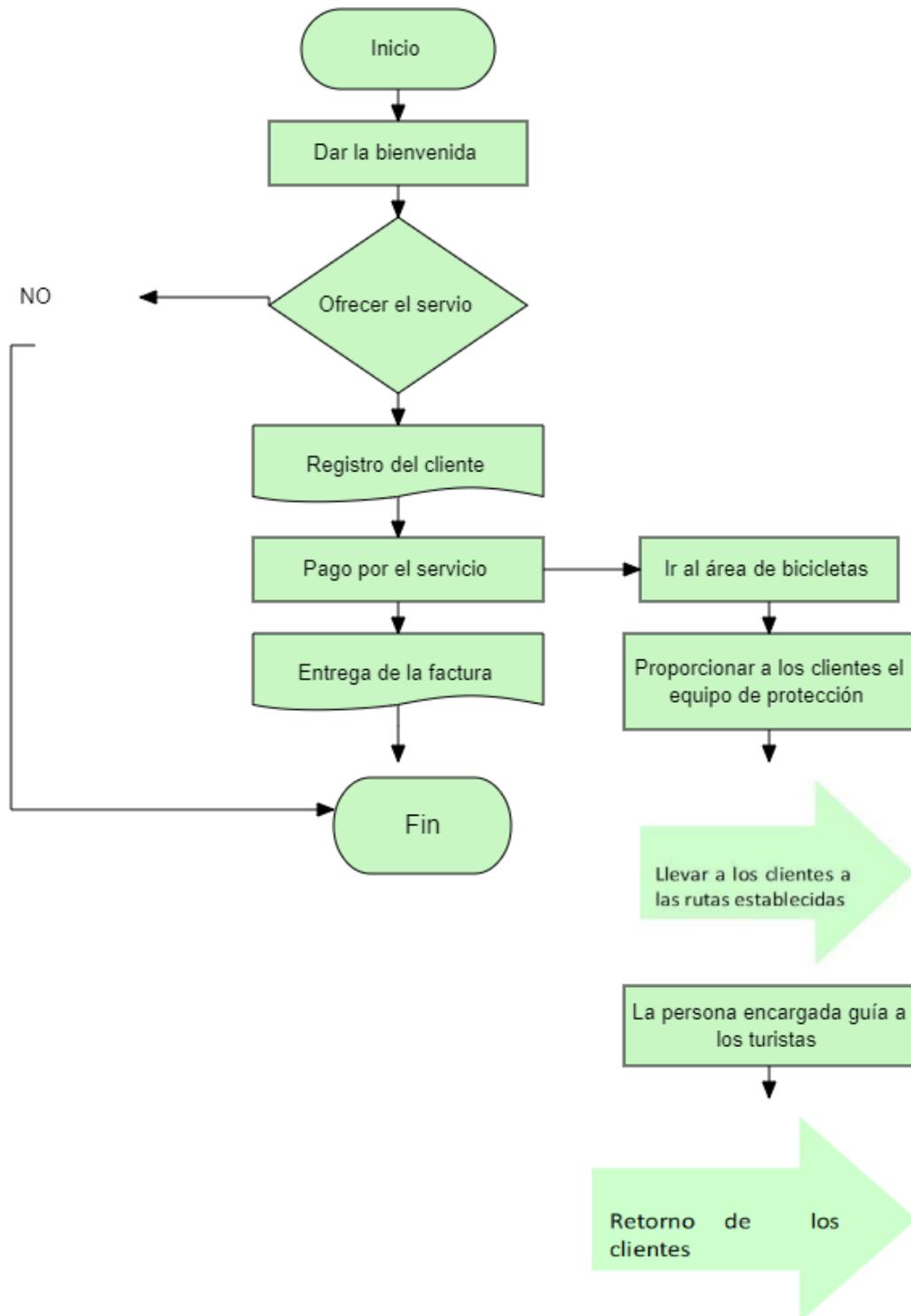


Figura 20 *Flujograma del Servicio de Ciclo Paseo*
Fuente: Las autoras (2019)

4.2.4 Requerimientos de las instalaciones.

4.2.4.1 Definición y organización del espacio.

La distribución de las diferentes áreas con las que contará el Resort Turístico es conforme a las condiciones que permitan realizar las actividades productivas, económicas y turísticas con efectividad, considerando también las medidas generales de seguridad y bienestar, que permita satisfacer las necesidades de confort de los turistas nacionales y extranjeros.

El Resort Turístico será construido en un área de 3584 m², los cuales estarán distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 74

Distribución de las áreas

USOS / SERVICIOS	ÁREA EN m ²	ÁREA TOTAL EN (m ²)
ÁREA ADMINISTRATIVA		
Recepción	12 m ²	
Sala de Espera	25 m ²	
Oficina administrativa	12 m ²	
Bodega General	20 m ²	101 m ²
Vestidor Chefs	12 m ²	
Área de Fumadores	8 m ²	
Baño	12 m ²	
ÁREA DE ALOJAMIENTO		
8 habitaciones	520 m ²	520 m ²
ÁREA DE RESTAURANTE		
Restaurante	190 m ²	
Cocina 2 recepciones	25 m ²	
Cocina 1 Restaurante	25 m ²	333 m ²
Cuarto frio 1 Alimentos	18 m ²	
Cuarto frio 2 Alimentos	18 m ²	
SS HH generales	57 m ²	
ÁREA DE EVENTOS		

Bar – Discoteca	100 m ²	
Cafetería	100 m ²	300 m ²
Mirador	70 m ²	
Escenario	30 m ²	
ÁREA DE DISTRACCIÓN		
Piscina	200 m ²	
Baño Turco – sauna	45 m ²	
Hidromasaje	15 m ²	
SPA	20 m ²	390 m ²
Vestidores	55 m ²	
Canopy	10 m ²	
Ciclo paseo	45 m ²	
ÁREA DE USO MÚLTIPLE		
Salón de Eventos – Cultural	190 m ²	240 m ²
SS HH Salón de recepciones	50 m ²	
ÁREA DE MANTENIMIENTO		
Lavandería, planchado y almacenado	45 m ²	355 m ²
Maquinas plataforma	310 m ²	
ÁREAS ADICIONALES		
Áreas Verdes	235 m ²	
Áreas Deportivas	120 m ²	
Área de Camping	320 m ²	1345 m ²
Estacionamiento	670 m ²	
TOTAL		3584 m²

Fuente: Las autoras (2019)

Área administrativa

El área administrativa se encuentra conformada por; la recepción, sala de espera, la oficina de administración, bodega general, el vestidor del chef, área para fumadores y un baño; ocupando un total de área igual a 101m²

Área de alojamiento

Esta área dispone de 8 habitaciones de las cuales se encontraran distribuidas en habitaciones individuales, dobles y una suite junior, incluyendo una habitación con adaptaciones para personas con algún tipo de discapacidad, además cada habitación contará con baño privado, balcón con vista al río Tahuando y los respectivos equipos y muebles tales como: closet, televisor, velador y demás, brindando así seguridad y confort a los turistas nacionales y extranjeros que visiten el Resort Turístico.

Área de restaurante

La área de restaurante dispondrá de un amplio espacio para la distribución de las mesas, contando con una capacidad aproximada para 100 personas. Esta área estará conformada por la cocina, lugar de recepción de pedidos, dos cuartos fríos para alimentos y por último la área de baños generales, con un total de 333m²

Área de eventos

En esta área se instalarán servicios como: Bar – Discoteca, el cual tendrá todos los implementos necesarios para este tipo de actividades, con una capacidad aproximada para 100 a 150 personas como límite (tomando en cuenta 1m² por persona), así también se contará con una cafetería, mirador y escenario de eventos que tendrá una capacidad para 800 a 1000 personas (tomando en cuenta 1m² por persona). Todo esto tendrá un total de 300m²

Área de distracción

Estará conformada por la piscina, baño turco e hidromasaje, a la vez que contará con así vestidores y duchas, adicionalmente por motivos de seguridad, en la parte

posterior de esta área se ubicará el cuarto de máquinas para el funcionamiento de los servicios antes mencionados.

Además, se incluirá dentro de esta área los servicios de canopy y ciclo paseo, los cuales contarán con un espacio y una habitación para el respectivo almacenamiento de los implementos y equipos respectivos; este espacio tendrá una totalidad de 390m².

NOTA: El servicio de ciclo paseo como tal, se ofrecerá en la parte exterior del Resort Turístico.

Área de uso múltiple

El Resort Turístico “ALLPA NATURE” dispondrá de un espacio diseñado para eventos sociales tales como seminarios, conferencias, eventos de carácter religioso, cultural y otros. El cual tendrá una área de 240m². y una capacidad para 150 personas aproximadamente, además de contar con baños para hombres y mujeres.

Áreas adicionales

El Resort “ALLPA NATURE” contará con áreas verdes, deportivas y habitaciones de bodega, con una extensión de 675m² además de disponer de un estacionamiento de 670m², para un mínimo de 20 vehículos.

Área de mantenimiento

Esta área abarcará un cuarto para lavandería, planchado y almacenado, con una área de 45m² así mismo se situará una área de maquinaria para el funcionamiento de la piscina.



Figura 21 *Distribución de las áreas*
Fuente: Arq. José Paz (2020)



Figura 22 *Planta arquitectónica superior*
Fuente: Arq. José Paz (2020)



Figura 23 Planta arquitectónica inferior
Fuente: Arq. José Paz (2020)

4.2.4.2 *Presupuesto general del emprendimiento.*

4.2.4.2.1 *Tamaño o capacidad del Resort Turístico.*

La capacidad instalada junto con el volumen de producción del servicio tiene estrecha relación con el capital de trabajo. Teniendo en cuenta la infraestructura del Resort Turístico se considera la siguiente capacidad por áreas.

Tabla 75
Capacidad por áreas

ESPACIO ARQUITECTÓNICO	CAPACIDAD INSTALADA POR PERSONAS	MES	ANUAL
8 habitaciones (22pax)	15	455	5454
Bar-Discoteca	10	319	3832
Salón de eventos	10	292	3501
Restaurante	12	362	4348
Áreas Húmedas	10	292	3501
TOTAL			20636

Fuente: Las autoras (2019)

Respecto con el servicio de alojamiento que se brindará en el Resort Turístico “ALLPA NATURE”, se plantea implementar 8 habitaciones con capacidad para 22 personas, considerando cubrir la demanda de 15 turistas diarios para el primer año, así mismo, se determinó la capacidad de cada una de las áreas con las que cuenta el proyecto, en base a los porcentajes obtenidos con respecto a las preferencias señaladas en las preguntas 2.6 de la encuesta para nacionales y 2.7 para extranjeros.

En este sentido, mediante lo anterior ya expuesto se llegó a determinar el porcentaje de captación de la demanda a satisfacer siendo de un 83%, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 76
Capacidad o tamaño general

AÑO	DEMANDA A SATISFACER	83% DE CAPTACIÓN DE LA DEMANDA A SATISFACER	PORCENTAJE CONSERVADOR 9%	74% CAPTACIÓN REAL DE LA DEMANDA A SATISFACER
2019	13.115	10.885	980	9.906
2020	13.443	11.158	1.004	10.153
2021	13.730	11.396	1.026	10.370
2022	13.966	11.592	1.043	10.549
2023	14.138	11.735	1.056	10.678

Fuente: Las autoras (2019)

Cabe mencionar que se vio la necesidad de tomar un porcentaje conservador del 9% de la captación de la demanda a satisfacer, obteniendo de tal manera un 74% de captación real de la demanda a satisfacer, cuyo valor representa los datos más reales referente a los turistas que visitarán el Resort Turístico.

4.2.4.2.2 *Determinación del presupuesto técnico.*

Es necesario analizar todos los gastos que demanda el proyecto, tales como; infraestructura, recursos humanos, terreno, maquinaria y equipos, procesos de producción, entre otros que se detallan a continuación en el presupuesto de construcción.

4.2.4.2.3 *Inversiones Fijas.*

Se hace necesario realizar una inversión fija en equipos, menaje, muebles, enseres y demás aspectos necesarios para la ejecución del proyecto, así como también para la prestación de los diferentes servicios con los que contará el Resort Turístico. A la vez se debe considerar la compra de terreno e infraestructura.

Se detallan a continuación cada una de las tablas con las cantidades y valores de inversión antes mencionadas.

Terreno

El propietario del terreno es el Sr. Israel Estevez, cuyo valor se tomó del Catastro Municipal de Ibarra. (Anexo 21)

Tabla 77
Terreno

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m ²	3.650	\$2,85	\$10.433,38
TOTAL				\$ 10.433,38

Fuente: Dirección de Avalúos y Catastro del Municipio de Ibarra (2019)

Presupuesto de construcción Resort Turístico

Tabla 78
Presupuesto de construcción

RESORT TURÍSTICO				
PRELIMINARES	Unidades de medidas	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Limpieza, nivelación y replanteo	m2	50	9,15	457,50
Excavación	m3	10	5,00	50,00
ESTRUCTURA INFERIOR				
Cimiento de hormigón ciclópeo con piedra de río	m3	10	30,00	300,00
Hormigón cadenas inferiores (simple)	m3	8	25,64	205,12
Dado de hormigón simple para la estructura de madera (Prefabricado)	unidad	10	11,85	118,50
Pilotes de madera de eucalipto colocados en el dado (Prefabricado)	unidad	10	35,40	354,00
Armado de entre piso con madera reciclada tipo pallets	m2	23	25,00	575,00
Cubierta armada sobre pilotes de madera	m2	35	12,00	420,00
Vigas de entrepiso y cubierta tipo (Prefabricado)	unidad	13	35,00	455,00
MAMPOSTERÍA GENERAL				
Mampostería de ladrillo visto natural	m2	90	11,25	1.012,50
Mampostería divisoria de pallets de madera	m2	20	6,00	120,00
PISOS				
Contrapiso (empedrado y hormigón simple)	m2	35	12,78	447,30

Masillado	m2	35	3,50	122,50
Colocación de pallets de madera como piso	m2	35	5,00	175,00
Recubrimiento de cerámicas en baño (pisos)	m2	7	6,89	48,23
Cerámica para recubrimiento de paredes baño	m2	25	7,96	199,00

INSTALACIONES ELÉCTRICAS

Puntos para focos (2 parte superior 2 parte inferior) incluye material	unidades	5	6,00	30,00
Puntos para tomacorrientes (1 superior y 1 inferior) incluye material	unidades	3	8,00	24,00
Caja de brakers	unidades	1	52,98	52,98
Brakers	unidades	1	12,00	12,00

INSTALACIONES SANITARIAS

Tubería de desagüe sanitario de 110 mm baños	ml	15	8,00	120,00
Tubería de desagüe sanitario 90 mm ducha y lavamanos	ml	3	6,00	18,00
Codos desagües y puntos de instalación	unidad	8	3,00	24,00
Caja de revisión	unidad	1	25,40	25,40
Tubería de conexión hídrica en pvc (3 puntos)	ml	10	9,00	90,00
Toma de llave de paso para cabaña tipo	unidad	1	6,50	6,50

ELEMENTOS SANITARIOS

Tasa de baño tipo edesa económico	unidad	1	112,50	112,50
Urinal	unidad	1	58,60	58,60
Lavamanos tipo edesa económico con mueble	unidad	1	51,20	51,20
Ducha fv (agua fría y caliente)	unidad	1	28,25	28,25
Juego de artículos para baño fv	unidad	1	24,68	24,68

CERRAJERÍA

Puertas internas	unidad	2	68,72	137,44
Puertas externas	unidad	1	125,00	125,00
Ventanas tipo (iguales)	unidad	7	65,00	455,00
Closet de pino modular (1,50*0,65 * 2,20)	unidad	1	350,00	350,00
Escalera rustica artesanal (Armada con pingos de eucalipto)	unidad	1	115,64	115,64

TERMINADOS Y LIMPIEZA

Desalojo de escombros	m3	7	5,00	35,00
-----------------------	----	---	------	-------

Limpieza definitiva y entrega	m2	70	0,50	35,00
PRECIO POR CADA HABITACIÓN			TOTAL	6.990,84

TOTAL POR CONJUNTO DE 8 HABITACIONES 55.926,72

Salón comunitario (tipo galpón acerchado estructural)

PRELIMINARES	Unidades de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Limpieza y replanteo	m2	315	3,25	1.023,75
Excavación para cimiento corrido de piedra del rio chota	m3	20	2,25	45,00
ESTRUCTURA INFERIOR				
Cimiento de hormigón ciclópeo con piedra de rio	m3	30	23,91	717,30
Hormigón cadenas inferiores (tipo ciclópeo con hormigón pobre)	m3	10	21,94	219,40
Dado de hormigón simple para la estructura de madera (Prefabricado)	unidad	50	10,00	500,00
Acero de refuerzo estructural	kg	2.580	0,42	1.083,60
ESTRUCTURA SUPERIOR				
Pilotes de madera de eucalipto colocados en el dado (Prefabricado)	unidad	50	34,96	1.748,00
Cubierta armada sobre pilotes de madera, mas techo	m2	380	46,35	17.613,00
MAMPOSTERÍA GENERAL				
Mampostería divisoria de pallets de madera	m2	272	5,00	1.360,00
PISO				
Contrapiso (empedrado piedra de rio y hormigón simple)	m2	225	11,78	2.650,50
Paso de helicoptero para nivelar	m2	225	3,50	787,50
Colocación de cerámica económica	m2	215	7,92	1.702,80
INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
Puntos para focos (18 focos) incluye material	unidades	18	4,96	89,28
Puntos para tomacorrientes (10 tomas dobles) incluye material	unidades	10	6,78	67,80
Caja de brakers	unidades	1	52,98	52,98
Brakers	unidades	2	12,00	24,00
INSTALACIONES SANITARIAS				

Tubería de desagüe sanitario de 90 mm	ml	35	7,83	274,05
Codos desagües y puntos de instalación	ml	12	5,45	65,40
Caja de revisión	unidad	6	23,84	143,04
CERRAJERÍA				
Puertas externas	unidad	1	125,00	125,00
Ventanas tipo (iguales)	unidad	10	65,00	650,00
TERMINADOS Y LIMPIEZA				
Desalojo de escombros	m3	20	5,00	100,00
Limpieza definitiva y entrega	m2	225	0,50	112,50
TOTAL				31.154,90

Salón de eventos formales (tipo galpón acerchado estructural)

Restaurante al aire libre (CON PERGOLADO DE MADERA TIPO PALLET)				
PRELIMINARES	Unidades de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Limpieza y replanteo	m2	215	3,85	827,75
Construcción de bordillos para cotensia de empedrado natural	ml	55	10,50	577,50
ESTRUCTURA INFERIOR				
Cimiento de hormigón ciclópeo con piedra de rio	m3	28	35,00	980,00
Hormigón cadenas inferiores (tipo ciclópeo con hormigón pobre)	m3	15	23,34	350,10
Dado de hormigón simple para la estructura de madera (Prefabricado)	unidad	28	10,00	280,00
ESTRUCTURA SUPERIOR				
Pilotes de madera de eucalipto colocados en el dado (Prefabricado)	unidad	30	68,00	2.040,00
Entramado de carrizo natural	m2	110	7,89	867,90
PISO				
Empedrado con piedra de rio rodada en estado natural	m2	230	3,00	690,00
INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
Puntos para focos (18 focos) incluye material	unidades	18	5,93	106,74
Puntos para tomacorrientes (10 tomas dobles) incluye material	unidades	10	8,00	80,00
Caja de brakers	unidades	1	52,98	52,98
Brakers	unidades	2	12,00	24,00
TERMINADOS Y LIMPIEZA				

Desalojo de escombros	m3	15	5,00	75,00
Limpieza definitiva y entrega	m2	230	0,50	115,00
TOTAL				7.066,97

Área administrativa de cocina y alimentación

PRELIMINARES	Unidades de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Limpieza y replanteo	m2	145	3,15	456,75
Excavación cimiento corrido de piedra del rio chota	m3	15	2,25	33,75
ESTRUCTURA INFERIOR				
Cimiento de hormigón ciclópeo con piedra de rio	m3	8	28,00	224,00
Hormigón cadenas inferiores (simple)	m3	4	23,34	93,36
Dado de hormigón simple para la estructura de madera (Prefabricado)	unidad	6	10,00	60,00
ESTRUCTURA SUPERIOR				
Pilotes de madera de eucalipto colocados en el dado (Prefabricado)	unidad	8	45,40	363,20
Armado de entre piso con madera reciclada tipo pallets	m2	20	25,00	500,00
Cubierta ecológica armada sobre pilotes de madera	m2	45	12,00	540,00
Vigas de entepiso y cubierta tipo (Prefabricado)	unidad	12	35,00	420,00
MAMPOSTERÍA GENERAL				
Mampostería de ladrillo visto natural	m2	85	11,25	956,25
Mampostería divisoria de pallets de madera	m2	20	6,00	120,00
PISOS				
Contrapiso (empedrado y hormigón simple)	m2	30	11,00	330,00
Masillado	m2	30	3,30	99,00
Colocación de pallets de madera como piso	m2	30	5,00	150,00
Recubrimiento de cerámicas en baño (pisos)	m2	6	10,00	60,00
Cerámica para recubrimiento de paredes baño	m2	15	15,00	225,00
INSTALACIONES ELÉCTRICAS				

Puntos para focos (2 parte superior 2 parte inferior) incluye material	unidades	4	6,00	24,00
Puntos para tomacorrientes (1 superior y 1 inferior) incluye material	unidades	2	8,00	16,00
Caja de brakers	unidades	1	52,98	52,98
Brakers	unidades	1	12,00	12,00

INSTALACIONES SANITARIAS

Tubería de desagüe sanitario de 100 mm baños	ml	10	8,00	80,00
Tubería de desagüe sanitario 90 mm ducha y lavamanos	ml	8	6,00	48,00
Codos desagües y puntos de instalación	unidad	7	3,00	21,00
Caja de revisión	unidad	1	25,40	25,40
Tubería de conexión hídrica en pvc (3 puntos)	ml	7	9,00	63,00
Toma de llave de paso para cabaña tipo	unidad	2	6,50	13,00

ELEMENTOS SANITARIOS

Tasa de baño tipo edesa económico	unidad	1	112,50	112,50
Urinal	unidad	1	58,60	58,60
Lavamanos tipo edesa económico	unidad	1	51,60	51,60
Ducha metálica fv (solo de agua fría)	unidad	1	28,50	28,50
Juego de artículos para baño fv	unidad	1	24,60	24,60

CERRAJERÍA

Puertas internas	unidad	2	55,32	110,64
Puertas externas	unidad	1	125,00	125,00
Ventanas tipo (iguales)	unidad	6	65,00	390,00
Closet de pino modular (1,50 * 0,65 * 2,20)	unidad	1	250,00	250,00
Escalera rustica artesanal (Armada con pingos de eucalipto)	unidad	1	115,64	115,64

TERMINADOS Y LIMPIEZA

Desalojo de escombros	m3	6	5,00	30,00
Limpieza definitiva y entrega	m2	50	0,50	25,00

TOTAL 6.308,77

Solo piscina y camineras (Piscina temperada)

PRELIMINARES	Unidades de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Limpieza y replanteo	m2	480	3,15	1.512,00

Excavación para muros de contención de piedra de río	m3	70	2,25	157,50
--	----	----	------	--------

ESTRUCTURA INFERIOR

Cimiento de hormigón ciclópeo con piedra de río reforzado	m3	70	55,00	3.850,00
Hormigón de refuerzo para muro de contención inferior	m3	35	35,90	1.256,50
Acero de refuerzo para muros de contención	kg	1.800	0,50	900,00

PISOS

Contrapiso (empedrado y hormigón simple) áreas de conexión	m2	100	11,00	1.100,00
Masillado	m2	100	3,30	330,00
Cerámica total de recubrimiento piscina y camineras	m2	500	15,00	7.500,00

INSTALACIONES DE DESAGÜE Y CARGA DE PISCINA

Tubería de desagüe piscina de 250 mm	ml	25	18,00	450,00
Codos desagües y puntos de instalación	unidad	10	9,00	90,00
Caja de revisión	unidad	9	25,40	228,60
Tubería de conexión hídrica en pvc 3 pulgadas (3 puntos)	ml	48	13,50	648,00
Toma de llave de paso de presión media a alta de 3 pulgadas	unidad	8	12,25	98,00
Cubierta para piscina	unidad	1	7.500,00	7.500,00
Rejillas de desagüe para piscina	unidad	12	35,00	420,00

TOTAL 26.040,60

Hidromasaje

	Unidades de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Muro de hormigón ciclópeo perimetral	m3	15	43,00	645,00
Enlucido de caras interiores	m2	30	5,50	165,00
Pvc de recubrimiento de hidromasaje	m2	40	47,65	1.906,00
Remates plásticos de masaje blancos	unidades	12	25,00	300,00
Tuberías hídricas de agua caliente	ml	49	13,45	659,05
Tubería de desagüe 110 mm	ml	18	8,00	144,00
Bomba de presión hidrostática (incluido material)	unidades	1.115	0,80	892,00

Cubierta ecológica de pallet	m2	25	36,35	908,75
TOTAL				\$ 5.619,80

Turco				
	Unidades de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Cimiento corrido de hormigón ciclópeo	m3	10	35,00	350,00
Muro portante de ladrillo cocido	m2	60	22,00	1.320,00
Loseta de cobertura aliviana de 0,10 ctm	m2	12	115,00	1.380,00
Cerámica de recubrimiento	m2	55	22,30	1.226,50
Sistema de evaporación eléctrico (marca lumelin)	unidad	1	780,00	780,00
Tubería de desagüe 110 m	ml	7	8,00	56,00
TOTAL				5.112,50

Sauna				
	Unidades de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Cimiento corrido de hormigón ciclópeo	m3	10	35,00	350,00
Muro portante de ladrillo cocido	m2	60	22,00	1.320,00
Loseta de cobertura aliviana de 0,10 ctm	m2	12	115,00	1.380,00
Maderas para recubrimiento	m2	75	38,30	2.872,50
Sistema de evaporación eléctrico (marca lumelin)	unidad	1	780,00	780,00
Tubería de desagüe 110 m	ml	7	8,00	56,00
Mueble cubico para asiento madera eucalipto	unidad	2	225,35	450,70
TOTAL				7.209,20

SPA				
	Unidades de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Cimiento corrido de hormigón ciclópeo	m3	10	35,00	350,00
Muro portante de ladrillo cocido	m2	60	22,00	1.320,00
Loseta de cobertura aliviana de 0,10 ctm	m2	12	115,00	1.380,00
Cerámica de recubrimiento	m2	80	22,30	1.784,00
Porcelanatos para piso SPA	unidad	30	12,60	378,00
TOTAL				5.212,00

Ciclo paseo (parqueadero) 7 bicicletas				
PRELIMINARES	Unidades de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Limpieza	m2	50	1,50	75,00
ESTRUCTURA				
Pedestal metálico para bicicletas (prefabricado para 7 bicicletas)	unidad	1	89,99	89,99
TOTAL				164,99
(2) Ascensor con diseño de alta calidad monarca sistema comercial de interior ascensor de pasajeros				13.300,00
TOTAL PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN				170.107,29

Fuente: Las autoras (2019) a partir de Carrera & Carcelen (2015)

La construcción de todas las instalaciones del Resort Turístico representa una área de 3584 m², cuyo presupuesto de construcción es de \$170.107,29.

Equipo de Oficina

Tabla 79

Equipo de oficina

EQUIPOS DE OFICINA					
ÁREA	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRATIVA	Teléfono	unidad	2	6,00	12,00
	Central telefónica	unidad	1	330,00	330,00
	Caja fuerte con clave	unidad	1	45,00	45,00
	Papelera	unidad	2	15,00	30,00
	Grapadora	unidad	2	2,77	5,54
	Perforadora	unidad	2	3,00	6,00
	Televisor LED 28"	unidad	1	430,00	430,00
OPERATIVA	Teléfono	unidad	2	6,00	12,00
	Caja fuerte con clave	unidad	1	45,00	45,00
	Televisor LED 43"	unidad	1	430,00	430,00
ALOJAMIE NTO	Televisor LED 43"	unidad	8	430,00	3.440,00
	Caja fuerte con clave	unidad	8	45,00	360,00

Teléfono	unidad	8	6,00	48,00
TOTAL		39	1.793,77	5.193,54

Fuente: Las autoras (2019)

El equipo de oficina que se ha considerado para las áreas administrativa, operativa y de alojamiento tiene un costo total de \$5.193,54. (Anexo 22, 23)

Equipo de cómputo

Tabla 80

Equipo de cómputo

ÁREA	EQUIPO DE COMPUTO				
	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRATIVA	Computador Quasad (Disco duro H310 – Procesador Intel Core i3- 9na Generacion)	unidad	3	556,25	1.668,75
	Impresora Multifunción Epson L		2	181,25	362,50
OPERATIVA	Computador Quasad (Disco duro H310 – Procesador Intel Core i3- 9na Generacion)	unidad	2	556,25	1.112,50
	Impresora Multifunción Epson L		1	181,25	181,25
TOTAL			8	1.475,00	3.325,00

Fuente: Elaboración propia de las autoras (2019)

El área administrativa y operativa contará con 5 computadoras, cada una con su respectiva impresora, lo cual representa un valor de \$3.325,00. (Anexo 22, 23)

Maquinaria y equipo

Para las áreas operativa, de mantenimiento y distracción se tomó en cuenta la siguiente maquinaria y equipos, la misma que tiene un costo de \$18.014,44. (Anexo 22, 23)

Tabla 81
Maquinaria y Equipos

MAQUINARIA Y EQUIPOS					
ÁREA	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OPERATIVO	Plancha clásica pesada	Unidad	1	19,97	19,97
	Sanduchera UMCO 9806	unidad	2	19,85	39,70
	Nevera Challenger 310L	unidad	2	624,10	1248,20
	Congelador Challenger	unidad	1	570,00	570,00
	Campana de cocina 1,50 x 70ctm 0,7	unidad	2	401,79	803,58
	Cocina 3Q estilo americana	unidad	1	473,21	473,21
	Batidora 20 litros	unidad	1	848,21	848,21
	Horno de 4 latas MATE	unidad	1	446,43	446,43
	Self service 7 bandejas	unidad	2	848,21	1696,42
	Cocina industrial	unidad	1	250,00	250,00
	Extractor de olores	unidad	2	155,70	311,40
	Cafetera	unidad	2	37,24	74,48
	Licuada Oster	unidad	4	132,05	528,20
	Tanque de gas industrial	unidad	4	120,00	480,00
	Batidora	unidad	1	50,65	50,65
	Microondas	unidad	1	110,77	110,77
	Tostadora	unidad	2	28,00	56,00
	Dispensador de agua TCL	unidad	2	107,14	214,28
	Armario de vinos	unidad	1	45,00	45,00
	Parlante BK profesional 20.000w	unidad	1	142,85	142,85
	Micrófono profesional	Unidad	1	66,00	66,00
	Vaporizador Facial de Ozono VAP-SPA	unidad	1	112,00	112,00
	Cañon Luces Led	juego	2	45,00	90,00
	Cámara de humo	unidad	1	50,00	50,00
	Consola todo en un M.G.P	unidad	1	150,00	150,00
	Controlador Numark para Mix	unidad	1	180,00	180,00
	Parlantes con dos micrófonos	unidad	1	239,00	239,00
	Cajas doble bajo	unidad	1	299,00	299,00
	Luces Láser para bar	unidad	1	29,89	29,89
	Equipos de amplificación	unidad	1	1500,00	1500,00

MANTENIMIENTO Y JARDINERÍA	Aspiradora Eléctrica	unidad	1	160,00	160,00	
	Lavadora carga frontal LG 20 KL	unidad	1	558,40	558,40	
	Podadora de césped	unidad	1	260,00	260,00	
	Equipo de jardinería	kit	1	50,00	50,00	
	Bomba de 1,5 HB.MYERS	unidad	1	410,00	410,00	
	Filtro de 100 Galones	unidad	1	180,00	180,00	
	Desbrozadora FS-280 38.9CC 2.6HP 9Kg	unidad	1	590,00	590,00	
	Juego de tijeras para poda TS-27002	juego	2	21,88	43,76	
	Juego destornillador 10 piezas	juego	2	24,11	48,22	
	Sopladora BG- 50 STIHL 27.2 CC 1.0HP 3.6Kg	unidad	1	218,75	218,75	
	Bomba agua 2x2 Caudal Honda GX-160 5.5HP	unidad	1	420,00	420,00	
	Manguera anillada 2" Succion	juego	4	4,90	19,60	
	Acople Rapido 2"C Hembra Aluminio	juego	2	10,71	21,42	
	Acople Rapido 2"A Macho Aluminio	juego	2	8,92	17,84	
	Abrazadera T509 TITAN 57MM a 62MM /2.1/4a2.7/ 16 Industrial	juego	4	3,12	12,48	
	Tripode para aspersor 2" HG GALVA "TORRE"	unidad	1	75,00	75,00	
	Aspersor Jolly 1 1/4" Sectoriable	unidad	1	115,00	115,00	
	Acople Rapido Hembra Macho 2C-2E	juego	2	14,28	28,56	
	SEGURIDAD	Extintor 10 Lbrs P2S	unidad	4	23,00	92,00
		Botiquín grande – primeros auxilios	unidad	3	28,00	84,00
Chaleco reflectivo		unidad	1	4,00	4,00	
Lamparas de Emergencia		unidad	5	24,00	120,00	
Detector de humo		unidad	7	11,00	77,00	
Radio de comunicación		unidad	4	39,99	159,96	
Cámaras de seguridad (kit 8 cámaras)		juego	1	410,71	410,71	
DISTRACCIÓN	Bicicleta montañera Eagle con accesorios RIN 29, frenos de disco, suspensión bloqueo	unidad	7	350,00	2450,00	

Casco Eagle Poliuretano	unidad	7	18,00	126,00
Chaleco reflectivo para bicicleta	unidad	7	4,00	28,00
Bomba Beto	unidad	2	12,00	24,00
Tubo circular RIN 29	unidad	7	3,00	21,00
Bolso multiusos	uniidad	7	8,00	56,00
Pito o silbato	unidad	3	2,50	7,50
TOTAL		139	12165,33	18.014,44

Fuente: Las autoras (2019)

Muebles y enseres

La inversión total en muebles y enseres para las áreas administrativa, operativa, alojamiento y mantenimiento es de \$14.313,06. (Anexo 22, 23)

Tabla 82

Muebles y enseres

ÁREA	MUEBLES Y ENSERES				
	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
RECEPCIÓN LOBBY	Muebles de madera	juego	1	250,00	250,00
	Juego de Sala	juego	1	300,00	300,00
	Sofás	juego	1	140,00	140,00
	Cestos de Basura	unidad	2	2,10	4,20
	Coche Porta equipaje	unidad	1	250,00	250,00
EQUIPAMIENTO ADMINISTRATIVO	Escritorio	unidad	2	68,00	136,00
	Archivador aéreo	unidad	3	45,00	135,00
	Juego de sala	juego	1	300,00	300,00
	Sillas para administración	unidad	2	23,00	46,00
	Counter para recepción	unidad	1	50,00	50,00
	Sillas para recepción	unidad	1	47,99	47,99
	Cuadros decorativos	unidad	2	7,50	15,00
	Basureros	unidad	2	2,10	4,20
EQUIPAMIENTO RESTAURANTE – BAR	Mesas cuadradas de madera	unidad	15	60,00	900,00
	Sillas de madera	unidad	60	33,00	1980,00
	Sillas de Bebé	unidad	3	40,00	120,00
	Mueble para bar	unidad	1	100,00	100,00
	Basureros	unidad	5	2,10	10,50
	Basureros grandes	unidad	2	6,00	12,00
	Counter de cobro	unidad	1	50,00	50,00
	Taburetes	unidad	8	15,00	120,00
	Mesa de trabajo	unidad	1	170,00	170,00

	Mesas Refrigeradas	unidad	1	290,00	290,00	
	Mesa caliente	unidad	1	305,00	305,00	
ALOJAMIENTO	Cama dos plazas	unidad	8	120,00	960,00	
	Colchones 2 plazas	unidad	8	93,75	750,00	
	Cama básica 1,5 plazas	unidad	2	80,00	160,00	
	Literas mixtas	unidad	3	132,00	396,00	
	Colchones 1,5 plazas	unidad	8	80,00	640,00	
	Sofa cama Foam Chaide	unidad	2	220,00	440,00	
	Veladores	unidad	26	28,00	728,00	
	Lamparas	unidad	26	40,00	1040,00	
	Cajoneras	unidad	8	35,00	280,00	
	Jacuzzi	unidad	2	480,00	960,00	
	Mini – Bar	unidad	2	80,00	160,00	
	Cama Cuna	unidad	3	80,00	240,00	
	Basureros	unidad	8	2,10	16,80	
	Cuadros decorativos	unidad	18	7,50	135,00	
	EQUIPAMIENTO PISCINA – SPA	Lockers para piscina (10 casillas)	unidad	1	80,00	80,00
		Estanterías	unidad	3	20,00	60,00
Sombrillas		unidad	7	6,00	42,00	
Sillas para tomar sol		unidad	4	21,59	86,36	
Mesa redonda		unidad	7	19,23	134,61	
IBERICA PI						
Sillas Perugia PI		unidad	20	6,47	129,40	
Mesas de 6 niveles		unidad	1	50,00	50,00	
Cama de Masajes y Faciales		unidad	1	140,00	140,00	
Mesa de SPA		unidad	1	170,00	170,00	
Toallero SPA		unidad	2	98,00	196,00	
Jacuzzi		unidad	1	480,00	480,00	
Silla Estilista para SPA		unidad	1	45,00	45,00	
Lampara SPA		unidad	1	58,00	58,00	
TOTAL			292	5.229,43	14.313,06	

Fuente: Las autoras (2019)

Menaje

En lo que se refiere al menaje necesario para el Resort Turístico, la totalidad de la inversión en sus diferentes áreas es de \$7.518,12. (Anexo 22, 23)

Tabla 83

Menaje

ÁREA	MENAJE				
	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL

EQUIPAMIENTO RESTAURANTE – BAR

Plato cuadrado base 13” JFP130	unidad	60,00	2,27	136,20
Plato hondo cuadrado 10 JFQW100	unidad	60,00	1,92	115,20
Plato sopero 5 NRW5OW RESIS/5VKA03J	unidad	60,00	1,35	81,00
Plato cuadrado resistente KKBD58 P/T	unidad	60,00	0,67	40,20
Plato Postre	unidad	60,00	1,12	67,20
Caldero recortado 24/16 UMCO	juego	1,00	32,50	32,50
Caldero fundido #20 UMCO	unidad	1,00	8,88	8,88
Caldero fundido #22 UMCO	unidad	1,00	8,45	8,45
Caldero fundido #24 UMCO	unidad	1,00	11,62	11,62
Caldero fundido #26 UMCO	unidad	1,00	13,96	13,96
Caldero fundido #30 UMCO	unidad	2,00	17,82	35,64
Paila recortada #20 UMCO	unidad	1,00	6,12	6,12
Paila recortada #26 UMCO	unidad	1,00	9,11	9,11
Paila recortada #30 UMCO	unidad	1,00	14,04	14,04
Paila Récor # 50	unidad	2,00	44,63	89,26
Combo Olla de presión 2+4 Inducción UMCO	unidad	1,00	42,80	42,80
Tamalera #32 UMCO	unidad	2,00	32,29	64,58
Tamalera #28 un piso UMCO	unidad	1,00	25,55	25,55
Sartén MARBLE 20 UMCO	unidad	1,00	6,47	6,47
Sartén MARBLE 24 UMCO	unidad	1,00	8,21	8,21
Sartén MARBLE 28 T/V UMCO	unidad	1,00	12,65	12,65
Sartén MARBLE 28 UMCO	unidad	1,00	10,13	10,13
Sartén LUXURY 28 rojo inducción UMCO	unidad	1,00	9,15	9,15
Sarton FORGED 28cm rojo T/V UMCO	unidad	1,00	14,81	14,81
Sartén FORGED negro 20 inducción UMCO	unidad	1,00	9,81	9,81
Sartén FORGED 24cm rojo inducción UMCO	unidad	1,00	9,14	9,14
Copa Champaña Premier 4640AL	unidad	60,00	0,77	46,20
Copa 5416 AGUA RIOJA	unidad	60,00	0,87	52,20

	Vaso STRAUS bebidas 0358AL	unidad	60,00	0,79	47,40
	Vasos de Whisky	unidad	60,00	1,40	84,00
	Vasos para SHOTS	unidad	60,00	1,40	84,00
	Copa helado	unidad	60,00	0,77	46,20
	Taza cuadrada 210ML OPAL FKBD58 P/T	unidad	60,00	1,17	70,20
	Escurridor PRIMOR C/BASE REY	unidad	2,00	7,56	15,12
	Cuchara D/Mesa 2ST	unidad	60,00	0,50	30,00
	Tenedor D/Mesa ST	unidad	60,00	0,50	30,00
	Cuchillo D/Mesa ST	unidad	60,00	0,53	31,80
	Cucharita café ST	unidad	60,00	0,32	19,20
	Espátula 15 AC INOX abierta	unidad	2,00	2,18	4,36
	Cuchareta 15 AC INOX (15-15)	unidad	5,00	2,48	12,40
	Cucharon AC INOX 6 ONZ MH-317	unidad	5,00	1,61	8,05
	Espumadera 15 AC INOX 15-015	unidad	5,00	2,42	12,10
	Espátula abierta	unidad	3,00	1,36	4,08
	Espátula cerrada	unidad	20,00	1,53	30,60
	Porta cubiertos	unidad	20,00	3,73	74,60
	Canastilla multiuso para mesa	unidad	20,00	0,40	8,00
	Individuales X6	Kit	20,00	3,37	67,40
	Bandejas reforzada	unidad	20,00	1,70	34,00
	Saleros – Pimenteros	unidad	20,00	3,60	72,00
	Cuchillos de cocina # 9	unidad	5,00	1,68	8,40
	Cuchillos de cocina # 8	unidad	5,00	1,77	8,85
	Cuchillos de cocina # 7	unidad	5,00	1,68	8,40
	Cuchillos de cocina # 6	unidad	5,00	1,61	8,05
	Manteles para mesas	unidad	20,00	5,00	100,00
	Olla arrocera	unidad	3,00	81,72	245,16
	Tacho cónico CONSUPLAST	unidad	4,00	4,84	19,36
	Charol para Roomservice	unidad	2,00	18,20	36,40
	Recipientes BOWL	unidad	3,00	15,00	45,00
	Jarra de vidrio para jugo	unidad	15,00	6,90	103,50
ALOJAMIENTO	Cobija montañera 1 1/2 PLZ	unidad	15,00	8,37	125,55
	Cobija tigre 2 PLZ SISA Colibrí	unidad	15,00	9,64	144,60
	Sabana estampada 1 ½ PLZ económica	Kit	15,00	4,91	73,65
	Sabana estampada 2 PLZ económica	Kit	15,00	5,53	82,95
	Almohada Espuma Picada	unidad	20,00	3,00	60,00
	Almohada Evolution	unidad	20,00	4,00	80,00

Almohada Chaide y Chaide	unidad	20,00	7,00	140,00
Edredón Nórdico 2 plazas	unidad	10,00	12,28	122,80
Edredón Nórdico 1 ½ plazas	unidad	15,00	11,34	170,10
Protector de colchón 2 plazas	unidad	15,00	18,00	270,00
Protector de colchón 1 ½ plazas	unidad	15,00	14,00	210,00
Cortinas para ventanas	unidad	80,00	35,99	2879,20
Cortinas de baño	unidad	13,00	5,78	75,14
Alfombra rodapiés	unidad	18,00	13,49	242,82
Alfombra de Baño	unidad	20,00	8,96	179,20
Toallas de baño	unidad	15,00	4,11	61,65
Toallas Tocador	unidad	15,00	3,62	54,30
Armadores X10	Kit	7,00	2,35	16,45
Espejos para tocador	unidad	15,00	12,00	180,00
TOTAL		1551,00	719,20	7518,12

Fuente: Las autoras (2019)

Resumen de inversiones fijas

Tabla 84

Resumen de inversiones fijas

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	COSTO
Terreno	1	10.433,38
Infraestructura	1	170.107,29
Vehículo	1	15.340,00
Equipo de Oficina	54	5.193,54
Equipo de Computo	8	3.325,00
Maquinaria y Equipo	153	18.014,44
Muebles y Enseres	340	14.313,12
Menaje	1.586	7.518,12
TOTAL	1.804	244.244.83

Fuente: Las autoras (2019)

4.2.4.2.4 Gastos Diferidos.

Los gastos diferidos comprenden todos aquellos gastos necesarios para la implementación del Resort Turístico, así como también otros gastos que exige la elaboración del proyecto de factibilidad.

Estudio de Factibilidad

Para la realización del estudio de factibilidad se tomó en cuenta todos los aspectos más relevantes que conlleva el proyecto de “ALLPA NATURE” Resort & SPA, el cual tuvo un costo de \$820,00. (Anexo 24)

Tabla 85

Estudio de factibilidad

DETALLE	VALOR
Recursos Financieros	150
Recursos Materiales	100
Recursos Técnicos	100
Recursos Humanos	170
Proyecto Arquitectonico	300
TOTAL	\$ 820,00

Fuente: Las autoras (2019)

Gastos de Constitución

Para dar inicio a la actividad de la empresa de deben considerar todos los gastos necesarios para la constitución, los cuales se detallan a continuación.

Tabla 86

Gastos de constitución

DETALLE	VALOR
Honorarios notario escritura pública	550
Registro de la propiedad	450
Publicación	50
Pago para constitución de la compañía	400
Registro en el Ministerio de Turismo	15
Permiso de sanidad	250
Permiso Municipal	262,80
Permiso de Bomberos (Tipo B)	28
TOTAL	\$ 2.005,80

Fuente: Las autoras (2019)

4.2.4.2.5 Gasto Variable.

Se analiza el recurso humano que la empresa necesita para realizar normalmente sus funciones, teniendo en cuenta al nivel de actividad y de producción de bienes y servicios.

Talento Humano

El proyecto del Resort Turístico “ALLPA NATURE”, requiere contar con personal administrativo y operativo para el normal funcionamiento de las actividades previstas a brindarse en el Resort. (Anexo 25)

Tabla 87

Talento Humano - Sueldos administrativos

PERSONAL ADMINISTRATIVO			
Nº	Cargo	Sueldo mensual unitario	Total sueldo mensual
1	Gerente General/Asistente de RR.HH y Capacitaciones	611,79	611,79
1	Secretaria /Recepcionista	601,64	601,64
1	Contador/a	507,89	507,89
1	Asistente de Marketing y Ventas	401,85	401,85
TOTAL		2.123,17	2.123,17
PERSONAL OPERATIVO			
1	Valet Hotelero	397,08	397,08
1	Ama de Llaves	400,62	400,62
2	Mucamas	397,86	795,72
3	Personal de Limpieza	397,08	1.191,24
2	Chef Ejecutivo	600,44	1.200,88
4	Ayudante de Cocina	397,08	1.588,32
2	Sommelier	397,86	795,72
2	Meseros	397,86	795,72
2	Masajista	397,86	795,72
TOTAL		3.783,74	7.961,02
PERSONAL DE CONTRATO			
1	Operador de servicios de mantenimiento	300,00	300,00
2	Guía Turístico	500,00	1.000,00
1	Jardinero	300,00	300,00
1	Chofer	400,00	400,00
2	Guardia de Seguridad (Adelta seguridad)	400,00	800,00
TOTAL		1.900,00	2.800,00

Fuente: Las autoras (2019)

4.2.5 Requerimientos de los departamentos o áreas.

4.2.5.1 Requerimientos por área.

Tabla 88

Requerimiento de mano de obra para el Área de Talento Humano

SALARIOS ADMINISTRATIVOS							
Nº	Detalle	Sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15 %	Total
1	Gerente General/Asistente de RR.HH y Capacitaciones	\$611,79	\$7.341,48	\$611,79	\$394,00	\$891,99	\$9.239,26
1	Secretaria /Recepcionista	\$601,64	\$7.219,68	\$601,64	\$394,00	\$877,19	\$9.092,51
1	Contador/a	\$507,89	\$6.094,68	\$507,89	\$394,00	\$740,50	\$7.737,07
1	Asistente de Marketing y Ventas	\$401,85	\$4.822,20	\$401,85	\$394,00	\$585,90	\$6.844,30
TOTAL		\$2.123,17	\$25.478,04	\$2.123,17	\$1.576,00	\$3.095,58	\$32.913,14
SALARIOS OPERATIVOS							
Nº	Detalle	Total sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15 %	Total
1	Valet Hotelero	397,08	\$4.764,96	\$397,08	\$394,00	\$578,94	\$6.134,98
1	Ama de Llaves	400,62	\$4.807,44	\$400,62	\$394,00	\$584,10	\$6.186,16
2	Mucamas	795,72	\$9.548,64	\$795,72	\$394,00	\$1.160,16	\$11.898,52
3	Personal de Limpieza	1191,24	\$14.294,88	\$1.191,24	\$394,00	\$1.736,83	\$17.616,95
2	Chef Ejecutivo	1200,88	\$14.410,56	\$1.200,88	\$394,00	\$1.750,88	\$17.756,32
4	Ayudante de Cocina	1588,32	\$19.059,84	\$1.588,32	\$394,00	\$2.315,77	\$23.357,93
2	Sommelier	795,72	\$9.548,64	\$795,72	\$394,00	\$1.160,16	\$11.898,52
2	Meseros	795,72	\$9.548,64	\$795,72	\$394,00	\$1.160,16	\$11.898,52
2	Masajista	795,72	\$9.548,64	\$795,72	\$394,00	\$1.160,16	\$11.898,52

TOTAL	7961,02	\$95.532,24	\$7.961,02	\$3.546,00	\$11.607,17	\$118.646,43
TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS						\$151.559,57
PERSONAL POR CONTRATO						
PERSONAL POR CONTRATO AÑO 1						
Nº	Detalle	Sueldo mensual		Sueldo anual		
1	Operador de servicios de mantenimiento	\$	300,00	\$	3.600,00	
2	Guía Turístico	\$	1.000,00	\$	12.000,00	
1	jardinero	\$	300,00	\$	3.600,00	
1	Chofer	\$	400,00	\$	4.800,00	
2	Guardia de Seguridad (Adelta seguridad)	\$	800,00	\$	9.600,00	
TOTAL		\$	2.800,00	\$	24.000,00	
TOTAL REMUNERACIONES AÑO 1						\$175.559,57

Fuente: Las autoras (2019)

4.2.5.1.1 Gastos Operacionales.

Insumos

Teniendo en cuenta las preferencias de los turistas en relación con la competencia, se determinó que la principal materia prima será: cárnicos, arroz, verduras, mariscos, huevos, papas, pan, entre otros, ya que son productos indispensables en la preparación de desayunos, almuerzos y cenas, así como también en platos a la carta. Posteriormente se realizó un sondeo de los precios de los productos antes mencionados, los cuales se detallan en la siguiente tabla resumen:

Tabla 89*Resumen de costos de materia prima directa*

DETALLE	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO MENSUAL
Desayuno Inglés	1,86	20	37,20
Desayuno Americano	2,42	20	48,40
Desayuno Continental	1,18	20	23,60
Desayuno Buffet	3,76	20	75,20
Almuerzo	2,40	20	48,00
Cena	2,05	20	41,00
Carne asada	3,55	20	71,00
Pollo asado	3,05	20	61,00
Parrillada individual	10,50	20	210,00
Parrillada familiar	19,00	20	380,00
Corvina a la plancha	2,50	20	50,00
Cerviche de camarón	3,80	20	76,00
Ceviche de concha	3,50	20	70,00
Ceviche mixto	5,50	20	110,00
Arroz con mariscos	7,65	20	153,00
Cerveza nacional	1,25	20	25,00
Cerveza importada	2,29	20	45,80
Botella de Vino	10,00	20	200,00
Gaseosa personal	0,75	20	15,00
Gaseosa 3 litros	2,00	20	40,00
Gaseosa 2 litros	1,69	20	33,80
Gaseosas de 1 litro	1,25	20	25,00
Agua con gas	0,70	20	14,00
Agua sin gas	0,50	20	10,00
Jugos	0,50	20	10,00
TOTAL	93,65	500	1.873,0

Fuente: Las autoras (2019)

Se considero a la cantidad promedio de turistas que recibe la competencia respecto con el servicio de restaurante para establecer la cantidad de platos a realizarse, teniendo como resultado la cantidad de 20 platos. (Anexo 27)

4.2.5.1.2 Gastos de publicidad.

Considerando todos los medios que se requieren con respecto a publicidad a fin de promocionar el Resort Turístico, se detallan los siguientes gastos de publicidad en los que incurrirá la empresa.

Tabla 90
Gastos de publicidad

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VALOR DIARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	3,00	5,00	15,00	15,00	180,00	540,00
Prensa escrita	1,00	174,00	174,00	174,00	696,00	2.088,00
Trípticos	2000,00	0,09	175,53	-	175,53	526,59
Hojas	2000,00	0,05	103,03	-	103,03	309,09
Volantes	2000,00	0,10	195,59	-	195,59	586,77
Tarjetas de presentación (1000 u)	1,00	40,00	40,00	-	40,00	120,00
Redes Sociales	2,00	20,00	40,00	-	40,00	200,00
Banner	2,00	14,00	28,00	-	-	84,00
TOTAL	6009,00	253,24	711,15	189,00	1430,15	4.455,45

Fuente: Las autoras (2019)

En este sentido el Resort Turístico tendrá que invertir en un gasto anual de \$4.455,45 por concepto de publicidad en los diferentes servicios. (Anexo 23)

4.2.5.2 Requerimientos de costo de servicios básicos.

4.2.5.2.1 Suministros de Oficina.

La empresa tendrá un monto total anual de \$2.840,76 de los cuales se asignará el 25% por concepto de servicios y el 75% por concepto administrativo. (Anexo 23)

Tabla 91
Suministros de Oficina

DETALLE	CANT	VALOR UN	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL	SERV 25%	ADMI 75%
Resmas papel bond	3	13,95	41,85	502,20	125,55	376,65
Útiles de oficina	1	28,00	28,00	336,00	84,00	252,00
Tarjeta multiusos	4	3,50	14,00	168,00	42,00	126,00
Libro florete	2	36,95	73,90	886,8	221,7	665,10
Cartuchos impresoras Epson	6	10,08	60,48	725,76	181,44	544,32
Folder plastificado A4	5	3,70	18,50	222,00	55,50	166,50
TOTAL		96,18	236,73	2.840,76	710,19	2130,57

Fuente: Las autoras (2019)

4.2.5.2.2 Servicios Básicos.

El monto total anual por concepto de agua, luz, teléfono y demás servicios básicos que requiere el Resort Turístico es de \$11.832,00 de los cuales el 25% son destinados para el área administrativa y el 75% para los diversos servicios que posee la empresa.

Tabla 92
Servicios Básicos

DETALLE	CANT	VALOR MES	VALOR ANUAL	SERV 75%	ADMI 25%
Energía eléctrica	kw	280	3360	2520	840
Agua potable	m3	360	4320	3240	1080
Teléfono	minutos	90	1080	810	270
Internet	hora	83	996	747	249
TV cable		78	936	702	234
Gas	unidades	45	540	405	135
Combustible	galones	50	600	450	150
TOTAL		986	11832	710,19	2130,57

Fuente: Las autoras (2019)

4.2.5.2.3 Otros Gastos

Se consideraron los útiles de limpieza como gastos adicionales que tendrá la empresa, cuyo monto anual total es de \$74.656,80 de los cuales el 75% está designado los diferentes servicios, y el 25% para áreas administrativas.

Tabla 93
Útiles de Limpieza y otros gastos

DETALLE	CANT	VALOR UN	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL	SERV 75%	ADMI 25%
Trapeadores	5	3,8	45,6	547,2	410,4	136,8
Escobas	5	3	36	432	324	108
Recogedor	4	1,65	19,8	237,6	178,2	59,4
Útiles de aseo (cocina)	1	15	180	2160	1620	540
Productos de limpieza	1	100	1200	14400	10800	3600
Químicos para limpieza	1	85	1020	12240	9180	3060
Artículos de limpieza para suelos	1	60	720	8640	6480	2160
Consumibles de limpieza (mobiliario)	1	250	3000	36000	27000	9000
TOTAL	19	518,45	6221,4	74656,8	55992,6	18664,2

Fuente: Las autoras (2019)

4.2.6 Análisis de precios.

Las empresas que se consideraron como competencia directa para la implementación del Resort Turístico, fueron los establecimientos hoteleros de 4 estrellas situados en la ciudad de Ibarra, los cuales se detallan en el siguiente cuadro

Tabla 94
Análisis de precios

Producto	Competencia	Precio de la competencia
HOTEL AJAVÍ		
Suite Ajavi	Hotel Ajaví	\$ 195,10/ Noche
Habitación sencilla superior	Hotel Ajaví	\$97,60/ Noche
Habitación doble superior	Hotel Ajaví	\$128,10/ Noche
Habitación matrimonial superior	Hotel Ajaví	\$128,10/ Noche
Restaurante	Hotel Ajaví	\$15/ plato/ menú del día
Piscina y complementos	Hotel Ajaví	\$10
Salón de eventos	Hotel Ajaví	\$ 400/ ½ día
HOTEL IMPERIO DEL SOL		
Suite del Sol	Hotel Imperio del sol	\$100
Habitación doble	Hotel Imperio del sol	\$53
Habitación simple	Hotel Imperio del sol	\$42
Restaurante	Hotel Imperio del sol	\$10/ plato/ menú del día
Salón de eventos	Hotel Imperio del sol	\$ 350/ ½ día

Fuente: Las autoras (2019)

4.3 Estudio Ambiental y Administrativo

4.3.1. Identificación de impactos.

Para el análisis de los impactos ya puede ser positivos o negativos se elabora la matriz de identificación de impactos en los cuales se toma en cuenta los factores ambientales que tendrán impacto, así como también las acciones que se tomara en cuenta en la etapa de planificación.

Tabla 95
Identificación de Impactos

			ETAPA DE PLANIFICACIÓN										
			Modificación de hábitats	Alteración de la Cobertura Vegetal	Excavación superficial	Manejo y preservación de la fauna salvaje	Obtención de permisos	Delimitación del área	Evaluación de servicios básicos	Evaluación de vías de acceso y transporte			
Factores Ambientales			Acciones a Realizarse										
FACTORES AMBIENTALES	FACTORES FÍSICOS	AGUA	Calidad del agua										
			Recarga de Agua										
		SUELO	Suelos										
		Erosión											
		Geomorfología											
	AIRE	Material particular (Polvo)											
		Clima											
		Ruidos y Vibraciones											
	BIOLOGICOS	FAUNA	Perturbacion del habitat										
		Microfauna											
	Animales en general												
	Avifauna												
	FLORA	Cobertura vegetal y árboles circundantes											
	Microflora												
PERCEPTUA L	PAISAJE	Modificación del paisaje											
		Red de Servicios básicos y transporte											
		Alteración del Entorno											
SOCIO ECONÓMICOS CULTURALES	CULTURAL	Economía											
		Salud y seguridad											
		Espacios abiertos											
		Estilos de vida, patrones culturales											
	SOCIAL	Estabilidad Laboral											
		Calidad de vida de la población											
		Vinculación de la empresa con la sociedad											
	ECONÓMIC O	Generación de empleo											
		Liquidez empresarial											
	Infraestructura												

Fuente: Las autoras (2019)

4.3.1.1 Identificación de impactos en la etapa de construcción del proyecto.

Se identifica factores ambientales y las acciones a realizarse en la etapa de construcción con la finalidad de conocer los principales impactos que se desarrollará

Tabla 96
Identificación de Impactos en la etapa de construcción

			ETAPA DE CONSTRUCCIÓN																		
			Modificación de hábitats	Alteración de la Cobertura Vegetal	Alteración de la hidrología superficial	Modificaciones y control de las cuencas hidrográficas	Pavimentación	Ruido e introducción de vibraciones extrañas	Excavación y perforación superficial	Limpieza y desbroce	Reciclaje de Desperdicios	Manejo de Basuras									
Factores Ambientales			Acciones a Realizarse																		
FACTORES AMBIENTALES	FACTORES FÍSICOS	AGUA	Calidad del agua																		
		Recarga de Agua																			
		SUELO	Suelos																		
	Material de construcción																				
	Erosión																				
	Geomorfología																				
	AIRE	Material particular (Polvo)																			
	Clima																				
	Ruidos y Vibraciones																				
	BIOLOGICOS	FAUNA	Perturbación del habitat																		
Microfauna																					
Animales en general																					
Avifauna																					
FLORA	Cobertura vegetal y árboles circundantes																				
Microflora																					
PERCEPTUAL	PAISAJE	Modificación del paisaje																			
Red de Servicios básicos y transporte																					
Alteración del Entorno																					
Eliminación de residuos sólidos																					
SOCIO ECONÓMICOS CULTURALES	CULTURAL	Economía																			
		Salud y seguridad																			
		Espacios abiertos																			
	Estilos de vida, patrones culturales																				
	SOCIAL	Estabilidad Laboral																			
	Calidad de vida de la población																				
	Vinculación de la empresa con la sociedad																				
	ECONÓMICO	Generación de empleo																			
	Liquidez empresarial																				
Infraestructura																					
Reinversión del capital																					

Fuente: Las autoras (2019)

4.3.1.2 Identificación de impactos en la etapa de operación del proyecto.

Tabla 97
Identificación de impactos en la etapa de operación

			ETAPA DE OPERACIÓN																	
			Alteración de la Cobertura Vegetal	Alteración de la hidrología superficial	Modificación y control de las cuencas hidrográficas	Regadío de espacios verdes	Entorno paisajístico	Reforestación en zonas afectadas	Manejo de Basuras y residuos sólidos	Descargas líquidas	Lagunas de oxidación y estabilización	Control de malezas	Controles de insectos y plagas	Mantenimiento de equipo e instalaciones	Recepción de insumos, alimentos y productos químicos	Atención al cliente en los servicios y áreas afines del Resort				
FACTORES AMBIENTALES	FACTORES FÍSICOS	AGUA	Calidad del agua																	
			Recarga de Agua																	
		SUELO	Suelos																	
			Erosión																	
			Geomorfología																	
	AIRE	Temperatura																		
			Clima																	
			Ruidos y Vibraciones																	
	BIOLOGICOS	FAUNA	Perturbación del habitat																	
			Microfauna																	
			Animales en general																	
			Avifauna																	
		FLORA	Cobertura vegetal y árboles circundantes																	
		Microflora																		
	PERCEPTUAL	PAISAJE	Modificación del paisaje																	
			Agricultura																	
			Uso de químicos y detergentes																	
			Red de Servicios básicos y transporte																	
			Alteración del Entorno																	
			Eliminación de residuos sólidos																	
SOCIO ECONÓMICOS CULTURALES	CULTURAL	Economía																		
			Salud y seguridad																	
			Espacios abiertos																	
		Estilos de vida, patrones culturales																		
	SOCIAL	Estabilidad Laboral																		
		Calidad de vida de la población																		
		Vinculación de la empresa con la sociedad																		
	ECONÓMICO	Generación de empleo																		
		Liquidez empresarial																		
		Infraestructura																		
	Reinversión del capital																			

Fuente: Las autoras (2019)

Nota: en la identificación de impactos en la etapa de operación se establece varios factores que influyen, así como también varias actividades que se establece y son de principal ayuda para conocer de forma más detallada lo que se realizará

4.3.1.2.1 Magnitud del impacto.

Califica la dimensión o tamaño del cambio ambiental producido sobre un determinado recurso o elemento del ambiente

El cálculo de la magnitud hace referencia a la comparación entre el valor impactado de un recurso sobre el valor total de dicho recurso en toda la zona del proyecto o en la zona de influencia, por lo que se muestra los rangos con lo que se ha determinado la magnitud del impacto.

Tabla 98

Valor de impacto

MAGNITUD	SIGNO	VALOR
1	+	- Local
2	+	- Puntual
3	+	- Comunitario
4	+	- Regional

Fuente: Las autoras (2019)

Importancia

Se refiere a la significancia que tiene la actividad con el recurso afectado. Por lo que se propone rangos de importancia para la evaluación

Tabla 99

Valor de importancia

RANGO	VALOR DE IMPACTO
4	Alto positivo
3	Medio alto positivo
2	Medio bajo positivo
1	Bajo positivo
0	No existe incidencia (Neutro)
-1	Bajo negativo
-2	Medio bajo negativo
-3	Medio alto negativo
-4	Alto negativo

Fuente: Las autoras (2019)

4.3.2 Evaluación de impactos.

Tabla 100
Evaluación de Impactos

			Factores Ambientales	ETAPA DE PLANIFICACIÓN								Afectación total al Factor Ambiental	
				Modificación de hábitats	Alteración de la Cobertura Vegetal	Excavación superficial	Manejo y preservación de la fauna salvaje	Obtención de permisos	Delimitación del área	Evaluación de servicios básicos	Evaluación de vías de acceso y transporte		
FACTORES AMBIENTALES	FACTORES FÍSICOS	AGUA	Calidad del agua	2/3	2/3			2/4	1/3	3/3		10/16	5/95
			Recarga de Agua	-2/2	-1/2		2/2	2/2	1/1	2/2		4/11	
		SUELO	Suelos	-2/4	-1/2	-1/2	2/2	1/2	1/2		1/1	1/15	
			Erosión	-3/3	-1/2	-2/2	2/2		-1/2			-5/11	
			Geomorfología	-1/2		-2/3	1/2	1/2	-1/2		-1/2	-3/13	
		AIRE	Material particular (Polvo)	-2/2		-1/2	-1/2	2/2				-2/8	
	Clima		-1/2	2/2		2/2			2/2	2/2	7/10		
	BIOLOGICOS	FAUNA	Ruidos y Vibraciones	-1/2	-1/2	-2/3	-2/2			-1/2		-7/11	
			Perturbacion del habitat	-1/1	-1/2	-1/1	-1/1	1/1	-1/1	-1/1	-1/2	-6/10	
			Microfauna	-1/1	-1/1	-1/1	2/2		-1/1	-1/2		-3/8	
			Animales en general	-1/2	-1/2	-2/2	2/2		-1/2	1/2		-2/12	
		FLORA	Avifauna	-1/2	-2/2		3/3		-1/2	2/1		1/10	
			Cobertura vegetal y árboles circundantes	-1/2	-1/2	-2/3	1/2	2/2	-1/2	1/2	2/2	1/17	
			Microflora	-2/2	-1/2	-2/2	2/2		-1/2	1/2		-3/12	
			PERCEPTUAL	PAISAJE	Modificación del paisaje	-1/2	-1/2	-1/2	2/2	1/2	1/2	1/2	
Red de Servicios básicos y transporte					-2/2	2/2	-1/2		2/2	1/2	3/3	3/3	8/16
SOCIO ECONÓMICOS CULTURALES	CULTURAL	Alteración del Entorno	-1/2	-1/2	-1/1	2/2		-1/2	-1/2	2/2	-1/13		
		Economía	4/4	2/3	4/4	3/4				2/4	15/19		
		Salud y seguridad	2/3				2/2	2/2	2/2	2/2	10/11		
		Espacios abiertos	-1/2	-1/2	-1/2	2/2	1/2	-1/2	2/3	2/3	3/18		
	SOCIAL	Estilos de vida, patrones culturales				2/2	2/3		2/2	2/2	8/9		
		Estabilidad Laboral					2/2	2/2	2/2	2/2	8/8		
		Calidad de vida de la población				1/2	1/2		2/2	2/2	6/8		
	ECONÓMICO	Vinculación de la empresa con la sociedad					2/2	2/2	1/1	2/3	7/8		
		Generación de empleo			1/2	2/2	2/2	1/2	2/2	2/2	10/12		
		Liquidez empresarial					1/2		2/2	2/2	5/6		
		Infraestructura	-2/2				1/2	-1/2			-2/6		
Afectación total debido a la Acción				-19/47	-6/35	-15/34	29/42	28/38	1/38	28/42	26/36		
Total											72/312		
MAGNITUD				MAGNITUD : Es la alteración provocada en el factor ambiental y va precedido del signo + ó - (+ impacto positivos; - impactos negativos) y su rango es de 1 a 4									
IMPORTANCIA				de 1 a 4									

Fuente: Las autoras (2019).

Nota: La valoración de impactos en la etapa de planificación, las actividades positivas dentro del proyecto son evaluación de servicios y evaluación de vías de acceso ya que es una parte importante para el desarrollo del proyecto y beneficia al área de influencia, así como también existe actividades negativas por el impacto que causa de forma directa afectando a ciertos factores ambientales

Etapa de planificación

Tabla 101

Impacto Ambiental - Etapa de Planificación

FACTORES AMBIENTALES		MAGNITUD IMPACTO
AMBIENTAL	Factores Físicos	0,62
	Biológicos	-1,38
	Perceptual	3
TOTAL		2,24

Fuente: Las autoras (2019)

Nota: Los valores de la magnitud del impacto son el resultado obtenido en la evaluación de impactos dividido para el número total de factores ambientales correspondiente a cada sección de factores ambientales.

$$\text{Nivel de Impacto} = \sum/n = \frac{2,24}{3} = \mathbf{0,74}$$

Tabla 102

Impacto Socio económico cultural - Etapa de Planificación

FACTORES SOCIO - ECONÓMICOS - CULTURALES	MAGNITUD IMPACTO
CULTURAL	2,25
SOCIAL	2,33
ECONÓMICO	1,44
TOTAL	6,02

Fuente: Las autoras (2019)

Nota: Los valores de la magnitud del impacto son el resultado obtenido en la evaluación de impactos dividido para el número total de factores ambientales.

$$\text{Nivel de Impacto} = \sum/n = \frac{6,02}{3} = \mathbf{2,00}$$

Afectaciones negativas al factor ambiental

Para remediar las afectaciones negativas que sufre el factor ambiental en la etapa de planificación se elabora un plan de manejo ambiental con todas la medidas y requerimientos necesarias

Aspectos positivos para el factor ambiental

- Se considera las características físicas y químicas del lugar ya que es de gran importancia evaluar, para posteriormente realizar la implementación del proyecto en condiciones óptimas.
- En el aspecto cultural se analiza los diferentes factores y patrones culturales que tiene el sector para establecer un lineamiento con la empresa y de la misma forma respetar.

Salud y seguridad; se evalúa el factor ya que es de gran importancia para el tipo de servicio que se brindara y de la misma manera beneficiara al sector.

4.3.3 Planes de manejo.

1. Tabla 103

Plan de manejo ambiental para los impactos causados en la etapa de planificación

COMPONENTES	IMPACTOS	MEDIDAS	RESPONSABLE		CUANDO	REQUERIMIENTOS	COSTOS
SUELO	Excavación superficial	Identificar los sitios destinados al almacenamiento temporal de la vegetación removida, para ser utilizada nuevamente en la revegetalización de zonas intervenidas	Técnico	Gerente	Delimitación de áreas para próximamente realizar la construcción	Establecer áreas adecuadas	\$200
	Delimitación del área	Identificar áreas determinadas para no causar mayor impacto en áreas con características únicas	Técnico	Gerente	Reconocimiento del área e identificación de diversas áreas a establecerse	---	\$100
PAISAJES	Alteración de la cobertura vegetal	Realizar reforestación con plantas nativas del sector para no perder la peculiaridad del lugar	Técnico	Encargado del proyecto	Reconocimiento del área y desbroce de áreas naturales	---	\$100
	Deterioro del paisaje	Formular las técnicas para disponer la cobertura vegetal en los suelos desnudos y garantizar su regeneración	Técnico	Encargado del proyecto	Reconocimiento del área	Establecer técnicas de reforestación	\$200

Fuente: Las autoras (2019)

Tabla 104
Valoración de impactos en la Etapa de Construcción

			Factores Ambientales	ETAPA DE CONSTRUCCIÓN										Afectación total al Factor Ambiental		
				Modificación de hábitats	Alteración de la Cobertura Vegetal	Alteración de la hidrología superficial	Modificaciones y control de las cuencas hidrográficas	Pavimentación	Ruido e introducción de vibraciones extrañas	Excavación y perforación superficial	Limpieza y desbroce	Reciclaje de Desperdicios	Manejo de Basuras			
FACTORES AMBIENTALES	FACTORES FÍSICOS	AGUA	Calidad del agua	1/2	-2/2	-2/3	-2/3					-1/2	2/2	2/2	-2/16	-8/122
			Recarga de Agua	-1/2	2/2	-1/2	1/3				-1/2	-1/2			-1/13	
		SUELO	Suelos	-2/3	-1/3	-1/3	-2/3	-2/2			-1/2	2/2	2/2	3/3	-2/23	
			Material de construcción	-1/2	-1/2	-1/2	-1/2						2/2	2/2	0/12	
			Erosión	-1/2	-1/2	2/2	2/2	-2/2			-1/2	-1/2	2/3	2/3	2/120	
	BIOLOGICOS	FAUNA	Geomorfología	-1/2		-2/3		-1/2	-2/2	-1/2	2/2	2/2		-3/15		
			Material particular (Polvo)	-1/2	-1/1	-1/2	-1/1		2/1					-2/7		
			Clima		2/2	1/3	2/3							5/8		
		FLORA	Ruidos y Vibraciones	-1/2		-2/3				-2/3				-5/8		
			Perturbación del habitat	-2/2	-1/1						-2/2	2/2	2/3	-1/10		
	PERCEPTUAL	PAISAJE	Microfauna	-1/2	2/2			-1/3		-1/2	-1/2	2/2	2/3	2/16	-12/101	
			Animales en general	-1/2	-1/2	-2/3	-2/3	-1/2	-2/2	-1/2	-1/2	2/3	2/3	-7/24		
			Avifauna	-1/2	-2/2				-1/3	-1/2	-2/3	2/3	2/3	-3/18		
			Cobertura vegetal y árboles circundantes	-2/3	-2/3	-2/3	-1/2	-1/2		-1/1	-1/1	2/2	3/2	-5/19		
	SOCIO ECONÓMICOS CULTURALES	CULTURAL	Microflora	-1/1	-1/1			-1/2		-1/2	2/2	2/3	2/3	2/14		
Economía			4/4	2/3	4/4	3/4		2/2				2/4	17/21	36/68		
Salud y seguridad			2/3		-1/1			1/2			2/2	2/3	6/11			
Espacios abiertos			1/2	-1/1		-2/2				2/2	2/2	2/2	4/11			
SOCIAL		Estilos de vida, patrones culturales	2/3	-2/2	3/4	3/4		-1/2	-1/2	1/2	2/3	2/3	9/25			
		Estabilidad Laboral							1/2	1/2	1/2	1/2	4/8	18/37		
		Calidad de vida de la población			-2/2	2/3		-2/2		1/2	3/3	3/3	5/15			
Vinculación de la empresa con la sociedad				1/2	1/2		-1/2		2/2	3/3	3/3	9/14				
ECONÓMICO		Eliminación de residuos sólidos	-2/3	-2/2	-2/3	-2/1		2/3			2/3	2/3	-2/18	7/35		
		Generación de empleo					1/2		2/2	1/2	2/2	2/2	8/10			
	Liquidez empresarial	-1/2		-1/2	-1/2							-3/6				
	Infraestructura	-2/2	-1/2				-1/2			2/3	2/2	0/11				
		Reinversión del capital	-1/2			-1/2				2/2	2/2	2/8				
Afectación total debido a la Acción				-15/56	-14/41	-11/55	-5/49	-11/20	-6/27	-10/26	4/39	50/60	53/64	Total	35/437	
MAGNITUD				MAGNITUD : Es la alteración provocada en el factor ambiental y va precedido del signo + ó - (+ impacto positivos; - impactos negativos) y su rango es de 1 a 4												
IMPORTANCIA				IMPORTANCIA: Es el peso relativo que el factor ambiental considerado dentro del proyecto y fluctua de 1 a 4												

Fuente: Las autoras (2019)

Nota: en la etapa de construcción del proyecto las actividades que generan mayor impacto son: modificación de hábitats, alteración de la cobertura vegetal, alteración de la hidrología superficial, así como también la introducción de vibraciones extrañas por lo que existe modificación total del área también existe factores que tiene gran parte de afectación por lo que del mismo modo se establece planes de manejo ambiental ya sea para mitigar o disminuir los impactos generados por las actividades

Etapa de Construcción

Tabla 105

Impacto Ambiental - Etapa de Construcción

FACTORES AMBIENTALES		MAGNITUD IMPACTO
AMBIENTAL	Factores Físicos	-0,88
	Biológicos	-2
	Perceptual	-1,5
TOTAL		-4,38

Fuente: Las autoras (2019)

Nota: Los valores de la magnitud del impacto son el resultado obtenido en la evaluación de impactos dividido para el número total de factores ambientales correspondiente a cada sección de factores ambientales.

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum/n}{3} = \frac{-4,38}{3} = 1,46$$

Tabla 106

Impacto Socio económico cultural - Etapa de Construcción

FACTORES SOCIO - ECONÓMICOS - CULTURALES	MAGNITUD IMPACTO
CULTURAL	2,25
SOCIAL	2
ECONÓMICO	0,43
TOTAL	4,68

Fuente: Las autoras (2019)

Nota: Los valores de la magnitud del impacto son el resultado obtenido en la evaluación de impactos dividido para el número total de factores ambientales.

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum/n}{3} = \frac{4,68}{3} = 1,56$$

Afectaciones negativas al factor ambiental

Para la recuperación de los factores ambientales con mayor impacto ambiental se desarrollo un plan de manejo ambiental con los requerimientos y medidas necesarias.

Análisis de los beneficios de los factores ambientales

- ❖ En los factores de salud y seguridad son importantes por lo que se plantea mejorar e implementar en algunos casos los servicios que falta considerando las etapas para la construcción del proyecto
- ❖ Empleo, por la magnitud del proyecto tiene un realce importante para el sector, se toma en cuenta la mano de obra del sector ya que existe personal con formación profesional, así como también personas con conocimientos bastos en diferentes áreas.
- ❖ Red de transportes y servicios se plantea mejorar e implementar dichos servicios, juntamente con gobiernos autónomos parroquiales y cantonales, juntamente con la comunidad ya que será de beneficio para la misma.

Tabla 107

Plan de manejo ambiental para los impactos causados en la etapa de construcción

COMPONENTES	IMPACTOS	MEDIDAS	RESPONSABLE		CUANDO	REQUERIMIENTOS	COSTOS
SUELO	Cemento mezclado usado para la construcción	Trituración y reutilización en vías de acceso o disponer de un relleno autorizado	Técnico	Gerente	Construcción del establecimiento	----	----
	Material de construcción	Acumulación en sitio de materia reciclable, centro de reciclaje, relleno sanitario parte no utilizable Remediar hacer revegetación en cantidades pequeñas	Técnico	Gerente	Reconocimiento del área y identificación de diversas	Crear áreas adecuadas para el material de construcción que no se utilizo	----
	Suelo contaminado con aceite	que puedan ser tratadas mediante la mezcla de suelo de materiales como aserrín	Técnico	Encargado del proyecto	Utilizar maquinaria pesada	Revestimiento vegetal	-----
AIRE	Emisión de partículas	Manejo de materiales de construcción y sobrantes de excavación en las áreas de extracción, en obra y en sitios de disposición	Técnico	Encargado del proyecto	Utilización de material de construcción	Establecer plan de manejo adecuado para minimizar dicho impacto	\$200
	Emisiones sonoras	Prohibición del uso de bocinas o pitos de los vehículos que realicen actividades de construcción u operación	Técnico	Encargado del proyecto	Transportar material de construcción	Establecer charla con las personas que realizan dicho transporte	\$50

AGUA	Cambios físicos químicos del agua	Se determinará las estructuras requeridas para el paso de las corrientes que atraviesa	Técnico	Encargado del proyecto	Construcción de infraestructura	Establecer estructura para minimizar el impacto	\$1000
	Contaminación del agua	Establecer medidas de manejo para el paso provisional de las corrientes hídricas y evitar la contaminación en la etapa de construcción	Técnico	Ing. Ambientalista	Construcción de infraestructura	Plan de manejo adecuado para evitar la contaminación masiva	\$ 300
ESTÉTICOS Y DE INTERÉS HUMANO	Alteración del paisaje	Para minimizar los efectos sobre el componente físico será necesario establecer medidas adecuadas y correspondientes, para el uso adecuado de los recursos y evitar su alteración paisajística	Técnico	Ing. Ambientalista	Construcción de infraestructura	Plan de reforestación con plantas nativas del sector para no perder la peculiaridad	\$200
	Eliminación de residuos sólidos	Tratamiento adecuado de los residuos y establecer un área adecuada para este tipo de residuos	Técnico	Ing. Ambientalista	Construcción de infraestructura	Área para tratamiento de residuos sólidos	\$1000
FAUNA	Modificación de hábitats de animales por ruido	Implementar barreras de alimentos lejos de los lugares de construcción, especialmente para las aves ya que son los principales afectados	Técnico	Ing. Ambientalista	Construcción de infraestructura	Reforestación con plantas frutales	\$300

Fuente: Las autoras (2019)

Tabla 108
Valoración de impactos en la etapa de operación

		Factores Ambientales	ETAPA DE OPERACIÓN													Afectación total al Factor Ambiental		
			Atención de la Cobertura Vegetal	Alteración de la hidrología superficial	Modificación y control de las cuencas hidrográficas	Regado de espacios verdes	Eritmo paisajístico	Reforestación en zonas afectadas	Manejo de Basuras y residuos sólidos	Descargas líquidas	Lagunas de oxidación y estabilización	Control de malezas	Control de insectos y plagas	Mantenimiento de equipo e instalaciones	Recepción de insumos, alimentos y productos químicos		Atención al cliente en los servicios y áreas afines del Resort	
FACTORES AMBIENTALES	FACTORES FÍSICOS	AGUA	Calidad del agua	1/2	1/3	1/3	1/3	1/3	1/3	2/3	-2/3				2/3	-2/3		6/29
		Recarga de Agua	1/2	-1/1	1/2	-1/2	1/2	1/2	2/2	-2/2	-2/2			-1/2	-1/1	2/3		0/23
		SUELO	Suelos	-2/4		2/2	2/2	1/2	2/2	1/3	-1/2	-1/2	-1/2					2/23
	Erosión	-1/2			1/2	1/2	1/3	-2/3	-2/2			-1/1	-1/3	-1/3	-1/2		-7/23	
	Geomorfología	-1/2		-2/3		1/2	2/2	1/2			-1/2						0/13	
	AIRE	Temperatura	-1/2	-1/1	-1/2			2/1			-1/2	-1/2		-1/2			-4/12	
	Clima	-1/2	-1/2	-1/2		1/2	1/2	1/2				2/2	1/2				3/16	
	Ruidos y Vibraciones			-2/3				-2/3						-1/2	-1/2	-1/2	-7/6	
	BIOLOGICOS	FAUNA	Perfurbacion del habitat		-1/2	-2/2	2/1	1/1	2/2	2/2	-1/2		-1/2	-1/2				1/16
		Microfauna							2/2	-1/2	-1/2	-1/2	-1/2					-2/10
		Animales en general	-1/2	-1/2	-1/2	1/2	1/3	1/3	1/3	-2/3		-1/2	-1/2	-1/2	-1/2			5/28
	Avifauna	-1/2			1/2	1/2	1/3	1/3	-2/3		-1/3	-1/2	-1/3				-2/23	
	FLORA	Cobertura vegetal y árboles circundantes	1/2	1/2	1/2	1/3	1/3	1/3	1/3	-2/3		-1/2						4/23
	Microflora	1/2	1/1	1/2	1/2	2/2	2/2	2/2	-2/2	-1/2			-2/2	-1/2				4/21
	PERCEPTUAL	PAISAJE	Modificación del paisaje	-1/2	-2/1	-2/1	1/2	1/2	2/2	2/3	-2/3	-2/2	-2/2	-1/2	-1/2	-2/2		-9/26
Agricultura		-1/2	-1/1	-1/2	1/1	1/2		1/2	-1/2		1/1	1/1					1/14	
Uso de químicos y detergentes		-2/2	-1/2	-1/2		-1/1	1/2	1/2	1/2	2/1	-1/2		-2/2				-4/16	
Red de Servicios básicos y transporte		-1/2	-2/2	-2/2	1/2		2/2	2/2	-2/2				-2/2	-1/2			-5/18	
Alteración del Entorno		-1/2	-1/2	-1/2	2/2	2/2	2/2	2/3	-2/3	-2/2	1/2	1/2	-2/3		-1/1		0/28	
Eliminación de residuos sólidos	-2/3	-2/2	-2/2	-2/2	2/3	2/3	2/3	-2/2	1/2			-2/2	-2/2				-11/25	
SOCIO ECONÓMICOS CULTURALES	CULTURAL	Economía	4/4	2/3	4/4	3/4		2/2	1/2	1/1	1/2			1/1		1/2	20/25	
		Salud y seguridad	2/3	2/3	-1/1			1/2	2/2	-2/2	-2/2	-1/2	1/2	-1/3	-1/2			0/24
		Espacios abiertos	-1/2	-1/2	-1/2	1/2	1/2	2/3	2/3	-2/2	-1/2	-1/2	1/2					0/24
		Estilos de vida, patrones culturales	2/3	-1/2	-1/2	1/2	1/2	2/2	2/3	-2/3	1/2	-2/2	-1/1	-2/2	-1/2	2/2		3/30
	SOCIAL	Estabilidad Laboral					2/2	2/2				1/1	1/1	2/2	2/2	3/3		13/12
		Calidad de vida de la población		-1/2	-1/2	2/2	2/2	1/2	2/3	2/3	1/2		1/2	1/2	-1/2	2/2		11/26
		Vinculación de la empresa con la sociedad					1/2	2/2	3/3	-1/2		1/2	1/2	2/2	2/2	2/2		13/19
	ECONÓMICO	Generación de empleo				1/1		2/2	2/2			1/1	1/1	2/2		3/3		12/12
		Liquidez empresarial							2/2					2/2	1/2	2/2		7/8
Infraestructura	-1/2	-1/2	-1/2		-1/2		1/2	-1/2				-1/2					5/14	
Reinversión del capital					1/2	2/2	2/3				1/1			-1/2	2/2		7/12	
Afectación total debido a la Acción			-6/51	-11/36	-13/49	20/39	18/45	39/57	45/72	-31/55	-7/27	-7/36	0/33	-8/46	-11/32	17/24		
			12-18	7-18	10-23	23-3	22-4	41-2	47-2	4-35	6-13	6-15	9-9	12-20	5-16	19-2	Total	
																45/499		
MAGNITUD			MAGNITUD: Es la alteración provocada en el factor ambiental y va precedido del signo + ó - (+ impacto positivos; - impactos negativos) y su rango es de 1 a 4															
IMPORTANCIA			IMPORTANCIA: Es el peso relativo que el factor ambiental considerado dentro del proyecto y fluctúa de 1 a 4															

Fuente: Las autoras (2019)

Nota: Las actividades que generan mayor impacto son: alteración de la cobertura vegetal, alteración de la hidrología superficial, modificación y control de las cuencas hidrográficas, descargas líquidas son las actividades que generan mayor impacto por la utilización constante de los recursos del mismo modo afecta a los factores ambientales por dicho motivo se establece medidas de mitigación y prevención de impactos ambientales con la finalidad de disminuir el grado de impacto ambiental.

Etapa de Operación

Tabla 109

Impacto Ambiental - Etapa de Operación

FACTORES AMBIENTALES		MAGNITUD IMPACTO
AMBIENTAL	Factores Físicos	-0,87
	Biológicos	0
	Perceptual	3
TOTAL		2,13

Fuente: Las autoras (2019)

Nota: Los valores de la magnitud del impacto son el resultado obtenido en la evaluación de impactos dividido para el número total de factores ambientales correspondiente a cada sección de factores ambientales.

$$\text{Nivel de Impacto} = \sum/n = \frac{2,13}{3} = 0,71$$

Tabla 110

Impacto Socio económico cultural - Etapa de Operación

FACTORES SOCIO - ECONÓMICOS - CULTURALES		MAGNITUD IMPACTO
CULTURAL		1,43
SOCIAL		4,11
ECONÓMICO		1,31
TOTAL		6,85

Fuente: Las autoras (2019)

Nota: Los valores de la magnitud del impacto son el resultado obtenido en la evaluación de impactos dividido para el número total de factores ambientales.

$$\text{Nivel de Impacto} = \sum/n = \frac{6,85}{3} = 2,28$$

Afectaciones negativas al factor ambiental

Para la recuperación de los factores ambientales con mayor impacto ambiental en la etapa de operación, se desarrolló un plan de manejo ambiental con los requerimientos y medidas necesarias para su remediación en el lugar.

Análisis de los beneficios de los factores ambientales

- ❖ Factores físicos singulares, en el lugar existe lugares físicos de importancia cultural para la comunidad por lo que se plantea el cuidado adecuado de los lugares y se considera como un atractivo de interés turístico.
- ❖ Se respeta los estilos de vida y patrones culturales de la zona, por lo que también se considera un eje fundamental para dar a conocer a los turistas que visiten el lugar la identidad cultural.
- ❖ Con la creación de proyecto respecto a la mano de obra se contrata personal local lo que representa beneficioso para la zona y la empresa se compromete con la sociedad local.

2. Tabla 111

Plan de manejo ambiental en la etapa de operación

COMPONENTES	IMPACTOS	MEDIDAS	RESPONSABLE		CUANDO	REQUERIMIENTOS	COSTOS
SUELO	Erosión causada por el desgaste de la cobertura vegetal	Establecer lugares adecuados para evitar la erosión en distintas áreas del establecimiento	Técnico	Gerente	Visita continua de los turistas	Crear rutas adecuadas	\$ 200
	Alteración de espacios abiertos por la visita de turistas	Establecer rutas adecuadas para no causar daño a la flora y fauna única del lugar	Técnico	Gerente	Reconocimiento del área y identificación de diversas	Crear rutas adecuadas	\$ 200
	Modificación de hábitats especialmente de aves	Establecer rutas alternas donde no exista acumulación de fauna (aves) es uno de los principales animales vulnerables	Técnico	Gerente	Visita continua de los turistas	Crear rutas adecuadas	\$ 200
AGUA	Descargas líquidas	Realizar el tratamiento adecuado de las aguas residuales para evitar la contaminación de forma total	Técnico	Encargado del proyecto	Visita continua de los turistas	Plan de manejo para el tratamiento de aguas residuales	\$ 1000
	Alteración de la hidrología superficial	Establecer medidas para proteger las corrientes hídricas interceptadas, susceptibles de ser afectadas por las diferentes áreas en la etapa de operación del proyecto	Técnico	Encargado del proyecto	Visita continua de los turistas	Plan de protección de las cuencas hídricas	\$1000

	Modificación de las cuencas hidrográficas	Tratamiento adecuado de las descargas líquidas para evitar la modificación total de la cuenca hidrográfica	Técnico	Encargado del proyecto	Visita continua de los turistas	Plan de protección de las cuencas hídricas	\$1000
	Mantenimiento de equipo e instalaciones, derrame de componentes químicos	Establecer trampas de grasa, y tratamiento adecuado de los componentes químicos de limpieza	Técnico	Encargado del proyecto	Visita continua de los turistas	Equipo adecuado para el tratamiento adecuado de las grasas, y componentes químicos	\$500

Fuente: Las autoras (2019)

4.3.4 Estructura organizativa.

Es necesario constituir una correcta estructura organizacional, que sirva de apoyo para el personal del Resort Turístico, considerando que se establecerá de forma horizontal, permitiendo así, que las comunicaciones sean inmediatas y fluidas, evitando procesos burocráticos innecesarios.

De este modo también, se estará facilitando la información al personal conforme con sus respectivas actividades y responsabilidades dentro de la organización. Es por ello que se ve importante establecer en primera instancia la misión y visión de la empresa, con la finalidad de exponer lo que se pretende alcanzar con el proyecto.

MISIÓN

Ofrecer una experiencia inolvidable de alto nivel turístico, con trabajadores amables dispuestos a brindar servicios basados en estándares de calidad, excelencia, responsabilidad y buenas prácticas de turismo sostenible, garantizando la satisfacción del cliente nacional y extranjero.

VISIÓN

Establecerse para los próximos años como referencia turística de la comunidad Santa Rosa del Tejar, proveyendo de servicios con los más altos estándares de calidad y buenas prácticas de Turismo Sostenible de modo que favorezca al desarrollo turístico regional y nacional, contribuyendo a la vez con el crecimiento económico

4.3.4.1 Organigrama estructural.

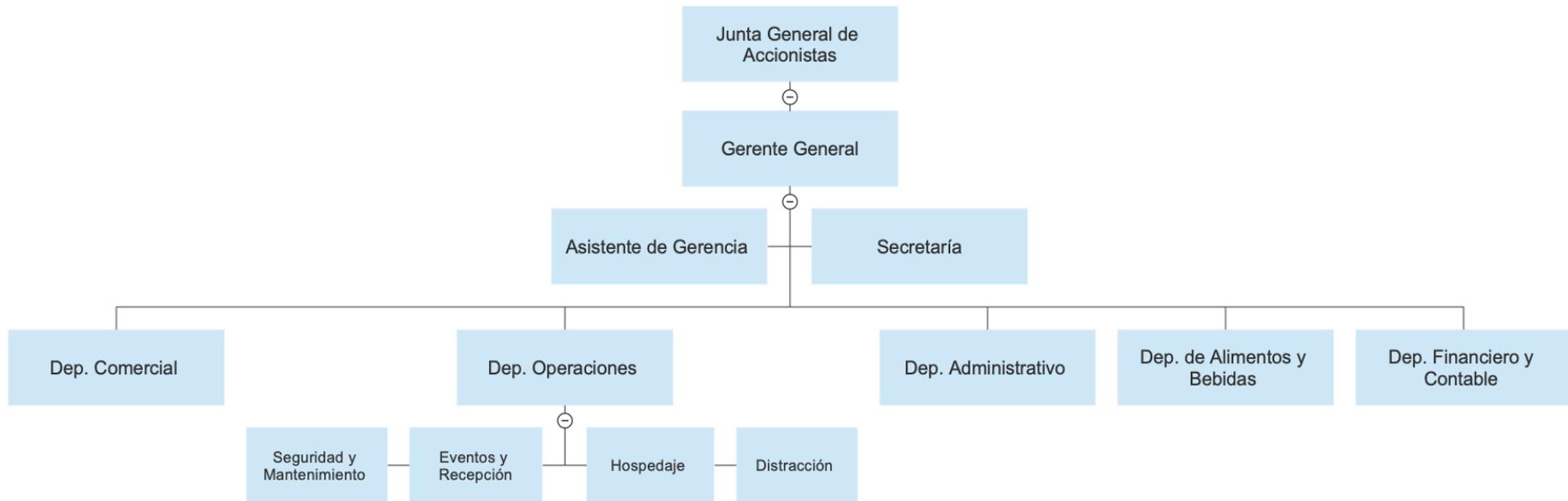


Figura 24 Organigrama Estructural del Resort Turístico
Fuente: Las autoras (2019)

4.3.4.2 Organigrama funcional.

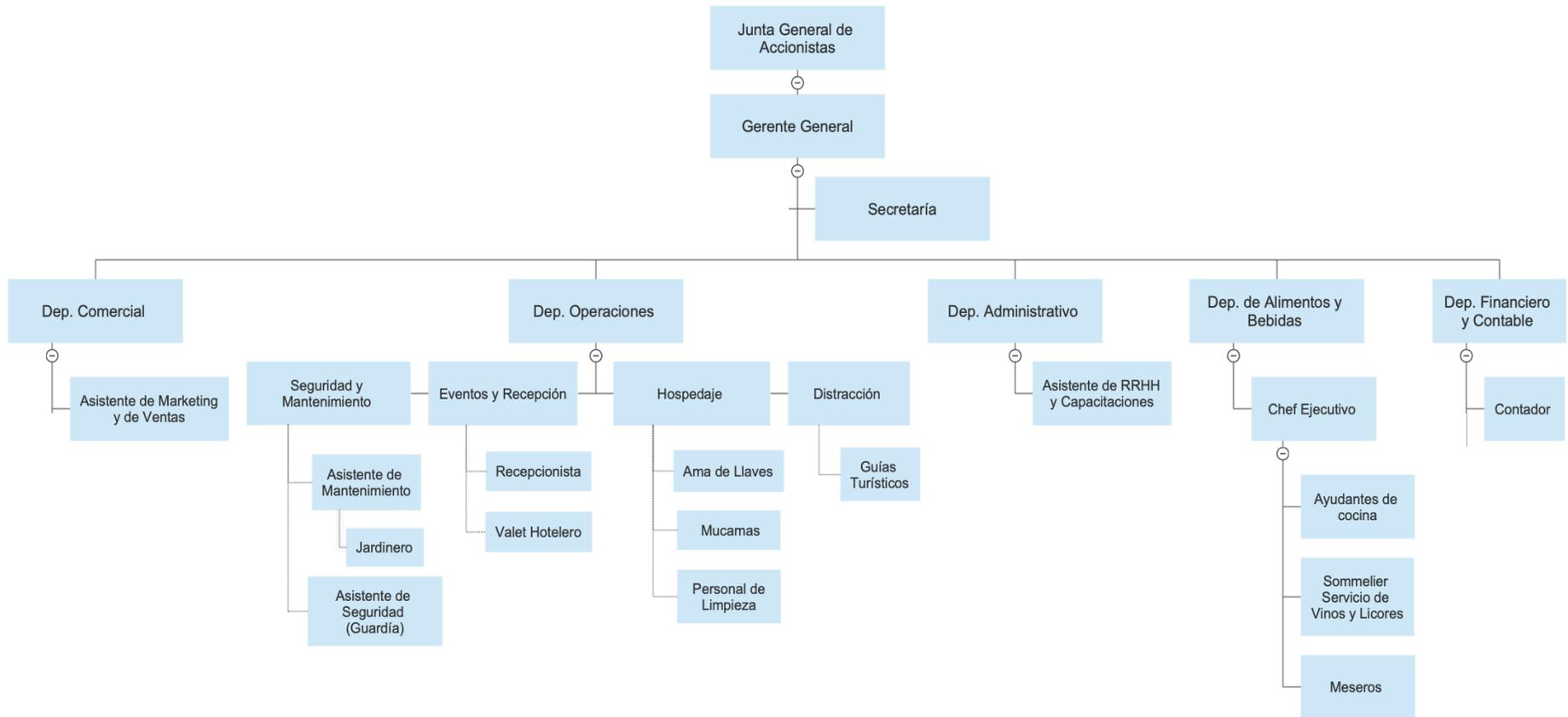


Figura 25 Organigrama Funcional del Resort Turístico
Fuente: Las autoras (2019)

4.3.5 Manual de funciones y políticas de remuneraciones.

4.3.5.1 Manual de funciones.

Las funciones del personal para cada puesto de trabajo se han definido con el fin de garantizar un nivel y calidad de servicios óptimos, conformada por los siguientes niveles jerárquicos:

- **Nivel directivo**

El nivel directivo está formado por los socios de “ALLPA NATURE Resort & SPA”, que incluye a la Junta General de Accionistas, cuya función y responsabilidad consiste en legislar las políticas, establecer las normativas y decretar resoluciones que permitan el mejor desarrollo administrativo y operacional de la empresa, así como también la toma de decisiones.

- **Nivel ejecutivo**

Integrado por el Gerente General del Resort Turístico, cuya responsabilidad consiste en el respectivo manejo de la organización, en cuanto a la planificación, orientación, dirección y control de las tareas administrativas que se desarrollan en la empresa.

- **Nivel asesor**

Compuesta por el Asistente de Gerencia, cuya función reside únicamente en aconsejar, informar y preparar proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, y demás áreas que concierne a la empresa.

- **Nivel auxiliar o de apoyo**

Se encuentra constituido por la Secretaría quien es responsable de apoyar a los demás niveles administrativos en cuanto a prestación de servicios de manera eficiente y oportuna.

- **Nivel operativo**

Este nivel se destaca como el más importante de la organización y el de segundo grado de autoridad, puesto que es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la

producción y comercialización, el cual se encuentra integrado por cinco departamentos.

- **Coordinaciones**

Corresponde a las unidades de mayor mando correspondientes de cada departamento, las cuales están encargadas de integrar las actividades de los departamentos independientes con el fin de perseguir las metas de la organización con mayor eficacia y eficiencia.

- **Puestos operativos**

Se encuentra conformada por las demás áreas correspondientes a las unidades operacionales, quienes son los encargados de realizar las tareas y procesos a fin de cumplir con los objetivos y metas de la empresa.

Es importante mencionar que luego de haber establecido los niveles jerárquicos en los que se encuentra estructurada el organigrama de la empresa, se requiere también identificar para cada puesto de trabajo las competencias, perfiles, funciones y los requerimientos mínimos del personal que se requiere en el Resort Turístico.

Tabla 112
Matriz de competencias

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
GERENTE	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Honestidad Autocontrol Compromiso con la organización Responsabilidad Creativo <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Capacidad de mando Capacidad para dirigir personas Habilidad para negociar 	<ul style="list-style-type: none"> Trabajo bajo presión Disponibilidad de tiempo completo Habilidad para interrelacionarse Mirada estratégica 	<ul style="list-style-type: none"> Representar a la organización en aspectos legales y administrativos. Formular y establecer políticas, normas y procedimientos administrativos. Planificar, organizar, dirigir y controlar el buen funcionamiento y crecimiento de la empresa. Formular los planes y programas que debe cumplir la empresa. Seleccionar, contratar y mover al personal previo conocimiento de la Junta General de Accionistas. Gestionar y coordinar las capacitaciones del personal de las cabañas ecológicas. 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL: Título en Ingeniero Comercial o afines</p> <p>EDAD: De preferencia de 25 años en adelante</p> <p>EXPERIENCIA: Experiencia mínimo dos años en cargos similares</p>
SECRETARIA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Ética profesional Confidencialidad Responsabilidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Orientación a resultados Habilidad en computación 	<ul style="list-style-type: none"> Buenas relaciones humanas Fluidez verbal 	<ul style="list-style-type: none"> Redactar documentos que sean solicitados por el gerente. Proporcionar información sobre trámites que están a su cargo. Registrar, clasificar y archivar documentos. Informar a los turistas sobre los diferentes servicios que dispone las cabañas ecológicas. Realizar el registro de los huéspedes, designar habitaciones y cobrar el pago de los servicios utilizados. Recibir reservaciones vía telefónica o internet. 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estudios superiores en secretariado bilingüe <p>EDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> Edad entre 22 y 45 años <p>EXPERIENCIA: Mínimo un año</p>

DEPARTAMENTO COMERCIAL				
PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
ASISTENTE DE MARKETING Y VENTAS	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Confidencialidad • Fluidez verbal • Proactivo, empático, visionario • Creatividad e innovación <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento numérico analítico • Manejo de base de datos • Alta capacidad de negociación • Gestión de recursos • Fundamento de redes e internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en atención al cliente • Enfoque en el cumplimiento de metas • Conocimiento de informática a nivel alto • Familiaridad con programas de telemarketing y relacionados. • Microsoft office a nivel intermedio • Software aplicable a sus labores 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar, colaborar y elaborar spot, videos y otros de carácter promocional. • Aportar datos e información relevante para el desarrollo de nuevas campañas de marketing • Analizar e investigar el mercado • Desarrollar planes de marketing que se adapten tanto a las particularidades del producto o servicio como a las características generales de la empresa. • Realizar los análisis necesarios sobre la competencia en los productos y servicios con los que cuenta, o que desea crear la institución, en estrecha relación con el área de negocios y operaciones. • Proponer la creación de nuevos productos de acuerdo a los estudios e investigaciones realizadas. • Colaborar con el diseño y difusión de la página web y diversos enlaces que tenga la institución • Organizar y mantener el banco de fotografía y videos institucionales • Realizar en coordinación con el Administrador de Agencia el análisis de la información que provenga de los buzones de sugerencias 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL: Titulado o bachiller en Marketing, ciencias de la comunicación y carreras afines</p> <p>EDAD: De 18 años en adelante</p> <p>EXPERIENCIA: Experiencia mínimo 1 año en cargos similares</p>

DEPARTAMENTO DE OPERACIONES				
SEGURIDAD Y MANTENIMIENTO				
PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
OPERADOR DE SERVICIOS Y MANTENIMIENTO	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organización • Ética profesional <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Capacidad para resolver problemas de forma inmediata 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento y manejo de insumos de limpieza de piscina, turco e hidromasaje • Manejo de equipos y maquinaria de piscina, turco e hidromasaje • Buenas relaciones humanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Atender al cliente con amabilidad. • Brindar información al cliente sobre los servicios que las cabañas dispone en el área de distracción. • Registrar la solicitud de pedido de servicio. • Encargarse del manejo y funcionamiento de las maquinas del área de distracción. • Brindar mantenimiento periódico a las maquinas. • Supervisar el área de trabajo. • Informar de desperfectos que se presenten con la maquinaria 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL: Bachiller</p> <p>EDAD: De 25 años en adelante</p> <p>EXPERIENCIA: Mínimo un año en cargos similares</p>
JARDINERO	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento y manejo de insumos jardinería • Conocimiento de tareas relacionadas a su área • Manejo de maquinaria de jardinería • Buenas relaciones humanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de todos los espacios verdes de las cabañas ecológicas. • Cuidar y abonar las plantas. • Programar la limpieza por áreas. • Cuidar los materiales que estén a su cargo. • Reportar cualquier novedad que se registre dentro y fuera de las instalaciones. 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL: Bachiller</p> <p>EDAD: De 20 años en adelante</p> <p>EXPERIENCIA: Mínimo dos años en cargos similares</p>

ESTRUCTURALES

- Ética profesional
- Organización
- Atención al cliente
- Personalidad Extrovertida
- Amabilidad

LABORALES

- Trabajo en equipo
- Conocimiento sobre el reglamento de salud y seguridad ocupacional
- Manual y normas de procedimientos

- Asistir a cursos, seminarios o charlas de capacitación
- Actuar en respuesta a los eventos que afectan a personas, información, propiedad y entorno.
- Utilizar en forma adecuado los equipos, medios, y materiales entregados para la identificación de personas y bienes.
- Vigilar y precautelar los intereses de los clientes
- Manejar buenas relaciones interpersonales
- Mantener en orden y limpio el lugar de trabajo
- Evitar actitudes que generen sospecha, acciones inusuales e injustificadas, para prevenir riesgos.
- Autoevaluar el desempeño de su trabajo
- Controlar el cumplimiento de las normas y disposiciones establecidas en la empresa.
- Controlar el ingreso y salida de vehículos a la empresa
- Supervisar las actividades o eventos especiales
- Atender a los visitantes, prestando información sobre aspectos generales de la empresa
- Mantener el aseo de las dependencias del servicio de serení y portería
- Verificar el uso de iluminación con relación a las necesidades de control.
- Registrar las novedades en el tiempo cumplido, e informar de anomalías.
- Velar por el mantenimiento y el orden, evitando cualquier acontecimiento que entorpezca el normal desarrollo de las actividades
- Realizar actividades de vigilancia, inspección, prevención y detección de anormalidades al interior de la Institución.
- Colaborar en la actuación frente a emergencias, de acuerdo al procedimiento designado en el entorno bajo su responsabilidad.

INSTRUCCIÓN**FORMAL:**

Bachiller

EDAD:

De 20 años en adelante

EXPERIENCIA:

Mínimo un año en cargos similares

EVENTOS Y RECEPCIÓN

RECEPCIONISTA

ESTRUCTURALES

- Ética profesional
- Confidencialidad
- Responsabilidad
- Atención a los clientes

LABORALES

- Orientación a resultados
- Habilidad en computación

- Resolución de conflictos
- Habilidad en computación
- Contar con habilidades de servicio al cliente
- Formación profesional sobre gestión de establecimientos hoteleros.
- Habilidades en comunicación, tanto escrita como verbal.
- Conocimientos administrativos, de ventas y comerciales.
- Dominio de, al menos, una lengua extranjera.
- Habilidades de herramientas especializadas (TIC), para la gestión de facturación y reservas.
- Proporcionar todo tipo de asistencia e información al cliente
- Realizan el *check-in* y el *check-out* de los clientes. Piden la documentación necesaria para registrarlo en una base de datos de Registro de Viajeros. Asigna y entrega las llaves de las habitaciones.
- Proporcionar todo tipo de información acerca del Resort Turístico "ALLPA NATURE"
- Mantienen un control de las personas que entran y salen del establecimiento, usando la cortesía. Debido a esto, pueden comunicarse con el equipo de seguridad cuando se precise.
- Realizar las respectivas tareas administrativas e informáticas, respecto con la disponibilidad de habitaciones, reservas y previsiones de llegada de los turistas.
- Facturar todas las consumiciones y servicios que haya consumido el huésped
- Realizar labores de información turística y de información de servicios, cambio de moneda extranjera

INSTRUCCIÓN FORMAL:

- Estudios superiores en secretariado bilingüe

EDAD:

- Edad entre 22 y 45 años

EXPERIENCIA:

Mínimo un año

OTROS:

Sexo Femenino
Buena presencia

VALET HOTELERO

ESTRUCTURALES

- Atención
- Orden
- Amabilidad
- Educado
- Habilidades interpersonales y comunicativas
- Capacidad de respuesta

LABORALES

- Atención al cliente
- Orden
- Trabajo directo con el público
- Capaz de seguir instrucciones
- Proporcionar asesoramiento
- Habilidad para resolver problemas

- Buenas relaciones humanas
- Fluidez verbal
- Agudeza auditiva
- Manejo de idiomas
- Atención al cliente
- Tener buena presencia, es parte de la imagen pública de la empresa
- Ser enérgico
- Estar dispuesto a cumplir órdenes
- Habilidad para resolver problemas

- Transportar el equipaje de los clientes
- Brindar información sobre las instalaciones y uso de equipos
- Manejo del idioma inglés
- Recibir paquetes y clasificar para su entrega
- Registrar a los huéspedes que llagan tarde
- Mantener las áreas públicas limpias y ordenadas
- Hacer las reservaciones de taxis, mesas de restaurante y otros a petición del cliente
- Aconsejar a los huéspedes sobre lugares y atracciones turísticas
- Llevar la comida a las habitaciones
- Preparar la sala de conferencias y de eventos
- Ayudar al personal del bar a cerrar y guardar los ingresos en la caja de seguridad
- registrar la salida de huéspedes que desean dejar el hotel muy temprano por la mañana
- Realizar encargos para huéspedes como, por ejemplo, mandar un documento por fax, u otros que el cliente necesite o requiera
- Participar en el traslado de muebles

INSTRUCCIÓN FORMAL:

- Técnico superior en gestión de alojamientos turísticos

EDAD:

- Edad entre 22 y 45 años

EXPERIENCIA:

Mínimo un año

HOSPEDAJE

AMA DE LLAVES

ESTRUCTURALES

- Ética profesional
- Confidencialidad
- Responsabilidad
- Atención a los clientes
- Honradez
- Iniciativa
- Actitud positiva

LABORALES

- Orientación a resultados
- Habilidad para resolver problemas
- Buenas relaciones interpersonales
- Conocimiento y preparación en el área hotelera y de administración

- Resolución de conflictos
- Utilización del mando de forma efectiva
- Optimizar los recursos materiales y humanos
- Capacidad para mantener una estrecha relación con los diferentes departamentos del Resort Turístico
- Gestionar sus actividades específicas
- Realizar y controlar la totalidad de las actividades requeridas hasta su efectiva concreción, teniendo en cuenta los criterios de calidad, productividad, seguridad, impacto ambiental y relaciones humanas.
- Conocimiento de contabilidad y buena administración de materiales e insumos
- Supervisar y controlar el área de habitaciones
- Organizar y supervisar el servicio de lavandería y lencería, prestando asistencia técnica y operativa.
- Organizar y controlar el servicio de pisos, áreas públicas, prestando asistencia técnica y operativa.
- Planificar y distribuir las habitaciones a cada personal a cargo, mucamas.
- Verificar el estado de la limpieza de las habitaciones y de los baños.
- Planificar el programa de mantenimiento y reparación de las anomalías.
- Planificar y distribuir las tareas y actividades a cada personal a cargo, lenceras, costureras, lavanderas, planchadoras.
- Control y mantenimiento del stock de la ropa del departamento de lencería.
- Encargada del personal de limpieza
- Capacitar al personal de su departamento
- Realizar el programa de horarios, vacaciones y descansos del personal del departamento

INSTRUCCIÓN

FORMAL:

- Administración en empresas turísticas o carreras afines

EDAD:

- Mayor de 24 años

EXPERIENCIA:

Mínimo dos años de experiencia en cargos similares

MUCAMAS

ESTRUCTURALES

- Ética profesional
- Organización
- Responsabilidad
- Confidencialidad
- Práctico y discreto

LABORALES

- Trabajo en equipo
- Manejo de idiomas
- Uso de herramientas de limpieza
- Técnicas de montaje de camas y presentación de piezas de menaje y otros elementos

- Conocimiento de insumos de limpieza
- Conocimiento de tareas relacionadas a su área
- Manejo de maquinaria y equipos de limpieza
- Buenas relaciones humanas
- Capacitación en el uso de elementos de emergencia como extinguidores, puertas de emergencia, sistemas de alarma, etc.
- Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones
- Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo
- Limpieza y mantenimiento integral de las habitaciones.
- Dotar de los aditamentos para la estadía y confort de los turistas.
- Lavado y planchado de los artículos de las habitaciones.
- Coordinación de los equipos de trabajo para mantenimiento del área de hospedaje.
- Responsable de los materiales que se le asignen.
- Informar a la administración de las diferentes novedades que se puedan producir dentro del área de alojamiento.
- Mantener el orden de los muebles en la habitación y áreas comunes.
- Realizar el arreglo y limpieza de las camas y habitaciones en general.
- Barrer y aspirar pisos y alfombras de las habitaciones
- Suministrar artículos de uso personal
- Uso de herramientas de limpieza
- Velar por la seguridad y privacidad del huésped

INSTRUCCIÓN FORMAL:

Bachiller

EDAD:

Mayor de 18 años

EXPERIENCIA:

Mínimo 1 año en tareas similares

PERSONAL DE LIMPIEZA

ESTRUCTURALES

- Ética profesional
- Organización
- Confidencialidad
- Honradez
- Actitud positiva

LABORALES

- Trabajo en equipo
- Responsabilidad
- Orden
- Prestar especial cuidado al manejar productos o herramientas
- Demostrar receptividad ante las instrucciones que se le indiquen
- Buenas relaciones humanas

- Conocimiento de insumos de limpieza
- Conocimiento de tareas relacionadas a su área
- Manejo de maquinaria y equipos de limpieza
- Capacitación en el uso de elementos de emergencia como extinguidores, puertas de emergencia, sistemas de alarma, etc.
- Manejo y métodos técnicos de limpieza
- Habilidad y destreza, tanto manual como visual (e inclusive, debe presentar un buen sentido del olfato) para utilizar las herramientas o maquinas necesarias.
- Presentar resistencia ante extendidos periodos de pie o caminando.
- Poseer suficiente flexibilidad y agilidad para ciertas acciones como torcerse, inclinarse, agacharse, arrodillarse o escalar.
- Realizar pedidos de útiles de aseo cuando sea necesario.
- Responsable de los materiales que se le asignen.
- Informar a la administración de las diferentes novedades que se puedan producir dentro del área de alojamiento.
- Mantener en los lugares designados para tal efecto, los muebles y equipos del establecimiento.
- Uso de herramientas automáticas de limpieza.
- Realizar la limpieza en general del establecimiento.
- Manejo de productos químicos de limpieza
- Desinfectar los cuartos de baño
- Limpieza de las áreas de uso común.
- Brindar apoyo para la seguridad de la infraestructura, oficinas, equipos, muebles y enseres de la entidad.
- Garantizar que los ambientes interiores y exteriores de la entidad, los equipos y muebles de las unidades orgánicas, estén siempre limpios en correspondencia al ambiente laboral.
- Otras funciones compatibles o inherentes al cargo, o que le asigne el Gerente de Administración.

INSTRUCCIÓN FORMAL:

Bachiller

EDAD:

Mayor de 18 años

EXPERIENCIA:

No es necesaria

DISTRACCIÓN

GUÍA TURÍSTICO

ESTRUCTURALES

- Ética profesional
- Organización
- Rendimiento psico-física
-

LABORALES

- Trabajo en equipo
- Capacidad para resolver problemas de forma inmediata
- Manejo de idiomas

- Conocimiento de normas de turismo de aventura
- Conocimiento y manejo de los equipos para canopy
- Preparación en canopy
- Concomimiento sobre la actividad de ciclo paseos
- Buenas relaciones humanas
- Motivar al turista
- Efectuar la bienvenida a los turistas que se dispongan hacer uso de los servicios de canopy y ciclo paseo
- Supervisar la unidad de transporte a utilizar
- Indicar a los turistas las precauciones e indicaciones de seguridad necesarias antes de efectuarse el transporte
- Mantenimiento de los equipos a su cargo
- Cumplir con las rutas establecidas
- Toma de decisiones en situaciones especiales que afecten al turista.
- Indicar a la administración sobre algún percance.
- Controlar el cumplimiento de las prestaciones contratadas
- Guiar al cliente durante su recorrido o actividad
- Promocionar servicios complementarios al plan de viaje
- Facilitar el vínculo de los visitantes con los recursos naturales y culturales

INSTRUCCIÓN

FORMAL:

Guía turístico profesional calificado

EDAD:

De 23 años en adelante

EXPERIENCIA:

Experiencia mínimo dos años en cargos similares

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO				
PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
ASISTENTE DE RR.HH Y CAPACITACIONES	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Organización • Proactividad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Gestión del talento • Toma de decisiones • Compromiso organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de gestionar la diversidad del mercado global de talento. • Habilidad para las relaciones interpersonales • Calidad en el servicio al cliente • Capacidad de organización • Manejo de relaciones interempresariales y gremiales Negociaciones nacionales e internacionales • Manejo de conflicto • Dirección y manejo de empresas • Producir informes sobre los procesos o trámites efectuados • Realizar cálculos matemáticos • Manejo de computadora • Familiaridad con indicadores y sistemas de reportes de proyectos de captación 	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de los Recursos Humanos • Reclutamiento y selección de los empleados de la empresa • Gestionar la evaluación de desempeños de los trabajadores • Realizar cálculos básicos • Actualiza y registra en los expedientes del personal, reposos, permisos, inasistencias y demás información relacionada con el personal de la institución. • Participa con el asistente de logística en la elaboración, organización y ejecución de programas y/o actividades de previsión social, higiene y seguridad en el trabajo, recreación y bienestar social para el trabajador. • Diseña y elabora cartelera de información general y de adiestramiento • Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas en el establecimiento • Rendir cuentas de las actividades realizadas a su superior 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL: Técnico Superior Universitario en Relaciones Industriales</p> <p>EDAD: De 23 años en adelante</p> <p>EXPERIENCIA: Seis meses de experiencia progresiva de carácter operativo en el área de Administración de Recursos Humanos.</p>

DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS				
PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
CHEF EJECUTIVO	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Organización • Control de inventarios <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Destreza culinaria • Trabajo equipo 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de recetas culinarias, nacionales e internacionales • Buenas prácticas de relaciones humanas • Aplicación de normas de higiene y seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar y controlar las compras • Encargarse de coordinar el almacenamiento de los alimentos en los diferentes cuartos y perchas. • Coordinar el control de inventarios. • Realizar las tareas de cocina, con respecto a la realización del menú del día y platos a la carta • Encargado de supervisar el mantenimiento del área de preparación de los alimentos • Realizar tareas relacionadas con el puesto. 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL: Chef de cocina, gastronomía</p> <p>EDAD: De 28 en adelante</p> <p>EXPERIENCIA: Experiencia en cocina mínimo dos años en cargos similares</p>
AYUDANTE DE COCINA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Destreza culinaria • Trabajo equipo • Manejo higiénico de suministros 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de recetas culinarias, nacionales e internacionales • Buenas prácticas de relaciones humanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Colaborar con el jefe de cocina con la preparación del menú y los platos típicos. • Ayudar en las compras y almacenamiento de los productos. • Mantener el sector de preparación de los alimentos siempre limpios. • Colaborar con la limpieza y aseo del área y los diferentes utensilios que se utilicen. • Se encarga de los pedidos necesarios de los ingredientes. 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL: Formación técnica en gastronomía</p> <p>EDAD: De 26 en adelante</p> <p>EXPERIENCIA: Experiencia en cocina mínimo dos años en cargos similares</p>

SOMMELIER / SERVICIO DE VINOS Y LICORES	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Destreza culinaria • Trabajo equipo • Manejo higiénico de suministros 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de recetas culinarias, nacionales e internacionales • Buenas prácticas de relaciones humanas • Conocimientos de enología y viticultura • Conocimientos de platos, salsas y gastronomía 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar el listado de vinos y compra • Trabajar en estrecha relación con el chef ejecutivo • Desarrollar y actualizar regularmente las cartas de vinos • Deben estar familiarizados con todos los vinos de la lista y con sus precios. • Mantener registros, hojas de cálculo o gráficos de ventas y comprobara los pagos de las facturas 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL: Formación culinaria</p> <p>EDAD: De 26 en adelante</p> <p>EXPERIENCIA: Experiencia en cocina mínimo dos años en cargos similares</p>
MESERO	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fluidez verbal • Habilidad para relacionarse con personas • Capacidad para trabajar bajo presión 	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones humanas • Ordenes de requisición • Operaciones matemáticas básicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar la bienvenida a los clientes. • Asignar una mesa a los clientes según el grupo o persona. • Conocer perfectamente los platos y sus respectivos precios. • Entrega del menú del día a los clientes. • Recepción de pedido y entrega del mismo a la cocina • Servir el pedido de manera organizada, cuidando el aspecto personal y de etiqueta. • Retirar los platos utilizados por los clientes de las mesas. • Realizar la limpieza de las mesas. 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL: Bachiller</p> <p>EDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad entre 18 y 35 años <p>EXPERIENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima un año en atención al cliente

DEPARTAMENTO FINANCIERO Y CONTABLE				
PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
CONTADOR/A	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Ética profesional Confidencialidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Capacidad de trabajo en equipo Capacidad para resolver problemas Destreza matemática Capacidad de análisis 	<ul style="list-style-type: none"> Manejo de paquetes informáticos Conocimiento de leyes tributarias actuales Buenas relaciones humanas 	<ul style="list-style-type: none"> Registro de las actividades contables de las cabañas. Asesorar a la Junta General de Accionistas y al Gerente sobre aspectos contables. Presentar a la gerencia informes periódicos sobre la disponibilidad de efectivo. Realizar los roles de pago del personal que labora en la empresa. Cancelar al IEES las aportaciones del personal de la empresa. 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL: Contabilidad Superior y Auditoría</p> <p>EDAD: De 24 años en adelante</p> <p>EXPERIENCIA: Experiencia mínimo 1 año en cargos similares</p>
ASISTENTE DE NÓMINA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Ética profesional Confidencialidad Iniciativa <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Capacidad de trabajo en equipo Destreza matemática Capacidad de análisis Manejo de computadora 	<ul style="list-style-type: none"> Manejo de paquetes informáticos Conocimiento de leyes tributarias actuales Buenas relaciones humanas Comprender órdenes, documentos y otros asuntos del área. 	<ul style="list-style-type: none"> Efectuar los cálculos correspondientes a la liquidación de nómina del personal de la empresa Emite cheques de nómina de personal, registrando datos en el microcomputador. Realiza el desglose de la nómina de personal y de cheques. Chequear por pantalla la información introducida en la base de datos. Elabora órdenes de pago Lleva el control de caja chica Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas 	<p>INSTRUCCIÓN FORMAL: Contabilidad Superior y Auditoría, y equivalentes</p> <p>EDAD: De 24 años en adelante</p> <p>EXPERIENCIA: Experiencia mínimo 1 año en cargos similares</p>

Fuente: Las autoras (2019)

4.3.5.2 Políticas de remuneraciones.

Teniendo en cuenta como base al marco laboral actual y el nivel jerárquico que conlleva cada puesto de trabajo, se pueden definir los tipos de contrato para los trabajadores de la empresa. Es así como se establece un contrato de tiempo indefinido (CTI) para los cargos que conlleva mayor responsabilidad y un mayor grado de confianza, así también se define un contrato temporal (CNT) para los cargos de nivel operativo.

En este sentido es importante mencionar que la definición de la remuneración fue en base a la Tabla de Salarios Mínimos Sectoriales para el año 2019, en donde se consideró la complejidad de las funciones y el perfil requerido para cada puesto de trabajo.

4.3.6 Requisitos legales para la construcción.

4.3.6.1 Tipo de empresa.

Se constituye la empresa como Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), lo que significa que el patrimonio personal no está afecto, en caso de que se contraigan deudas, siendo la responsabilidad solamente limitada al aporte. La sociedad se formará con 3 socios administradores y 7 socios accionistas, junto con el capital aportado en efectivo, será dividido en participaciones iguales e indivisibles. Se constituirá una Junta General constituida por los 3 aportantes administrativos, constituyéndose a un aportante administrativos como Gerente General encargado de la administración de la empresa. (Anexos 33)

4.3.6.1.1 Características generales para la constitución legal S.R.L

- Para la constitución de este tipo de sociedades es necesario un mínimo de un socio, aunque pueden ser más de uno. Cuando están formadas por uno sólo se denominan sociedades limitadas unipersonales. En estos casos, el socio puede ser una persona física o jurídica.
- La responsabilidad de los socios, como indica el propio nombre de la sociedad, está limitada al capital aportado, lo que significa que sólo responde de las deudas de la entidad por el capital invertido.

- El capital está dividido en participaciones, que son partes iguales acumulables e indivisibles del capital de una sociedad de responsabilidad limitada y que no pueden incorporarse a títulos negociables. Además, su transmisión está restringida (no es libre) y no pueden denominarse acciones.
- El capital mínimo para su constitución debe ser de \$3.000 dólares americanos, cifra que ha de estar totalmente suscrita y desembolsada en el momento de la constitución de la sociedad, lo que significa que no admite dividendos pasivos, es decir, que no se puede desembolsar posteriormente.
- En los casos en que se desee proceder a la transmisión de participaciones sociales, ha de comunicarse a los administradores la intención de traspaso, así como el número de participaciones que se desea vender, la identidad del adquirente y el precio pactado. No obstante, el resto de socios tienen derecho preferente a la adquisición. Además, dicha transmisión debe realizarse en documento público.
- Esta sociedad tributa por el Impuesto de Sociedades.

4.3.6.2 *Requisitos legales para la construcción.*

El Resort Turístico “ALLPA NATURE” para poder constituirse como un establecimiento hotelero de cuatro estrellas debe cumplir con ciertos requisitos que se establece en el Reglamento de Alojamientos Turísticos determinado por el Ministerio de Turismo, en el cual consta los siguientes parámetros que debe cumplir un Resort. (Anexo 34)

- Condiciones mínimas
- Requisitos generales
- Infraestructura
- Servicios
- Cuartos de baño y aseo en áreas comunes
- Habitaciones
- Instalaciones generales
- Accesos
- Ascensores

- Áreas de clientes – general
- Áreas de clientes – habitaciones
- Áreas de clientes – cuartos de baño y aseo habitaciones
- Servicios

4.3.6.3 Bases legales.

4.3.6.3.1 Minuta de constitución.

La minuta de constitución se la redacta por medio de un abogado en el cual se detalla el capital social y debe incluir:

- Pacto social
- Estatutos
- Designación de representantes
- Duración de los cargos
- Actividad económica

Los ítems que se toman en cuenta para esta sección son de carácter obligatorio, siendo requisito fundamental para el correcto registro y constitución de la empresa en materia legal, siendo sujetos a modificaciones y añadidura de más ítems que complementen el sustento legal para el correcto funcionamiento a criterio de los involucrados pero con la presencia de un representante legal en manera judicial (Notario) para que asesore, verifique, modifique y apruebe los distintos puntos según corresponda la actividad económica, jurídica y tributaria.

4.3.6.3.2 Escritura pública.

Se realiza mediante un notario público con el fin de legalizar la creación de la Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), en donde se incluye la minuta de constitución y los estatutos.

Sustento legal para la constitución de un alojamiento turístico

Al tratarse de sociedades mercantiles, han de constituirse en escritura pública, la cual deberá inscribirse en el Registro Mercantil. En la escritura de constitución, entre otros datos, deben incluirse los estatutos de la sociedad, los cuáles han de contener como mínimo:

- La denominación de la sociedad.
- El objeto social, determinando las sociedades que lo integran.
- El domicilio social de la organización.
- El capital social.

En el caso de las SL hay que especificar el número de participaciones en que se divide, su valor nominal y su numeración correlativa. Para las SA, se especificará la parte del valor del capital no desembolsado, así como la forma y el máximo en que han de satisfacerse los dividendos pasivos, además del número de acciones en que está dividido el capital social, su valor nominal, su clase y serie.

- El modo o modos en que se organizará la administración, en los términos establecidos por la ley.
- Cualquier pacto lícito o condición especial que los socios crean conveniente establecer.

4.3.6.3.3 Registro mercantil.

El notario luego de que la escritura pública haya sido suscrita por los socios, se elabora las partes y se envía a los registros públicos para su debida inscripción y registro Mercantil.

4.3.6.3.4 Afiliación a la cámara de turismo.

Debe contar con el Certificado de afiliación a la Cámara de Turismo, toda empresa que emprenda actividades de turismo.

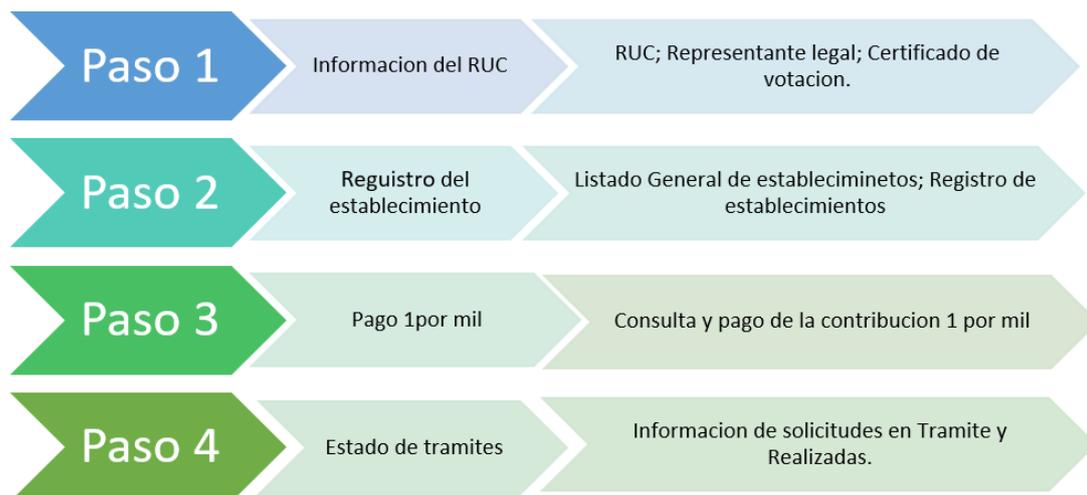


Figura 26 Proceso de afiliación a la cámara de turismo.
Fuente: Las autoras (2019) a partir de MITUR (2016)

4.3.6.3.5 Requisitos para su funcionamiento.

Es necesario la obtención de ciertos permisos para que el Resort Turístico pueda funcionar legalmente, tales permisos son: certificado de seguridad del cuerpo de bomberos, patente municipal, licencia de funcionamiento para lugares turísticos, permiso sanitario, permisos de la Intendencia de Policía. En este sentido se requiere también la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), así como también el número patronal (IESS).

4.3.6.3.6 Registro único de contribuyente (RUC).

Para que el servicio de rentas internas emita el número RUC a la empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01–A Y RUC01–B debidamente firmados por el representante legal o apoderado.
- Original y copia de la escritura pública de constitución.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia del nombramiento del representante legal.
- Copia a color de la cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Original y copia de la planilla de los servicios básicos (debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas).
- Copia de un documento que indique la ubicación del establecimiento.

- Original y copia de servicio de cuenta bancario.
- Original y copia del comprobante de pago de impuesto predial.

4.3.6.3.7 *Número patronal IESS.*

Se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción empleadores para conseguir la emisión del número patronal, donde se podrá:

- Actualizar los datos del registro patronal
- Escoger el sector al que pertenece
- Digital el número del RUC
- Seleccionar el tipo de empleador

Además, deberá acercarse a las oficinas de historia laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de entrega de clave
- Copia del RUC
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal y su delegado.

4.3.6.3.8 *Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos.*

Tiene como obligación todo establecimiento el obtener este certificado. Por lo cual es necesario adquirir un extintor, o realizar la carga anual. De acuerdo con las dimensiones del local, es lo que dependera el tamaño y número de extintores. Los requisitos para obtener este certificado son los siguientes:

- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigentes.
- Copia del RUC actualizado.
- Carta de autorización a favor de quien realice el trámite.
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Nombramiento del representante legal.
- Original y copia de la calificación anual, hasta el 31 de diciembre de cada año.
- Señalar dimensiones del local.

4.3.6.3.9 *Patente municipal.*

Para obtener la patente municipal es necesario lo siguiente:

- Original y copia del certificado de seguridad emitido por el cuerpo de Bomberos
- RUC actualizado.
- Llenar formulario de patente de comerciante.
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Nombramiento del representante legal y copia de escritura de constitución.

4.3.6.3.10 *Licencia de funcionamiento para lugares turísticos.*

- Solicitud en el formulario correspondiente.
- Copia del RUC.
- Copia de la escritura de constitución.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Certificado de registro y categorización en el Ministerio de Turismo.
- Original y copia de la lista de precios.
- Copia del depósito del 1 por mil sobre los activos fijos que posee el establecimiento.
- Haber cumplido con el pago de la patente municipal del año en curso.

El procedimiento de obtención de la licencia única anual de funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea de la Autoridad Nacional de Turismo, o de acuerdo con el procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia, según corresponda.

Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte del registro de turismo serán los siguientes:

- Pago del impuesto predial.
- Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.

- Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.
- Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

El solicitante debe acudir a las oficinas del Ministerio de Turismo portando todos los documentos antes mencionados y realizar la declaración en un formulario diseñado para el efecto.

4.3.6.3.11 Permiso de la Intendencia de Policía.

Para obtener el permiso de la Intendencia de Policía es indispensable contar con los siguientes requisitos:

- Copia del RUC
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal
- Certificado de propiedad o arrendamiento del establecimiento.

4.3.6.4 Situación tributaria (Formularios).

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria. Las obligaciones y formularios son los que se detallan a continuación:

- Impuesto a la renta: se debe llenar el formulario 101 Anual.
- Retenciones en la fuente: formulario 103 de forma mensual según el noveno dígito del RUC.
- Impuesto al valor agregado (IVA): formulario 104 de forma mensual conforme al noveno dígito del RUC.

4.3.6.5 Responsabilidad laboral.

De acuerdo con el código de trabajo vigente en el Ecuador, son obligaciones del empleador:

- Pagar a los trabajadores un sueldo que corresponde de acuerdo a lo establecido en la Ley.
- Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieran en el trabajo.

- Pagar a los trabajadores la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de realizar su trabajo.
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración
- Afiliar a los trabajadores al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS, desde el primer día de trabajo.
- Asumir el 11, 15% que corresponde al empleador por la seguridad social.
- Pagar horas extras y suplementarias
- Pagar los décimos tercero y cuarto sueldo
- A partir del segundo año de trabajo pagar los fondos de reserva

4.4 Estudio Económico y Financiero

4.4.1 Pre-factibilidad económica.

Es importante analizar el conjunto de gastos en los que se debe incurrir en el proyecto tales como: infraestructura, procesos de producción, avalúo del terreno, recursos humanos, equipamiento, entre otros, los cuales se detallan a continuación.

4.4.1.1 Activo Fijo y Diferido.

Se realizó una inversión fija en equipos, muebles, enseres y menaje, ya que son aspectos importantes para la ejecución del proyecto. También se consideró el valor del terreno respecto a las obras civiles, el cual se realizará en un área de 3.584 m²

Tabla 113

Activo Fijo - Terreno

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Obras civiles /Infraestructura	m2	3.584	\$170,107,29

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.1.2 Capital de Trabajo.

Son aquellos recursos que la empresa requiere para empezar a operar a un corto plazo, cuyo monto mensual total es de \$29.939,11, valor que se multiplica por los meses de operación en los que no se tendrá muchos ingresos, considerándolo para el total de la inversión que tendrá el Resort Turístico.

Tabla 114

Capital de Trabajo

CALCULO CAPITAL DE TRABAJO	ANUAL	MENSUAL	MESES DE OPERACIÓN (6)
Costos de producción	295.048,01	24.587,33	147.524,00
Gastos administrativos	49.821,61	4.151,80	24.910,81
Costos de ventas	11.899,75	991,65	5.949,87
Contingente	2.500,00	208,33	1.250,00
TOTAL	359.269,37	29.939,11	179.634,68

Fuente: Las autoras (2019)

Tabla 115*Inversiones para la realización del proyecto*

DENOMINACIÓN	Uso \$
ACTIVOS FIJOS	244.244,83
Terreno	10.433,38
Infraestructura	170.107,29
Vehículo	15.340,00
Equipo de Oficina	5.193,54
Equipo de Computo	3.325,00
Maquinaria y Equipo	18.014,44
Muebles y Enseres	14.313,06
Menaje	7.518,12
ACTIVOS DIFERIDOS	4.215,95
Promoción y publicidad	1.390,15
Constitución de la organización	2.005,80
Estudios de investigación	820,00
CAPITAL DE TRABAJO	179.634,68
Costos de Producción	147.524,00
Gastos Administrativos	24.910,81
Costos de Ventas	5.949,87
Contingencias	1.250,00
TOTAL	428.095,46

Fuente: Las autoras (2019)

El monto total de inversión es de \$428.095,46, cantidad que requiere el proyecto para su ejecución, teniendo en cuenta ciertos aspectos como; activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo.

4.4.1.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Para iniciar el proyecto fue necesario realizar una inversión en equipo, maquinaria y herramientas necesarias para generar los diferentes servicios que se ofrece en el Resort Turístico "ALLPA NATURE". En este sentido se considero las fuentes de financiamiento y una distribución de capital para los diferentes recursos que la empresa requiere, las cuales se detallan a continuación.

Tabla 116*Fuentes de financiamiento y uso de fondos*

DENOMINACIÓN	Uso \$	Recursos propios	Préstamo
ACTIVOS FIJOS	244.244,83	90.706,57	153.538,26
Terreno	10.433,38	10.433,38	0,00
Infraestructura	170.107,29	61.198,19	108.909,10
Vehículo	15.340,00	6.175,00	9.165,00
Equipo de Oficina	5.193,54	2.900,00	2.293,54
Equipo de Computo	3.325,00	1.500,00	1.825,00
Maquinaria y Equipo	18.014,44	5.000,00	13.014,44
Muebles y Enseres	14.313,06	2.000,00	12.313,06
Menaje	7.518,12	1.500,00	6.018,12
ACTIVOS DIFERIDOS	4.215,95	1.780,00	2.435,95
Promoción y publicidad	1.390,15	780,00	610,15
Constitución de la organización	2.005,80	900,00	1.105,80
Estudios de investigación	820,00	100,00	720,00
CAPITAL DE TRABAJO	179.634,68	15.608,89	164.025,79
Costos de Producción	147.524,00	13.450,00	134.074,00
Gastos Administrativos	24.910,81	750,00	24.160,81
Costos de Ventas	5.949,87	960,00	4.989,87
Contingencias	1.250,00	448,89	801,11
TOTAL	428.095,46	108.095,46	320.000,00

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.1.4 Financiamiento del proyecto

Para iniciar el proyecto fue necesario realizar una inversión en equipo, maquinaria y herramientas necesarias para generar los diferentes servicios que ofrece en el Resort Turístico "ALLPA NATURE", el cual se detalla a continuación.

4.4.1.4.1 Resumen de inversiones**Tabla 117***Resumen de inversiones*

DETALLE	VALOR
INVERSIÓN FIJA	248.460,78
CAPITAL DE TRABAJO	179.634,68
TOTAL	428.095,26

Fuente: Las autoras (2019)

La inversión que se requiere para realizar este proyecto es de \$428.094,26.

4.4.1.4.2 Estructura del financiamiento

La estructura del financiamiento está compuesta en primera instancia por el 25% del aporte de los tres socios administrativos y los siete socios accionistas que conforman la empresa de Sociedad de Responsabilidad Limitada y por el 75% que corresponde al valor que se financiará con crédito de la Corporación Financiera Nacional. (Anexo 33)

Tabla 118
Estructura del financiamiento

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Inversión propia	108.095,46	25%
Inversión financiada	320.000,00	75%
TOTAL	428.095,46	100%

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.1.5 Cálculo de Amortización

El crédito se lo realizará mediante el apoyo de la Corporación Financiera Nacional, para proyectos de emprendimiento, bajo los respectivos requisitos que impone la entidad financiera. (Anexo 30)

Monto: \$320.000,00

Tasa de interés: 8,95%

Tasa efectiva: 9,32%

Plazo: 5 años

Método: Alemán

Amortización: cada 30 días

Número de períodos: 60 (para amortizar el capital)

Tabla 119
Cálculo de amortización anual

AÑO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
0	\$69.480,00			\$240.000,00

2	\$65.184,00	21480	\$48.000,00	\$192.000,00
2	\$60.888,00	17184	\$48.000,00	\$144.000,00
3	\$56.592,00	12888	\$48.000,00	\$96.000,00
4	\$52.296,00	8592	\$48.000,00	\$48.000,00
5	\$65.184,00	4296	\$48.000,00	\$0,00

Fuente: Las autoras (2019)

Mediante el método alemán se procedió a realizar el cálculo de la amortización del capital del préstamo para un periodo estimado de cinco años, con una tasa de interés del 8,95% y una tasa efectiva del 9,32%, cuyos valores son significativos en la toma de decisiones para la ejecución del proyecto.

4.4.1.6 Cálculo de Depreciación.

4.4.1.6.1 Gastos de depreciación de activos no corrientes.

Para el cálculo de depreciación de activos no corrientes se utilizó el método de línea recta, de acuerdo con los porcentajes de depreciación de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno que se encuentra vigente.

Tabla 120

Depreciaciones de activos fijos

ACTIVOS NO CORRIENTES	COSTO	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Infraestructura	170.107,29	20	5%	8.505,36
Vehículo	15.340,00	5	20%	3.068,00
Equipo de Oficina	5.193,54	10	10%	519,35
Equipo de Computo	3.325,00	3	33,33%	1.108,33
Maquinaria y Equipo	18.014,44	10	10%	1.801,44
Muebles y Enseres	14.313,06	10	10%	1.431,31
Menaje	7.518,12	5	10%	1.503,62
TOTAL	244.250,88			18.513,21

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.2 Proyección Mano de Obra.

Se considera el personal administrativo y operativo con los cuales la empresa empezara su funcionamiento y cumplirán las funciones establecidas en cada área, se aprecia la cantidad de dinero que se invertirá desde el primer año hasta el año

5, con sus respectivos aportes, así como también se incluye el personal por contrato. (Anexo 32)

Tabla 121

Proyección de mano de obra

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra	\$168.715,27	\$190.770,59	\$192.907,22	\$195.067,79	\$198.537,13

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.3 Proyección Servicios Básicos.

Se detalla los servicios básicos considerados y necesarios para el funcionamiento del establecimiento en condiciones óptimas, así como también los suministros de oficina.

La siguiente tabla representa el consumo aparente de los servicios básicos en una proyección de los 5 años para los cuales se ha planteado el proyecto, así como también el crecimiento de la inflación del 1,12% anual

Tabla 122

Proyección de Servicios Básicos y Otros Gastos

DETALLE	OPERACIONAL				
AÑO	1	2	3	4	5
Energía Eléctrica	\$ 3.360,00	\$ 3.397,63	\$ 3.435,69	\$ 3.474,17	\$ 3.513,08
Agua Potable	\$ 4.320,00	\$ 4.368,38	\$ 4.417,31	\$ 4.466,78	\$ 4.516,81
Servicio Telefónico	\$ 1.080,00	\$ 1.092,10	\$ 1.104,33	\$ 1.116,70	\$ 1.129,20
Internet	\$ 996,00	\$ 1.007,16	\$ 1.018,44	\$ 1.029,84	\$ 1.041,38
Tv cable	\$ 936,00	\$ 946,48	\$ 957,08	\$ 967,80	\$ 978,64
Gas	\$ 540,00	\$ 546,05	\$ 552,16	\$ 558,35	\$ 564,60
Combustible	\$ 600,00	\$ 606,72	\$ 613,52	\$ 620,39	\$ 627,33
Total	\$11.832,00	\$11.964,52	\$12.098,52	\$12.234,02	\$12.371,05

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.4 Proyección Suministros de Oficina.

Se prevé de manera general un incremento gradual por concepto de suministros de oficina, los cuales se da mayor uso en el área administrativa.

Tabla 123
Proyección Suministros de Oficina

DETALLE	OPERACIONAL				
AÑO	1	2	3	4	5
Suministro de oficina	\$ 1.020,00	\$ 1.031,42	\$ 1.042,98	\$ 1.054,66	\$ 1.066,47
Total	\$ 1.020,00	\$ 1.031,42	\$ 1.042,98	\$ 1.054,66	\$ 1.066,47

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.5 Proyección Útiles de Limpieza.

Se proyecta de forma general los materiales de aseo que se utilizaran en el establecimiento con una proyección de 5 años por lo que se toma en cuenta la inflación del 1,12%

Tabla 124
Proyección útiles de limpieza

DETALLE	OPERACIONAL				
AÑO	1	2	3	4	5
Útiles de limpieza	\$ 2.400,00	\$ 2.426,88	\$ 2.454,06	\$ 2.481,55	\$ 2.509,34
Total	\$ 2.400,00	\$ 2.426,88	\$ 2.454,06	\$ 2.481,55	\$ 2.509,34

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.6 Proyección Gastos Administrativos.

Se detallan todos los gastos administrativos, de ventas y exportación en los que debe incurrir la empresa para poder brindar los servicios que se van a ofertar en el Resort Turístico "ALLPA NATURE".

Tabla 125
Proyección gastos administrativos, ventas y exportación

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneraciones del personal administrativo	\$25.490,48	\$25.775,97	\$26.064,67	\$26.356,59	\$26.651,78
Servicios básicos	\$11.832,00	\$11.964,52	\$12.098,52	\$12.234,02	\$12.371,05
Suministros y materiales de oficina	\$1.020,00	\$1.031,42	\$1.042,98	\$1.054,66	\$1.066,47
Materiales de aseo y limpieza	\$2.400,00	\$2.426,88	\$2.454,06	\$2.481,55	\$2.509,34

Depreciación equipos de computación	\$1.108,67	\$1.108,67	\$1.108,67		
Depreciación muebles de oficina	\$763,85	\$763,85	\$763,85	\$763,85	\$763,85

Total, gastos administrativos	\$42.615,01	\$43.071,32	\$43.532,75	\$42.890,67	\$43.362,49
--	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

GASTOS DE VENTAS Y EXPORTACIÓN

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
---------	-------	-------	-------	-------	-------

Remuneraciones del personal de ventas	\$6.836,45	\$6.946,49	\$7.392,13	\$7.117,54	\$7.184,51
---	------------	------------	------------	------------	------------

Depreciación del vehículo	\$3.068,00	\$8.000,00	\$8.000,00	\$8.000,00	\$8.000,00
------------------------------	------------	------------	------------	------------	------------

Total, gastos de ventas	\$9.904,45	\$14.946,49	\$15.392,13	\$15.117,54	\$15.184,51
------------------------------------	-------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

GASTOS DE FINANCIAMIENTO

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	\$ 21480	\$ 17184	\$ 12888	\$ 8592	\$ 4296

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.7 Proyección Gastos de Constitución.

Para la implementación del establecimiento se considera diferente gasto de constitución como los permisos de las instituciones competentes, así como los gastos de construcción que se detalla en el (Anexo 35)

Tabla 126

Proyección de gastos de constitución

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de constitución	\$ 2.005,80	\$401,16	\$401,16	\$401,16	\$401,16	\$401,16
Gastos de instalación	\$542.697,27	\$108.539,4	\$108.539,4	\$108.539,4	\$108.539,4	\$108.539,4
TOTAL	544.703,07	108.940,6	108.940,6	108.940,6	108.940,6	108.940,6

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.8 Proyección Gastos de Publicidad.

Los gastos de promoción y publicidad se han tomado en cuenta de acuerdo con las encuestas considerando los medios de información frecuentes de los turistas

que visitan la ciudad de Ibarra por lo que se considera diferentes medios de información.

Tabla 127

Proyección de gastos publicidad y promoción

PROYECCIÓN GASTOS PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN					
DETALLE	OPERACIONAL				
AÑO	1	2	3	4	5
Radio	\$ 540,00	\$ 546,05	\$ 552,16	\$ 558,35	\$ 564,60
Prensa escrita	\$ 2.088,00	\$ 2.111,39	\$ 2.135,03	\$ 2.158,95	\$ 2.183,13
Trípticos	\$ 526,59	\$ 532,49	\$ 538,45	\$ 544,48	\$ 550,58
Hojas Volantes	\$ 309,09	\$ 312,55	\$ 316,05	\$ 319,59	\$ 323,17
Afiches	\$ 586,77	\$ 593,34	\$ 599,99	\$ 606,71	\$ 613,50
Tarjetas de presentación (1000 u)	\$ 120,00	\$ 121,34	\$ 122,70	\$ 124,08	\$ 125,47
Redes Sociales	\$ 200,00	\$ 202,24	\$ 204,51	\$ 206,80	\$ 209,11
Banner	\$ 84,00	\$ 4.217,16	\$ 4.264,39	\$ 4.312,15	\$ 4.360,45
TOTAL	\$ 4.455,45	\$ 8.638,56	\$ 8.736,29	\$ 8.835,10	\$ 8.935,01

Fuente: Las autoras (2019)

Tabla 128

Personal de ventas y publicidad

REMUNERACIÓN PERSONAL VENTAS (sueldo administrativo)								
Detalle	S.M	S. A	Ap. Pat. 12,15 %	Ap. Pe 9,35 %	10° 3ro	10° 4to	Vac	Total Anual
Asistente de Marketing y ventas	401,85	4.822,20	585,90	439,42	401,85	394,00	200,93	6.844,30

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.9 Ingresos.

Para la proyección de los ingresos se consideró los servicios que se va ofertar en el resort como son: restaurante, hospedaje, bar-discoteca, salón de eventos, áreas húmedas y los servicios complementarios que son: excursiones y ciclo paseos.

4.4.9.1 Proyección de Ingresos por Ventas.

Para la proyección de ingresos por ventas de cada uno de los servicios se ha tomado en cuenta la proyección de los clientes que consumen los distintos servicios a ofertar

Tabla 129
Proyección de Ingresos

SERVICIO DE HOSPEDAJE							
NIVEL DE CAPACIDAD	ANUAL	MENSUAL	AÑO 1 16%	AÑO 2 18%	AÑO 3 20%	AÑO 4 22%	AÑO 5 24%
Hospedaje Resort	2615	218	2615	2903	3222	3577	3970
Costo unitario			\$135,00	\$138,04	\$139,59	\$141,15	\$142,73
TOTAL, INGRESOS			\$353.080,66	\$400.747,69	\$449.812,03	\$504.883,42	\$566.697,31

SERVICIO DE RESTAURANTE							
NIVEL DE CAPACIDAD	ANUAL	MENSUAL	AÑO 1 17%	AÑO 2 18%	AÑO 3 18%	AÑO 4 23%	AÑO 5 25%
Restaurante Resort	2271	189	2271	2520	2408	3105	3447
Costo unitario			\$5,50	\$5,62	\$5,68	\$5,75	\$5,81
TOTAL, INGRESOS			\$12.483,33	\$14.168,62	\$13.688,93	\$17.850,39	\$20.035,85

BAR - DICOTECA							
NIVEL DE CAPACIDAD	ANUAL	MENSUAL	AÑO 1 16%	AÑO 2 18%	AÑO 3 20%	AÑO 5 22%	AÑO 6 24%
Bar - Discoteca Resort	2098	175	2098	2329	2585	2869	3185
Costo unitario			\$2,00	\$2,05	\$2,07	\$2,09	\$2,11
TOTAL, INGRESOS			\$4.196,16	\$ 4.290,68	\$ 4.436,46	\$ 4.638,58	\$ 4.904,23

SALÓN DE EVENTOS							
NIVEL DE CAPACIDAD	ANUAL	MENSUAL	AÑO 1 16%	AÑO 2 18%	AÑO 3 20%	AÑO 4 22%	AÑO 5 24%
Salón de Eventos Resort	1954	163	1954	2169	2408	2673	2967

Costo unitario			\$5,00	\$5,11	\$5,17	\$5,23	\$5,29
TOTAL INGRESOS			\$9.771,87	\$11.091,10	\$12.449,01	\$13.973,17	\$15.683,93

ÁREAS HÚMEDAS							
NIVEL DE CAPACIDAD	ANUAL	MENSUAL	AÑO 1 16%	AÑO 2 18%	AÑO 3 20%	AÑO 4 22%	AÑO 5 24%
Áreas Húmedas Resort	1954	163	1954	2169	2408	2673	2967
Costo unitario			\$6,00	\$6,14	\$6,20	\$6,27	\$6,34
TOTAL, INGRESOS			\$11.726,24	\$13.309,33	\$14.938,81	\$16.767,80	\$18.820,72

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS (EXCURSIONES, CICLO PASEOS, SPA)							
NIVEL DE CAPACIDAD	ANUAL	MENSUAL	AÑO 1 16%	AÑO 2 18%	AÑO 3 20%	AÑO 4 22%	AÑO 5 24%
Servicios complementarios	9743	812	9743	10815	12005	13325	14791
Costo unitario			\$30,00	\$30,68	\$31,02	\$31,37	\$31,72
TOTAL, INGRESOS			\$292.293,88	\$331.754,50	\$372.371,87	\$417.962,10	\$469.134,04

SERVICIO ALL INCLUSIVE							
NIVEL DE CAPACIDAD	ANUAL	MENSUAL	AÑO 1 16%	AÑO 2 18%	AÑO 3 20%	AÑO 04 22%	AÑO 5 24%
TODO INCLUIDO	2505	209	2505	2780	3039	3425	3802
Costo unitario			\$183,50	\$187,63	\$189,73	\$91,86	\$194,01
TOTAL, INGRESOS			\$ 459.592,75	\$ 521.639,26	\$ 576.534,47	\$ 657.189,10	\$ 737.650,07

Fuente: Las autoras (2020)

Leyenda: Anual: se toma de la proyección de los clientes para cada servicio

Precios: se toma en cuenta 2 factores los costos de producción de cada servicio, los precios de la competencia de lo que se ha realizado un promedio

Años proyección: se toma en cuenta la inflación de cada año del 1,12% según el banco central

Los ingresos totales de cada servicio se incluye la ganancia y los impuestos

Tabla 130
Presupuesto de ingresos

SERVICIO / PRODUCTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5						
	PRECIO	CANTIDAD	INGRESOS AÑO 1	PRECIO	CANTIDAD	INGRESOS AÑO 2	PRECIO	CANTIDAD	INGRESOS AÑO 3	PRECIO	CANTIDAD	INGRESOS AÑO 4	PRECIO	CANTIDAD	INGRESOS AÑO 5
HOSPEDAJE		1.680	194.880		1.699	199.270		1.718	203.758		1.737	208.348		1.757	213.041
Suite Presidencial	150,00	336	50.400,00	151,68	340	51.535,28	153,38	344	52.696,14	155,10	347	53.883,14	156,83	351	55.096,88
Suite Junior	130,00	336	43.680,00	131,46	340	44.663,91	132,93	344	45.669,99	134,42	347	46.698,72	135,92	351	47.750,63
Habitación Superior (matrimonial)	110,00	336	36.960,00	111,23	340	37.792,54	112,48	344	38.643,83	113,74	347	39.514,30	115,01	351	40.404,38
Doble Superior	110,00	336	36.960,00	111,23	340	37.792,54	112,48	344	38.643,83	113,74	347	39.514,30	115,01	351	40.404,38
Triple Superior	80,00	336	26.880,00	80,90	340	27.485,48	81,80	344	28.104,61	82,72	347	28.737,68	83,64	351	29.385,00
DISCOTECA	3,50	4.800	16.800,00	3,54	4.854	17.178,43	3,58	4.908	17.565,38	3,62	4.963	17.961,05	3,66	5.019	18.365,63
SALONES	5,00	3.600	18.000,00	5,06	3.640	18.405,46	5,11	3.681	18.820,05	5,17	3.722	19.243,98	5,23	3.764	19.677,46
Salón Cultural	5,00	3.600	18.000,00	5,06	3.640	18.405,46	5,11	3.681	18.820,05	5,17	3.722	19.243,98	5,23	3.764	19.677,46
RESTAURANTE			3.027,00			3.095,18			3.164,90			3.236,20			3.309,09
Desayuno Inglés	3,50	20	70,00	3,54	20	71,58	3,58	20	73,19	3,62	21	74,84	3,66	21	76,52
Desayuno Americano	4,50	20	90,00	4,55	20	92,03	4,60	20	94,10	4,65	21	96,22	4,71	21	98,39
Desayuno Continental	3,00	20	60,00	3,03	20	61,35	3,07	20	62,73	3,10	21	64,15	3,14	21	65,59
Desayuno Buffet	8,00	20	160,00	8,09	20	163,60	8,18	20	167,29	8,27	21	171,06	8,36	21	174,91
Almuerzo	5,50	20	110,00	5,56	20	112,48	5,62	20	115,01	5,69	21	117,60	5,75	21	120,25
Cena	5,50	20	110,00	5,56	20	112,48	5,62	20	115,01	5,69	21	117,60	5,75	21	120,25
Carne asada	6,00	20	120,00	6,07	20	122,70	6,14	20	125,47	6,20	21	128,29	6,27	21	131,18
Pollo asado	6,00	20	120,00	6,07	20	122,70	6,14	20	125,47	6,20	21	128,29	6,27	21	131,18
Parrillada individual	13,50	20	270,00	13,65	20	276,08	13,80	20	282,30	13,96	21	288,66	14,12	21	295,16
Parrillada familiar	23,75	20	475,00	24,02	20	485,70	24,28	20	496,64	24,56	21	507,83	24,83	21	519,27
Corvina a la plancha	7,00	20	140,00	7,08	20	143,15	7,16	20	146,38	7,24	21	149,68	7,32	21	153,05
Ceviche de camarón	7,00	20	140,00	7,08	20	143,15	7,16	20	146,38	7,24	21	149,68	7,32	21	153,05
Ceviche de concha	6,00	20	120,00	6,07	20	122,70	6,14	20	125,47	6,20	21	128,29	6,27	21	131,18
Ceviche mixto	8,50	20	170,00	8,60	20	173,83	8,69	20	177,74	8,79	21	181,75	8,89	21	185,84
Arroz con mariscos	10,50	20	210,00	10,62	20	214,73	10,74	20	219,57	10,86	21	224,51	10,98	21	229,57
Cerveza nacional	2,50	20	50,00	2,53	20	51,13	2,56	20	52,28	2,58	21	53,46	2,61	21	54,66
Cerveza importada	3,50	20	70,00	3,54	20	71,58	3,58	20	73,19	3,62	21	74,84	3,66	21	76,52
Botella de vino	12,50	20	250,00	12,64	20	255,63	12,78	20	261,39	12,92	21	267,28	13,07	21	273,30
Gaseosa personal	1,50	20	30,00	1,52	20	30,68	1,53	20	31,37	1,55	21	32,07	1,57	21	32,80
Gaseosa 3 litros	3,25	20	65,00	3,29	20	66,46	3,32	20	67,96	3,36	21	69,49	3,40	21	71,06
Gaseosa 2 litros	2,80	20	56,00	2,83	20	57,26	2,86	20	58,55	2,90	21	59,87	2,93	21	61,22
Gaseosas de 1 litro	1,80	20	36,00	1,82	20	36,81	1,84	20	37,64	1,86	21	38,49	1,88	21	39,35
Agua con gas	1,75	20	35,00	1,77	20	35,79	1,79	20	36,59	1,81	21	37,42	1,83	21	38,26
Agua sin gas	1,50	20	30,00	1,52	20	30,68	1,53	20	31,37	1,55	21	32,07	1,57	21	32,80
Jugos	2,00	20	40,00	2,02	20	40,90	2,05	20	41,82	2,07	21	42,76	2,09	21	43,73
PISCINA, TURCO E HIDROMSAJE	5,50	600	3.300,00	5,56	607	3.374,33	5,62	614	3.450,34	5,69	620	3.528,06	5,75	627	3.607,53
Servicio de SPA	30,00	600	18.000,00	30,34	607	18.405,46	30,68	614	18.820,05	31,02	620	19.243,98	31,37	627	19.677,46
All Inclusive	183,00	600	109.800,00	185,05	607	112.273,29	187,12	614	114.802,30	189,22	620	117.388,27	191,34	627	120.032,49
DEPORTES EXTREMOS		18.000	414.540,00		18.201,60	423.877,70		18.405,46	433.425,73		18.611,60	443.188,83		18.820,05	453.171,86
Excursiones	28,05	10.800	302.940,00	28,36	10.921	309.763,86	28,68	11.043	316.741,42	29,00	11.167	323.876,16	29,33	11.292	331.171,62
Ciclo paseo	15,50	7.200	111.600,00	15,67	7.281	114.113,84	15,85	7.362	116.684,30	16,03	7.445	119.312,67	16,21	7.528	122.000,24
TOTAL INGRESOS			650.547,00			665.200,86			680.184,80			695.506,26			711.172,85

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.9.2 Proyección de Precios.

Para la fijación de los precios de los servicios que el Resort brindará se tomó en cuenta dos factores: los precios establecidos por la competencia y las respuestas obtenidas de la penúltima pregunta de los dos formatos de encuestas que se aplicó a turistas nacionales y extranjeros. Para lo cual se estableció como competencia a los hoteles que se encuentran en la categoría de 4 estrellas en la ciudad de Ibarra.

A partir del año dos se aplica un incremento del 1,12% en los precios, correspondiente a la inflación del Banco Central del Ecuador.

Tabla 131

Proyección de precios por servicios

SERVICIO / PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PRECIO	PRECIO	PRECIO	PRECIO	PRECIO
HOSPEDAJE	580,00	586,50	600,81	615,47	630,48
Suite Presidencial	150,00	151,68	153,38	155,10	156,83
Suite Junior	130,00	131,46	132,93	134,42	135,92
Habitación Superior (matrimonial)	110,00	111,23	112,48	113,74	115,01
Doble Superior	110,00	111,23	112,48	113,74	115,01
Triple Superior	80,00	80,90	81,80	82,72	83,64
BAR - DISCOTECA	2,00	2,02	2,05	2,07	2,09
SALÓN	5,00	5,06	5,11	5,17	5,23
Salón de Eventos	5,00	5,06	5,11	5,17	5,23
RESTAURANTE	151,35	153,05	154,76	156,49	158,25
Desayuno Inglés	3,50	3,54	3,58	3,62	3,66
Desayuno Americano	4,50	4,55	4,60	4,65	4,71
Desayuno Continental	3,00	3,03	3,07	3,10	3,14
Desayuno Buffet	8,00	8,09	8,18	8,27	8,36
Almuerzo	5,50	5,56	5,62	5,69	5,75
Cena	5,50	5,56	5,62	5,69	5,75
Carne asada	6,00	6,07	6,14	6,20	6,27
Pollo asado	6,00	6,07	6,14	6,20	6,27
Parrillada individual	13,50	13,65	13,80	13,96	14,12
Parrillada familiar	23,75	24,02	24,28	24,56	24,83
Corvina a la plancha	7,00	7,08	7,16	7,24	7,32
Ceviche de camarón	7,00	7,08	7,16	7,24	7,32
Ceviche de concha	6,00	6,07	6,14	6,20	6,27
Ceviche mixto	8,50	8,60	8,69	8,79	8,89
Arroz con mariscos	10,50	10,62	10,74	10,86	10,98
Cerveza nacional	2,50	2,53	2,56	2,58	2,61
Cerveza importada	3,50	3,54	3,58	3,62	3,66
Botella de vino	12,50	12,64	12,78	12,92	13,07
Gaseosa personal	1,50	1,52	1,53	1,55	1,57
Gaseosa 3 litros	3,25	3,29	3,32	3,36	3,40
Gaseosa 2 litros	2,80	2,83	2,86	2,90	2,93

Gaseosas de 1 litro	1,80	1,82	1,84	1,86	1,88
Agua con gas	1,75	1,77	1,79	1,81	1,83
Agua sin gas	1,50	1,52	1,53	1,55	1,57
Jugos	2,00	2,02	2,05	2,07	2,09
PISCINA, TURCO E HIDROMASAJE	6,00	6,07	6,14	6,20	6,27
Servicio de SPA	30,00	30,34	30,68	31,02	31,37
All Inclusive	183,50	185,56	187,63	189,73	191,86
DEPORTES EXTREMOS	40,00	40,45	40,90	41,36	41,82
Excursiones	28,05	28,36	28,68	29,00	29,33
Ciclo paseo	15,50	15,67	15,85	16,03	16,21

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.10 Resumen de Costos y Gastos.

Tabla 132

Resumen de costos y gastos

Costos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	\$11.340,00	\$11.467,01	\$11.595,44	\$11.725,31	\$11.856,63
Mano de obra	\$166.581,12	\$186.198,07	\$196.708,66	\$193.290,70	\$196.943,75
Costos indirectos	\$921,40	\$931,72	\$942,15	\$952,71	\$963,38
Total, Costos	\$178.842,52	\$198.596,80	\$209.246,25	\$205.968,71	\$209.763,76
Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos administrativos	\$69.976,76	\$70.760,50	\$71.553,02	\$72.354,41	\$73.164,78
Gastos de ventas y exportación	\$15.256,89	\$15.999,55	\$16.142,29	\$16.287,78	\$16.436,07
Gastos financieros	\$21.966,59	\$18.292,48	\$14.289,54	\$9.928,33	\$5.176,80
Total Gastos	\$107.200,24	\$105.052,53	\$101.984,84	\$98.570,52	\$94.777,65
TOTAL COSTOS + GASTOS	\$286.042,76	\$303.649,32	\$311.231,10	\$304.539,23	\$304.541,41

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.11 Costos e Ingresos por Servicios Producidos.

4.4.11.1 Costos unitarios de producción de servicios.

Para obtener el costo de producción de cada servicio se basa en los porcentajes que se obtuvo de las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros tomando en cuenta la preferencia de consumo del servicio, para el obtener el costo de producción de cada servicio se obtiene la materia prima, mano de obra directas, costos directos. (Anexo 26)

Tabla 133

Costos de producción de todos los servicios

SERVICIOS ALLPA NATURE RESORT	
SERVICIO	TOTAL ANUAL
Hospedaje	\$ 44.612,07
Alimentación	\$ 97.100,50
Áreas Húmedas	\$ 9.449,76
Salón De Eventos	\$ 70.133,60
Bar- Discoteca	\$ 9.248,22
Excursión	\$ 6.000,00
Ciclismo	\$ 8.712,50
SPA	\$ 9.509,85
TOTAL	\$ 254766,50

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.12 Estado de Situación Inicial.

“ALLPA NATURE” Resort & SPA
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
 Al 10 de enero de 2020, en USD americanos

ACTIVO CORRIENTE			PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE	
		\$ 179.634,68	PRESTAMO A LARGO	
BANCOS	\$ 179.634,68		PLAZO	\$ 320.000,00
ACTIVOS NO CORRIENTE			PATRIMONIO	\$ 108.095,46
		\$ 244.244,83	CAPITAL SOCIAL	
Terreno	\$ 10.433,38			
Infraestructura	\$ 170.107,29			
Vehículo	\$ 15.340,00			
Equipo de Oficina	\$ 5.193,54			
Equipo de Computo	\$ 3.325,00			
Maquinaria y Equipo	\$ 18.014,44			
Muebles y Enseres	\$ 14.313,06			
Menaje	\$ 7.518,12			
ACTIVOS DIFERIDOS				
		\$ 4.215,95		
Promoción y publicidad	\$ 1.390,15			
Constitución de la organización	\$ 2.005,80			
Estudios de investigación	\$ 820,00			
TOTAL ACTIVO		\$ 428.095,46	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 428.095,46

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.13 Estado de Resultados.

Se tomó en cuenta la tasa de inflación del 1,12% del Banco Central del Ecuador para la proyección de ingresos y egresos, lo cual permite determinar la situación económica y financiera del proyecto "ALLPA NATURE".

Tabla 134

Estados de Resultados Proyectados

FASE AÑO	INVERSIÓN			OPERACIONAL		
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ingresos de operación		\$459.592,75	\$521.639,26	\$576.534,47	\$657.189,10	\$737.650,07
TOTAL, INGRESOS		\$459.592,75	\$521.639,26	\$576.534,47	\$657.189,10	\$737.650,07
COSTO DE PRODUCCION						
Costo de producción		\$295.048,01	\$301.694,10	\$305.073,07	\$308.489,89	\$311.944,97
Depreciación de activos de producción	\$	17.894,35	\$ 17.894,35	\$ 17.894,35	\$ 16.785,68	\$ 16.785,68
Contingente	\$	2.500,00	\$ 2.556,31	\$ 2.584,94	\$ 2.613,90	\$ 2.643,17
TOTAL, COSTO DE PRODUCCIÓN		\$315.442,36	\$322.144,76	\$325.552,37	\$327.889,47	\$331.373,83
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$144.150,39	\$199.494,50	\$250.982,11	\$329.299,63	\$406.276,25
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y FINANCIAMIENTO						
Gastos Administración		\$49.821,61	\$50.943,87	\$51.514,44	\$52.091,40	\$52.674,83
Gastos de ventas		\$11.899,75	\$12.167,79	\$12.304,07	\$12.441,88	\$12.581,23
Costos de financiamiento		\$92.640,00	\$86.912,00	\$81.184,00	\$75.456,00	\$69.728,00
Amortizaciones diferidas	\$2.005,80	401,16	401,16	401,16	401,16	401,16

TOTAL GASTOS ADM. VENTAS, DISTRIBUCIÓN, FINANCIACIÓN		\$154.762,52	\$150.424,82	\$145.403,67	\$140.390,44	\$135.385,21
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-\$10.612,13	\$49.069,68	\$105.578,44	\$188.909,19	\$270.891,03
Participación trabajadores 15%	15%		\$7.360,45	\$15.836,77	\$28.336,38	\$40.633,66
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		-\$10.612,13	\$41.709,23	\$89.741,67	\$160.572,81	\$230.257,38
Impuestos I.R 22%	22%		\$9.176,03	\$19.743,17	\$35.326,02	\$50.656,62
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		-\$10.612,13	\$32.533,20	\$69.998,50	\$125.246,80	\$179.600,76
UTILIDADES ACUMULADAS		-\$10.612,13	\$21.921,07	\$91.919,57	\$217.166,36	\$396.767,12

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.14 Costo de Capital.

Mediante el costo de capital o de oportunidad se determina el valor real al cual se tiene que renunciar para tomar una decisión, lo que significa que el costo de oportunidad del proyecto es de 9%.

Se tomó en cuenta la tasa de interés que se debe pagar al banco a través del préstamo solicitado, con el fin de determinar el cálculo la tasa de ponderación, la cual es del 5%.

Tabla 135
Costo de capital

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE	INTERES	TASA PROMEDIO
INVERSIÓN PROPIA	108.095,46	25%	8,95%	0,067
INVERSIÓN FINANCIADA	320.000,00	75%	5%	0,013
TOTAL	309.289,23	100%		0,080

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.15 Flujo Neto de Efectivo.

Para el flujo de caja se toma en cuenta las entradas y salidas de efectivo, las cuales provienen de varias cuentas que se detallan a continuación:

Tabla 136
Flujo de caja de efectivo

ESTADO DE FLUJO DE CAJA

FASE	INVERSIÓN			OPERACIONAL			
	AÑO	0	1	2	3	4	5
Inversión	\$	428.095,46					
Crédito		\$320.000,00	\$92.640,00	\$86.912,00	\$81.184,00	\$75.456,00	\$69.728,00
Capital Accionistas		\$108.095,46					
Utilidad operacional			\$-10.612,13	\$ 49.069,68	\$105.578,44	\$188.909,19	\$ 270.891,03
Depreciación			\$17.894,35	\$ 17.894,35	\$17.894,35	\$16.785,68	\$16.785,68
Amortización diferida			\$ 401,16	\$401,16	\$401,16	\$401,16	\$401,16
Participación trabajadores				\$ 7.360,45	\$ 15.836,77	\$ 28.336,38	\$ 40.633,66
impuestos				\$ 9.176,03	\$ 19.743,17	\$ 35.326,02	\$ 50.656,62
Recuperación de inversión							\$ 231.533,17
Terreno							\$ 10.433,38
Maquinaria y equipo							\$ 18.014,44
Vehículo							\$15.340,00
Equipo de computo							\$ 3.325,00
Muebles y enseres							\$ 14.313,06
Edificio							\$ 170.107,29
Flujo neto de caja			\$ 7683,38	\$ 50.828,71	\$ 88.294,02	\$142.433,64	\$ 428.320,77

Fuente: Las autoras (2019)

4.4.16 Valor Actual Neto (VAN).

Mediante el cálculo del VAN se determinará si el proyecto es factible o no, para ello se toma en cuenta los flujos netos y el valor de la inversión y se tomará decisiones en base al siguiente cuadro:

Tabla 137

Parámetros del VAN

VAN	DECISIÓN A TOMAR
VAN > 0	Se acepta el proyecto
VAN < 0	Se debe rechazar el proyecto
VAN = 0	No existe ni pérdidas ni ganancias

Fuente: Las autoras (2019)

Mediante el VAN se determina la viabilidad del proyecto. Si el VAN > 0 el proyecto es viable; Si el VAN < 0 el proyecto no es viable; Si el VAN =0 no existe ni pérdidas ni ganancias.

Tabla 138

Valor actual neto

AÑO	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACTUALIZADO	ENTRADAS ACTUALES
0			-\$ 428.095,46
1	\$ 7.683,38	\$ 7.038,53	\$ 7.683,38
2	\$ 50.828,71	\$ 46.562,78	\$ 50.828,71
3	\$ 88.294,02	\$ 80.883,71	\$ 88.294,02
4	\$ 142.433,64	\$ 130.479,52	\$ 142.433,64
5	\$ 428.320,77	\$ 392.372,82	\$ 428.320,77
		\$ 657.337,36	
	VAN	\$ 66.105,37	

Fuente: Las autoras (2019) a partir de Santa Cruz (2017)

Leyenda: i= 9% ; Flujos netos actualizados

Se determina que el proyecto es viable, puesto que el resultado del VAN es mayor a 0 por lo tanto el proyecto es factible de ser realizado.

4.4.17 Costo – Beneficio.

Tabla 139

Evaluación Costo - Beneficio

EVALUACIÓN COSTE BENEFICIO

Coste beneficio con respecto a la inversión. Sumatoria de los flujos netos actualizados / Inversión

Coste Beneficio \$ 657337,36
\$ 428.095,46

Coste Beneficio 1,54

Fuente: Las autoras (2019)

Leyenda: CB= Sumatoria de los flujos netos actualizados / Inversión

Tabla 140

Costo - Beneficio respecto a los egresos

Año	Ingresos	Egresos	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	\$ 459.592,75	\$ 315.442,36	\$ 5.016.467,13	\$ 3.443.061,79
2	\$ 521.639,26	\$ 322.144,76	\$ 5.693.706,43	\$ 3.516.218,66
3	\$ 576.534,47	\$ 325.552,37	\$ 6.292.889,13	\$ 3.553.412,75
4	\$ 657.189,10	\$ 27.889,47	\$ 7.173.236,52	\$ 3.578.922,26
5	\$ 737.650,07	\$ 331.373,83	\$ 8.051.470,21	\$ 3.616.954,17
TOTAL			\$ 32.227.769,43	\$ 17.708.569,62
COSTO BENEFICIO DE LIQUIDEZ			1,82	

Fuente: Las autoras (2019)

Leyenda: sumatoria de los ingresos actualizados / egresos actualizados

El valor resultante del coste-beneficio respecto a los egresos es de \$1,82, lo que significa que por cada dólar invertido se recupera 82 centavos.

4.418 Tasa Interna de Retorno (TIR).

Después de que se obtiene el valor actual neto, se procede a calcular la tasa interna de retorno, teniendo en consideración los siguientes parámetros:

Tabla 141*Parámetros de la TIR*

TIR	DECISIÓN A TOMAR
TIR > TRM	Realizar el proyecto
TIR < TRM	No realizar el proyecto
TIR = TRM	No existe ni pérdidas ni ganancias

Fuente: Las autoras (2019)

Para el cálculo de la tasa interna de retorno del proyecto se considera el monto de crédito y los flujos netos obtenidos del VAN por lo que da como resultado un beneficio de la tasa interna de retorno del 13%, generando así rentabilidad y considerando la viabilidad del proyecto.

4.4.18.1 Período de Recuperación del Capital.

Mediante este indicador se puede conocer en qué tiempo se recuperará la inversión, tomando como base los flujos de caja proyectados

Tabla 142*Periodo de recuperación de la inversión*

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACTUALIZADO	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
1	\$ 7.683,38	\$ 7.038,53	\$ 7.038,53
2	\$ 50.828,71	\$ 46.562,78	\$ 53.601,31
3	\$ 8.294,02	\$ 80.883,71	\$ 134.485,02
4	\$ 142.433,64	\$ 130.479,52	\$ 264.964,54
5	\$ 428.320,77	\$ 392.372,82	\$ 657.337,36

Fuente: Las autoras (2019)

El periodo de recuperación de la inversión para el Resort Turístico esta en un tiempo estimado de 4 años 7 meses 19 días.

4.4.19 Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio es el punto mínimo aceptable, considerado en ventas y en productos anuales que no debe disminuir de los cálculos realizados, para que el proyecto no genere pérdidas.

Para realizar el cálculo del punto de equilibrio se procedió a aplicar la fórmula del margen de contribución y ponderar los valores de los precios y costos.

Tabla 143

Costos fijos para el cálculo del punto de equilibrio

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS VARIABLES					
COSTOS DE PRODUCCION	315.442,36	322.144,76	325.552,37	327.889,47	331.373,83
COSTOS DE VENTA VENTAS	11.899,75	12.167,79	12.304,07	12.441,88	12.581,23
COSTO CONTINGENTE	2.500,00	2.556,31	2.584,94	2.613,90	2.643,17
TOTAL COSTOS VARIABLES	329.842,11	336.868,87	340.441,38	342.945,24	346.598,23
COSTOS FIJOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	49.821,61	50.943,87	51.514,44	52.091,40	52.674,83
GASTOS FINANCIEROS	92.640,00	86.912,00	81.184,00	\$75.456,00	69.728,00
DEPRECIACION	17.894,35	17.894,35	17.894,35	\$16.785,68	16.785,68
GASTOS CONSTITUCION	401,16	401,16	401,16	401,16	401,16
TOTAL COSTOS FIJOS	160.757,13	156.151,38	150.993,95	144.734,24	139.589,67
TOTAL COSTOS FIJOS + COSTOS VARIABLES	490.599,23	493.020,25	491.435,33	487.679,48	486.187,89

Fuente: Las autoras (2019)

Tabla 144

Cálculo del Punto de Equilibrio

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	\$160.757,13	\$156.151,38	\$150.993,95	\$144.734,24	\$139.589,67
PRECIO DE VENTA	\$183,50	\$187,63	\$189,73	\$191,86	\$194,01
COSTO VARIABLE CANTIDAD DE PRODUCTO	\$2.504,62	\$2.780,13	\$3.038,66	\$3.425,40	\$3.802,19
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$131,69	\$121,17	\$112,04	\$100,12	\$91,16
PEQ	3.103	\$2.349,52	\$1.943,39	\$1.577,67	\$1.357,23
P. E. \$	\$569.421,53	\$440.842,77	\$368.724,13	\$302.687,75	\$263.311,19

Fuente: Las autoras (2019)

En este contexto, se determinó que para que el proyecto pueda generar rentabilidad debe mantenerse en un promedio de 3.103 turistas anuales mínimo y los ingresos no deben descender de los \$569.421,53, para que se pueda recuperar los activos fijos y costos que el proyecto demandó.

4.4.19.1 Resumen de Evaluación Financiera.

Tabla 145

Resumen de evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA	VALOR	RESULTADO
VAN > 0	\$66.105,37	Aceptable
TIR	13%	Aceptable
Costo Beneficio	\$1,82	Aceptable
Periodo de recuperación de la inversión	4 años, 7 meses y 25 días	Aceptable
Punto de equilibrio	3.103	Aceptable

Fuente: Las autoras (2019)

Una vez culminado el estudio financiero se determinó que el proyecto “ALLPA NATURE” Resort & SPA es económicamente factible, es así que mediante la aplicación de evaluadores financieros se concluyen los siguientes resultados:

- El Valor Actual Neto (VAN) es positivo y su valor es de \$66.105,37
- La Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 13%
- La relación Costo – Beneficio es de \$1,54 lo que significa que por cada dólar de inversión se recupera 0,54 ctv.
- La recuperación de la inversión será dentro de 4 años, 7 meses y 25 días.
- El punto de equilibrio es de 3.103 cuyo valor representa la cantidad mínima de personas que el proyecto debe tener para no registrar pérdidas ni ganancias.

CAPITULO V

5 Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

Luego de finalizar con el estudio del proyecto, para la implementación de un Resort Turístico en la comunidad Santa Rosa del Tejar, catón Ibarra, provincia de Imbabura, se tiene las siguientes conclusiones:

- 1) Se realizó un análisis de las distintas condiciones existentes en el área geografía de Santa Rosa del Tejar, se obtuvo un resultado satisfactorio en base a las distintas condiciones que se ven inmersas en estas áreas siendo cada uno de los aspectos tanto como social, económico y ambientales, favorables para la implementación del proyecto turístico.
- 2) Mediante procesos lógico matemáticos, registro de visitas, bases de datos referentes a la actividad turística, se pudo obtener el tamaño de la muestra requerido para el correspondiente análisis de segmentos de mercado con lo que se obtuvo distintos datos favorables entre los cuales se muestra que el principal mercado potencial para este emprendimiento, son los turistas extranjeros, incluyendo de igual manera a los turistas nacionales.
- 3) Dentro del emprendimiento denominado “ALLPA RESORT”, se establecerá una estructura organizacional específica para este tipo de actividades económicas donde la principal característica con la que contara es que las aptitudes de cada uno de los encargados de las distintas áreas y actividades estén acorde a las políticas, principios, misión y visión empresarial con el fin de generar un adecuado funcionamiento del resort con lo que se estaría satisfaciendo las distintas necesidades de los visitantes.
- 4) El monto de inversión para la realización del proyecto, en base a los estudios técnicos, financieros, económicos, sociales y con las respectivas estimaciones globales de crecimiento y desarrollo, se puede mencionar

que el monto económico para la ejecución del proyecto bordea los \$428.045,96 dólares americanos, en donde se encuentra tomados en cuenta todos los aspectos necesarios para llevar a cabo el cumplimiento.

- 5) Después de un proceso de estudio minucioso, en el que intervinieron distintas áreas y procesos, se logró obtener un documento que avale de manera segura, clara y precisa la viabilidad del emprendimiento y de todos los procesos que con él conllevan, mismos resultados que se muestran en el documento denominado: Estudio de Factibilidad para la implementación de un Resort en la comunidad de Santa Rosa del Tejar, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura- Ecuador.

5.2 Recomendaciones

- 1) Tomar en cuenta las distintas proyecciones que están inmersas en cada uno de los distintos aspectos analizados en vista del constante proceso de globalización tanto de servicios como de procesos que llevan todas las actividades económicas en la actualidad.
- 2) Realizar procesos de publicidad y marketing adecuados y envolventes con y para los turistas y habitantes nacionales con el fin de promover un desarrollo turístico desde su régimen interno para así poder llegar con el producto a un mercado significativamente potencial como lo es el mercado local.
- 3) Asignar puestos de trabajo dentro de cada una de las áreas y secciones organizacionales con las que contara el emprendimiento, según las aptitudes profesionales que cada uno de los puestos de trabajo lo requiera, logrando así un correcto funcionamiento de la parte administrativa como funcional del Resort, asegurando una eficiencia y eficacia en la prestación de servicios y solución a inconvenientes.
- 4) Utilizar materiales mixtos como maderas y demás materiales amigables con el ambiente, logrando así una adecuada armonización de la construcción con el entorno natural donde se encontrarán las instalaciones, generando en

los visitantes la satisfacción y descanso por el cual estarán haciendo uso de nuestros servicios.

- 5) Considerar el presente proyecto de tesis como base para estudios posteriores que promuevan y mejoren los distintos servicios turísticos que se pueden ofertar al visitante, con el fin de cimentar de una manera adecuada y prolongada en el tiempo dicha actividad.

BIBLIOGRAFÍA

- Garzón, A. T., & Ahumada, J. (19 de 11 de 2016). *ESTUDIO DE MERCADO PARA EL DESARROLLO DE UN CENTRO RECREATIVO EN EL MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA PARA EL AÑO 2017*. Obtenido de UNIVERSIDAD LIBRE - FACULTAD DE POSTGRADO - DEPARTAMENTO DE POSTGRADO: <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/10461>
- Sánchez, G. J. (18 de 02 de 2016). *Definición de Servicio*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Quintanilla, R. H. (30 de noviembre de 2016). *Brevísimo curso de microeconomía. Ciencia Económica*. Obtenido de Revista electrónica de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México: <http://www.economia.unam.mx/cienciaeco/pdfs/num8/03HUERTA.pdf>
- Atucha, A. J., & Gualdoni, P. (26 de abril de 2018). *EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS*. Obtenido de Material de cátedra de Introducción a la Economía correspondiente a la UNIDAD 2: FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS - Facultad de Ciencias Económicas y Sociales - Universidad Nacional de Mar del Plata: <http://nulan.mdp.edu.ar/2879/1/atucha-et-al-2018.pdf>
- IMESUN. (17 de mayo de 2017). *MEJORE SU NEGOCIO - COMERCIALIZACIÓN - Manual GIN*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo 2016: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf
- Federico. (01 de junio de 2019). *Estudio Financiero*. Obtenido de ZonaEconómica : <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Raffino, M. E. (16 de noviembre de 2018). *Concepto de Ingresos*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/ingreso-2/>
- Chiliqinga, M. P., & Orbe, H. M. (22 de septiembre de 2017). *COSTOS - Modalidad Órdenes de Producción*. Obtenido de Editorial UTN 2017 - Universidad Técnica del Norte:

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7077/1/LIBRO%20Costos.pdf>

Galiana, J. R., & Puerto, E. C. (21 de marzo de 2016). *Definición de Gasto* . Obtenido de elEconomista.es: <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/gasto>

Shopify. (17 de febrero de 2017). *Análisis de rentabilidad*. Obtenido de shopify.com: <https://es.shopify.com/enciclopedia/analisis-de-rentabilidad>

Sevilla, A. (04 de noviembre de 2015). *Rentabilidad* . Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>

Rodríguez, F. A. (21 de febrero de 2018). *Estudio técnico*. Obtenido de vlex México - Información jurídica inteligente: <https://doctrina.vlex.com.mx/vid/estudio-tecnico-702304333>

Palella, & Stracruzzi. (01 de diciembre de 2017). *MARCO TEÓRICO - Elementos que conforman el marco teórico - Bases Legales*. Obtenido de Metodología de la Investigación Enfermería UNERG Caracas - CUE: <https://metinvest.jimdo.com/marco-te%C3%B3rico/>

Camacho, C. (14 de diciembre de 2015). *Bases Legales*. Obtenido de Metinvest: <https://metinvest.jimdo.com/marco-te%C3%B3rico/>

Sarti, J. D. (21 de noviembre de 2017). *“LA MODERNIZACIÓN DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA Y LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA CONFORME A LAS NECESIDADES DEL SIGLO XXI EN GUATEMALA” - TESIS DE GRADO*. Obtenido de UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR - FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES : <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2017/07/01/Sarti-Jose.pdf>

Corrillo, M. F., & Gutiérrez, Q. M. (15 de mayo de 2016). *ESTUDIO DE LOCALIZACION DE UN PROYECTO. Técnicos de Unidad de Planificación Universitaria UAJMS - revistasbolivianas.org.bo*, 05. Obtenido de http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf

OBS Business School. (20 de julio de 2015). *Elementos clave en la ingeniería de proyectos*. Obtenido de Blog project management - Universitat de Barcelona:

<https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/ingenieria/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>

Cajo, C. R., Cueva, S. P., Guerra, S. H., Monteverde, A. S., Rubio, E. M., Novoa, S. E., . . . Benalcázar, L. H. (05 de junio de 2018). *Guía del Emprendedor Turístico* . Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/Guia-del-emprendedor-Turistico-FINAL.compressed.pdf>

Ministerio de Turismo. (16 de octubre de 2012). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ecuador ama la vida: <http://www.turismo.gob.ec>

Carcelén, A., & Carrera, A. (07 de octubre de 2016). *Estudio de factibilidad para la creación de cabañas ecológicas en la Comunidad El Chota, parroquia de Ambuquí, provincia de Imbabura*. Obtenido de UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE - FACAE - CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL - TRABAJO DE GRADO: [file:///C:/Users/Hogar/Downloads/02%20ICO%20465%20TRABAJO%20DE%20GRADO%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Hogar/Downloads/02%20ICO%20465%20TRABAJO%20DE%20GRADO%20(1).pdf)

AFD. (11 de febrero de 2018). *Transformación de sistemas financieros en pos del clima - Marco Ambiental y Social* . Obtenido de Agence Française de Développement: <https://www.afd.fr/sites/afd/files/2018-02-11-59-30/Marco-ambiental%20-social.pdf>

Aguirre, H. (5 de 10 de 2016). *epositorio.ute.edu.ec*. Recuperado el 12 de 11 de 2014, de Tesis de facultad de turismo y preservación ambiental, hotelería y gastronomía: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/9663/1/39101_1.pdf

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Carrera, A., & Carcelen, A. (06 de octubre de 2015). *Estudio de factibilidad para la creación de cabañas ecológicas en la Comunidad El Chota, parroquia de Ambuquí, provincia de Imbabura*. Obtenido de Repositorio Digital

- Universidad Técnica del Norte :
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/5493>
- GoogleEarth. (23 de Septiembre de 2018). *GoogleEarth*. Obtenido de GeoBasis - DE / BKG: <https://www.google.com/intl/es-419/earth/>
- Marketing XXI. (10 de 07 de 2018). *CEF - MARKETING XXI*. Obtenido de marketing-xxi.com: <https://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>
- Alvarado, E., Camino, S., & Bermudez, N. (12 de abril de 2018). *Panorama de la Inversión Empresarial en el Ecuador* . Obtenido de Superintendencia de Compañías : <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/04/Estudio-Sectorial-Inversión-Empresarial-2013-2017.pdf>
- INEN. (27 de noviembre de 2019). *Servicio Ecuatoriano de Normalización* . Obtenido de Gobierno de la República del Ecuador : <https://www.normalizacion.gob.ec>
- MINTUR. (27 de noviembre de 2019). *Requisitos para Resort - 4 Estrellas*. Obtenido de Dirección del Ministerio de Turismo - Ibarra: <https://siete.turismo.gob.ec/manuales/requisitos/c12.pdf>
- SRI. (26 de noviembre de 2019). *Servicio de Rentas Internas* . Obtenido de Gobierno de la República del Ecuador : <https://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Serrahima Formosa, R. (17 de octubre de 2011). *Consultoría y formación en dirección financiera de la empresa*. Recuperado el noviembre de 2019, de Dirección Financiera Externalizada: <https://raimon.serrahima.com/interpretando-el-van-y-la-tir/>
- Superintendencia de Compañías . (16 de marzo de 2015). *Constitución de las Compañías* . Obtenido de Superintendencia de Compañías : https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf
- Reglamento de Alojamiento Turístico. (24 de marzo de 2015). *Acuerdo Ministerial No. 2015002-A de 25.02.2015. R.O. 465 de 24.03.2015*. Obtenido de

Acuerdo Ministerial No. 20150101 de 14.10.2015 (Reforma) :
<https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Reglamento-de-Alojamiento-Turistico-con-Reformas-del-14.10.2015.pdf>

Santa Cruz, E. (24 de enero de 2017). *Fundamentos financieros: el valor actual neto (VAN)*. Obtenido de Finanzas Corporativas de ESAN.:
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>

Reglamento de Alojamiento Turístico. (24 de marzo de 2017). *Reglamento de Alojamiento Turístico - Resort* . Obtenido de CAPÍTULO II CAPÍTULO II SECCIÓN I DE LOS PROCEDIMIENTOS DE REGISTRO, INSPECCIÓN E IDENTIFICACIÓN :
<https://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20TURISTICO.pdf>

EcuRed. (12 de febrero de 2018). *Sociedad de responsabilidad limitada*. Obtenido de COLECTIVO DE AUTORES. Temas de Derecho Mercantil Cubano. Editorial Félix Varela, La Habana, 2009. pp. 123-133.:
https://www.ecured.cu/Sociedad_de_responsabilidad_limitada

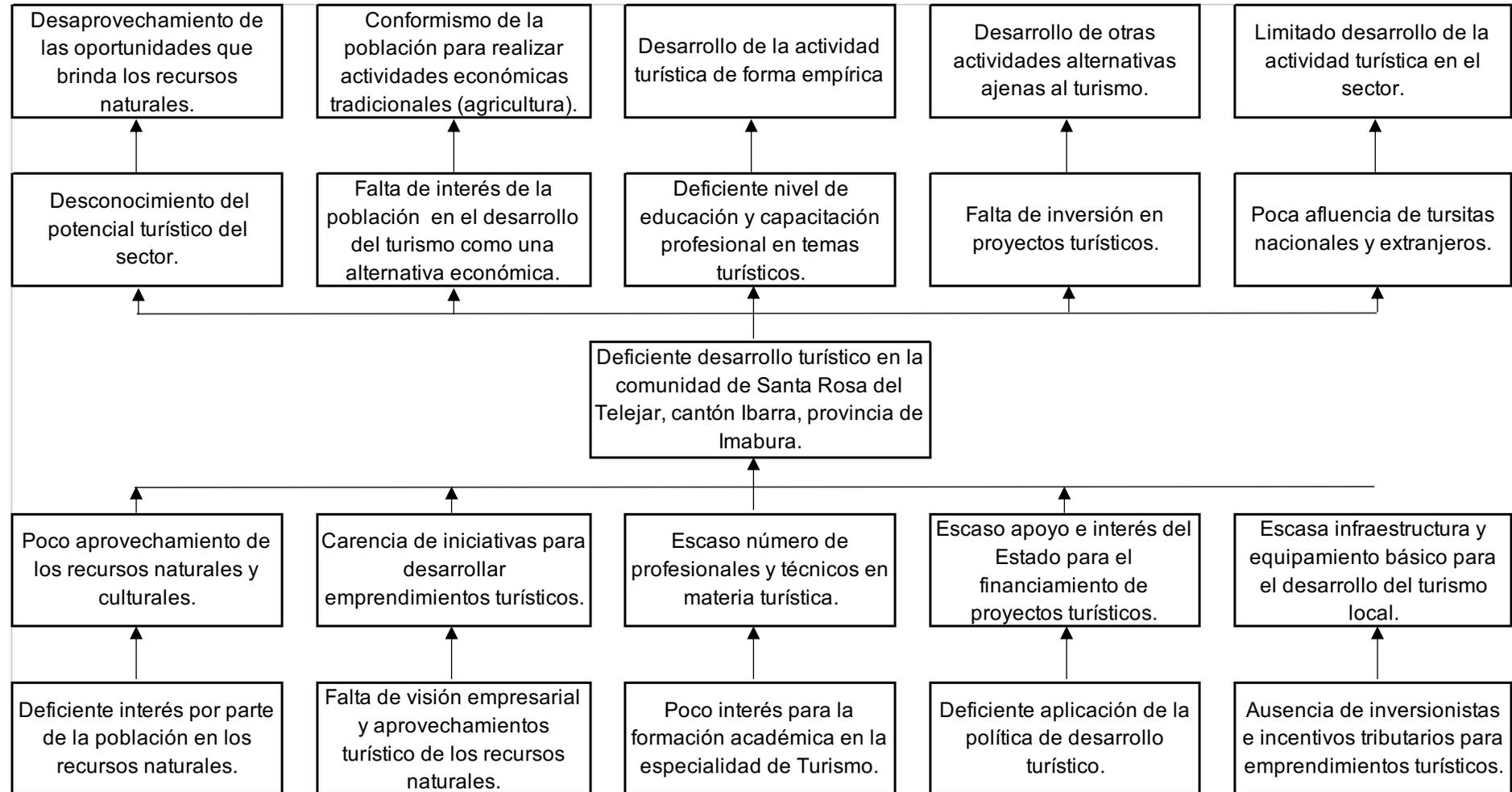
ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MES											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Objetivo 1: Determinar las condiciones ambientales y socio-económicas existentes en el entorno de la comunidad Santa Rosa para la implementación del Resort turístico.					■	■						
Actividad 1 Recopilación de datos relevantes de la comunidad Santa Rosa del tejar mediante salidas de campo							■					
Actividad 2 Realizar una revisión bibliográfica referente a antecedentes del lugar							■					
Objetivo 2: Realizar el estudio de mercado hacia el cual estará direccionado el Resort turístico en la comunidad de Santa Rosa del Tejar.							■	■				
Actividad 1 Determinar la demanda mediante la aplicación de encuestas y entrevistas a los diferentes actores								■				
Actividad 2 Realizar un análisis de la información recopilada									■			
Objetivo 3: Realizar el estudio financiero que permita determinar la rentabilidad del Resort turístico como emprendimiento económico viable.											■	
Actividad 1 Determinar los costos y monto de inversión que se incurrirá para la factibilidad del Resort turístico.												■
Actividad 2 Evaluar la rentabilidad del proyecto de negocio y visualizar su rentabilidad y recuperación del mismo en el tiempo.												■
Objetivo 4: Presentar el diseño del Resort turístico mediante la exposición de modelos en el desarrollo de la propuesta, para su instrumentalización en el sitio de estudio.												
Actividad 1 Identificar y clasificar las actividades requeridas dentro de la estructura organizacional del Resort Turístico.											■	
Actividad 2 Diseñar la estructura técnica administrativa y flujogramas que incide directamente en el Resort Turístico.											■	

Fuente: Las autoras (2019)

Anexo 2. Árbol de problemas



Fuente: Las autoras (2019)

Anexo 3. Modelo de encuesta para turistas nacionales

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

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS Y VISITANTES DE LA PROVINCIA
DE IMBABURA**

**“FACTIBILIDAD EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN
LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR, CANTÓN IBARRA,
PROVINCIA DE IMBABURA”**

DIRIGIDO A: Turistas Nacionales, Locales y Extranjeros

INTRODUCCIONES:

Determinar las preferencias turísticas de los habitantes y turistas de la provincia de Imbabura, con el fin de recopilar información relevante para el estudio del caso establecido.

Responder las siguientes preguntas, poniendo una X en la respuesta que usted considera propicia.

EDAD:	15 a 25 años	()			
	26 a 40 años	()		GÉNERO:	Masculino ()
	41 a 65 años	()			Femenino ()
	65 en adelante	()			

1. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO**1.1 Lugar de Residencia**

Cotacachi	<input type="checkbox"/>
San Antonio	<input type="checkbox"/>
Ibarra	<input type="checkbox"/>
Quito	<input type="checkbox"/>
Caranqui	<input type="checkbox"/>
Otavalo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

1.4 Estado Civil

Soltero/a	<input type="checkbox"/>
Casado/a	<input type="checkbox"/>
Unión Libre	<input type="checkbox"/>
Divorciado/a	<input type="checkbox"/>
Viudo/a	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

1.2 Nivel de instrucción

Primaria	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>
Superior	<input type="checkbox"/>
Post-grado	<input type="checkbox"/>
Ninguna	<input type="checkbox"/>

1.5 Nivel de Ingresos personales

Menos de \$392	<input type="checkbox"/>
\$393 - \$600	<input type="checkbox"/>
\$601 - \$1000	<input type="checkbox"/>
\$1001 - \$1500	<input type="checkbox"/>
\$1501 - \$2000	<input type="checkbox"/>
Más de \$2000	<input type="checkbox"/>

1.3 Profesión / Ocupación Laboral

2. PERFIL TURÍSTICO

2.1 ¿En su último paseo turísticos o actividad de recreación que realizó, se encontraba acompañado por?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| Familia | <input type="checkbox"/> |
| Pareja | <input type="checkbox"/> |
| Amigos | <input type="checkbox"/> |
| Compañero de trabajo – estudio | <input type="checkbox"/> |
| Solo | <input type="checkbox"/> |
| Otro (por favor especificar) | <input type="checkbox"/> |

2.2 ¿En lo que va del año 2019, cuantas veces usted ha visitado un complejo turístico?

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| Un vez | <input type="checkbox"/> |
| Dos veces | <input type="checkbox"/> |
| Tres Veces | <input type="checkbox"/> |
| Más de cuatro veces | <input type="checkbox"/> |
| Ninguna | <input type="checkbox"/> |

2.3 ¿Cuantas noches usted estuvo fuera de su casa, en sus paseos turísticos o viajes de recreación?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| Menos de 1 día | <input type="checkbox"/> |
| Entre 1 y 2 noches | <input type="checkbox"/> |
| Entre 3 y 5 noches | <input type="checkbox"/> |
| Más de 5 noches | <input type="checkbox"/> |

2.4 ¿Cuál de los siguientes atractivos es el de mayor interés para usted?

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| Sitios arqueológicos | <input type="checkbox"/> |
| Áreas Naturales | <input type="checkbox"/> |
| Playas | <input type="checkbox"/> |
| Santuario de aves | <input type="checkbox"/> |
| Ríos y lagos | <input type="checkbox"/> |
| Campos Agrícolas | <input type="checkbox"/> |
| Zonas Rurales | <input type="checkbox"/> |
| Zonas Urbanas | <input type="checkbox"/> |
| Otros (por favor especificar) | <input type="checkbox"/> |

2.5 ¿En que tipo de alojamiento se hospedó en su último viaje por turismo?

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| Hotel | <input type="checkbox"/> |
| Hostal | <input type="checkbox"/> |
| Resort | <input type="checkbox"/> |
| Lodge | <input type="checkbox"/> |
| Hostería | <input type="checkbox"/> |
| Cabañas | <input type="checkbox"/> |
| Otros (por favor especificar) | <input type="checkbox"/> |

2.6 Durante su estadía en un establecimiento turístico, ¿Qué aspecto considera usted como el principal?

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| Hospedaje | <input type="checkbox"/> |
| Áreas Húmedas (piscinas, etc) | <input type="checkbox"/> |
| Restaurante | <input type="checkbox"/> |
| Salón Eventos | <input type="checkbox"/> |
| Bar – Discoteca | <input type="checkbox"/> |

2.7 Cuál fue el monto que gastó en su último viaje turístico?

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| De \$20 - \$50por persona | <input type="checkbox"/> |
| De \$51 - \$100 por persona | <input type="checkbox"/> |
| De \$101 - \$150por persona | <input type="checkbox"/> |
| De \$151 - \$300por persona | <input type="checkbox"/> |
| De \$301- \$500por persona | <input type="checkbox"/> |
| Más de \$501 por persona | <input type="checkbox"/> |

2.8 Mediante que medios tuvo usted información del destino turístico al que viajó la última vez?

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| Recomendación de amigos/familiares | <input type="checkbox"/> |
| Internet | <input type="checkbox"/> |
| Redes sociales | <input type="checkbox"/> |
| Revistas / periódicos | <input type="checkbox"/> |
| Televisión | <input type="checkbox"/> |
| Radio | <input type="checkbox"/> |
| Oficinas de turismo | <input type="checkbox"/> |
| Agencias de viaje | <input type="checkbox"/> |
| Otros (por favor especificar) | <input type="checkbox"/> |

2.9 ¿Cuál fue el principal motivo de su último viaje dentro de la provincia de Imbabura?

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| Ocio | <input type="checkbox"/> |
| Negocios | <input type="checkbox"/> |
| Estudio | <input type="checkbox"/> |
| Salud | <input type="checkbox"/> |
| Cultura | <input type="checkbox"/> |
| Otras (por favor especificar) | <input type="checkbox"/> |

2.10 ¿Cuál fue el factor adicional que influyó para su visita a la ciudad de Ibarra?

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| Recomendaciones | <input type="checkbox"/> |
| Conocimiento previo | <input type="checkbox"/> |
| Cercanía del lugar de origen | <input type="checkbox"/> |
| Precios | <input type="checkbox"/> |
| Disponibilidad de tiempo | <input type="checkbox"/> |
| Diversidad de actividades | <input type="checkbox"/> |
| Interés por conocer nuevos lugares | <input type="checkbox"/> |
| Visita a familiares o amigos | <input type="checkbox"/> |
| Otras (por favor especificar) | <input type="checkbox"/> |

2.11 En la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ¿Sabía usted que la comunidad Santa Rosa del Tejar tiene atractivos turísticos?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Tiene total conocimiento | <input type="checkbox"/> |
| Medianamente informado | <input type="checkbox"/> |
| Desconoce del tema | <input type="checkbox"/> |

2.12 ¿Le resultaría atractivo visitar un Resort Turístico ubicado en las Zonas Periféricas del cantón Ibarra ?

- | | |
|------------------|--------------------------|
| Muy interesante | <input type="checkbox"/> |
| Poco interesante | <input type="checkbox"/> |
| No me interesa | <input type="checkbox"/> |

2.13 ¿Qué precio considera usted adecuado, en una estadía todo incluido en un Resort turístico, por persona?

- | | |
|------------------|--------------------------|
| De \$50 - \$100 | <input type="checkbox"/> |
| De \$101 - \$150 | <input type="checkbox"/> |
| De \$151 - \$200 | <input type="checkbox"/> |
| De \$201 - \$300 | <input type="checkbox"/> |
| Más de \$300 | <input type="checkbox"/> |

2.14 ¿Qué actividad consideraría apropiada durante su estancia en un Resort Turístico?

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| Excursiones | <input type="checkbox"/> |
| Ciclo Paseos | <input type="checkbox"/> |
| Canopy | <input type="checkbox"/> |
| Escalada Deportiva | <input type="checkbox"/> |
| Masajes-Actividades de salud (SPA) | <input type="checkbox"/> |
| Yoga | <input type="checkbox"/> |
| Otras(especificar) | <input type="checkbox"/> |
| Todas las anteriores | <input type="checkbox"/> |
| Otras (favor especificar) | <input type="checkbox"/> |

Muchas gracias por su tiempo, si hay algo más que quisiera agregar o comentar por favor hágalo aquí

.....

Anexo 4. Modelo de encuesta para turistas internacionales

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

**ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN LA PROVINCIA
DE IMBABURA**

**“FACTIBILIDAD EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN LA
COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE
IMBABURA”**

OBIJETIVO:

Determinar las preferencias turísticas de los habitantes y turistas de la provincia de Imbabura, con el fin de recopilar información relevante para el estudio del caso establecido.

INTRODUCCIONES:

Responder las siguientes preguntas, poniendo una X en la respuesta que usted considera propicia.

	15 a 25 años	()		
EDAD:	26 a 40 años	()	GÉNERO:	Masculino
	41 a 65 años	()		Femenino
	65 en adelante	()		

1. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO**2. PERFIL TURÍSTICO****1.1 Lugar de Residencia**

Latinoamérica	<input type="checkbox"/>
Norte América	<input type="checkbox"/>
Europa	<input type="checkbox"/>
Asia	<input type="checkbox"/>
Otro (favor especificar)	<input type="checkbox"/>

1.2 Nivel de instrucción

Primaria	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>
Superior	<input type="checkbox"/>
Post-grado	<input type="checkbox"/>
Ninguna	<input type="checkbox"/>

1.3 Profesión / Ocupación Laboral

Estudiante	<input type="checkbox"/>
Técnico	<input type="checkbox"/>
Servidor Público	<input type="checkbox"/>

Empleado Privado	<input type="checkbox"/>
Otro (favor especificar)	<input type="checkbox"/>

1.4 Estado Civil

Soltero/a	<input type="checkbox"/>
Casado/a	<input type="checkbox"/>
Unión Libre	<input type="checkbox"/>
Divorciado/a	<input type="checkbox"/>
Viudo/a	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

1.5 Nivel de Ingresos personales

Menos de \$500	<input type="checkbox"/>
\$501 - \$1000	<input type="checkbox"/>
\$1001 - \$1500	<input type="checkbox"/>
\$1501 - \$2000	<input type="checkbox"/>
Más de \$2000	<input type="checkbox"/>

2.1 ¿Con qué frecuencia realiza viajes al exterior?

Una vez al año x
 De 2 a 3 veces al año y
 Más de 3 veces al año

2.2 ¿Ha visitado países de América Latina?

Si
 No

2.3 ¿Cuál fue el principal motivo que tuvo para visitar Ecuador?

Recomendaciones
 Práctica de deportes extremos
 Contacto con la naturaleza
 Conocer la cultura
 Otro (favor especificar)

2.4 ¿Qué región de Ecuador fue de su mayor preferencia turística?

Costa y
 Sierra x
 Amazonía
 Insular – Galápagos

2.5 ¿Su último viaje turístico dentro de Ecuador, usted se encontraba acompañado por?

Familia
 Pareja
 Amigos
 Compañeros trabajo - estudio
 Solo
 Otro (favor especificar)

2.6 ¿En que tipo de alojamiento se hospedó en su último viaje por turismo?

Hotel x
 Hostal
 Resort

Lodge x
 Hosterías
 Cabañas
 Otros (por favor especificar)

2.7 Durante su estadía en un establecimiento turístico, ¿Qué aspecto considera usted como el principal?

Hospedaje
 Áreas Húmedas (piscinas, etc)
 Restaurante
 Salón Eventos
 Bar – Discoteca

2.8. ¿Cuál fue el monto que gastó en su último viaje turístico?

De \$50 - \$100 por persona
 De \$101 - \$150 por persona x
 De \$151 - \$300 por persona
 De \$301- \$500 por persona y
 Más de \$501 por persona

2.9 Mediante que medio tuvo usted información sobre Ecuador?

Amigos y Familiares
 Internet / Redes Sociales
 Revistas Turísticas
 Televisión
 Agencias de viaje
 Otros (por favor especificar)

2.10 ¿Qué actividad fue la que realizó con más frecuencia durante su estancia en Ecuador?

Práctica de deportes extremos
 Camping
 Escalada deportiva
 Visita a lugares históricos
 Excursiones x
 Turismo Comunitario x
 Otras (favor especificar)

2.11 ¿Ha visitado anteriormente la provincia de Imbabura?

Si

No

2.15 ¿Qué precio considera usted adecuado, en una estadía todo incluido en un Resort turístico, por persona?

2.12 ¿Cuál fue el principal motivo para visitar la provincia de Imbabura?

Ocio

Negocios

Estudio

Salud

Cultura

Otro

De \$50 - \$100 y

De \$101 - \$150 x

De \$151 - \$200 y

De \$201 - \$300

Más de \$300

2.16 ¿Qué actividad consideraría apropiada durante su estancia en un Resort Turístico en el cantón Ibarra?

2.13 ¿Considera que el cantón Ibarra requiera de más áreas turísticas?

Si

No

Excursiones

Ciclo paseos

Canopy

Escalada Deportiva

Masajes/ SPA

Yoga

Otro

2.14 ¿Le parece interesante visitar un Resort Turístico ubicado en las zonas periféricas del cantón Ibarra ?

Muy interesante x

Poco interesante

No me interesa

Muchas gracias por su tiempo, si hay algo más que quisiera agregar o comentar por favor hágalo aquí

.....

.....

Anexo 5. Modelo de entrevista dirigido a los representantes de la comunidad Santa Rosa del Tejar

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONOMICAS
CARRERA INGENIERÍA EN TURISMO**

**“FACTIBILIDAD EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESORT TURÍSTICO EN
LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR”**

**GUÍA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA A LOS LIDERES Y
REPRESENTANTES DE LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR**
OBJETIVO:

Recopilar información relevante de la comunidad Santa Rosa del Tejar que permita conocer su historia y las principales actividades que se desarrollan en el sector.

Nombre:
Lugar:
Día y hora:

1. ¿Podría mencionarnos algunos antecedentes históricos de la comunidad?
2. ¿Cuáles han sido los acontecimientos más relevantes ocurridos en la comunidad dentro de los últimos tres años?
3. ¿Qué tipo de actividades económicas y sociales desarrollan los habitantes de la comunidad de Santa Rosa del Tejar?
4. ¿Existen actividades turísticas en la comunidad? ¿Como se han desarrollado?
5. ¿Qué elementos importantes deben ser considerados para ser la comunidad de Santa Rosa del Tejar considerado como un atractivo turístico?
6. ¿Tiene conocimiento acerca de los profesionales que existen en la comunidad y cuál es la profesión que llevan a cabo?
7. ¿Considera que existe un involucramiento por parte de la comunidad en las actividades turísticas del sector? Cuantas familias de la comunidad se encuentran involucradas con la actividad turística
8. ¿Cómo cree que se puede mejorar la participación de la comunidad en la actividad turística?
9. ¿Cree usted que la implementación de un resort turístico podría dar un realce a la comunidad, haciéndola más conocida y visitada, generando nuevas fuentes de empleo?
10. ¿Cómo se incentiva la participación desde su municipio en temas turísticos?
11. Han realizado capacitaciones específicas y/o masivas de población en cuanto a la actividad turística?
12. ¿Podría mencionar si se están desarrollando actividades de difusión cultural en la comunidad?
13. ¿Como considera usted el sector para el desarrollo de actividades turísticas en cuanto a seguridad y vías de acceso?
14. ¿Existe infraestructura turística como cabañas, restaurantes, transporte turístico para la satisfacción del visitante?

Anexo 6. Modelo de entrevista dirigida a los representantes de la dirección de turismo.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONOMICAS
CARRERA INGENIERÍA EN TURISMO**

**“FACTIBILIDAD EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESORT TURÍSTICO EN
LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR”**

**GUÍA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA A REPRESENTANTES DE LA
DIRECCIÓN DE TURISMO DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA,
MUNICIPIO DE IBARRA Y MINISTERIO DE TURISMO**

OBJETIVO:

Obtener información relevante del sector con la finalidad de encontrar las iniciativas de ayuda para fomentar nuevos emprendimientos turísticos

Nombre:
Lugar:
Día y hora:

1. ¿De que forma su dependencia apoya a las nuevas iniciativas de fomento turístico?
2. ¿Es posible a su criterio, desarrollar proyectos turísticos en la zona de Santa Rosa del Tejar?
3. ¿Se podría considerar que el sector sur oriental del cantón Ibarra como verdadero potencial turístico?
4. ¿De qué manera su institución podría ayudar en el fortalecimiento y desarrollo de un proyecto turístico que beneficia al sector de Santa Rosa del Tejar?
5. ¿Existe por parte de su institución financiamiento para el desarrollo de proyectos de emprendimiento turístico?
6. ¿Cuáles son los requisitos que se necesita para que un establecimiento hotelero sea reconocido como sitio turístico de la provincia?

Anexo 7. Modelo de entrevista dirigida a operadores turísticos de agencias de viajes de la provincia de Imbabura

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONOMICAS
CARRERA INGENIERÍA EN TURISMO**

**“FACTIBILIDAD EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESORT TURÍSTICO EN
LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR”**

**GUÍA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA A OPERADORES
TURÍSTICOS DE AGENCIAS DE VIAJES DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**

OBJETIVO:

Obtener información relevante del sector con la finalidad de encontrar las iniciativas de ayuda para fomentar nuevos emprendimientos turísticos

Nombre:
Lugar:
Día y hora:

1. ¿Existe algún tipo de servicio con el cual se encuentre vinculada la zona sur del cantón Ibarra?
2. ¿Qué elementos son importantes para su empresa al momento de implementar nuevos servicio o productos en su empresa?
3. ¿Considera usted que en la zona sur oriental del cantón Ibarra existen posibilidades de generar nuevos emprendimientos de desarrollo turístico?
4. ¿Se puede ofertar al turista nacional y extranjero la zona de Santa Rosa del Tejar como un atractivo turístico?
5. ¿Qué características esenciales tiene el lugar para promocionar?
6. De qué manera su empresa ha influenciado en la oferta turística
7. ¿Su empresa estaría interesada en promocionar y difundir paquetes turísticos que involucren a la zona sur oriental del cantón de Ibarra?
8. ¿Es posible desarrollar alianzas estratégicas entre su empresa, las autoridades locales y la comunidad para fomentar el turismo en la zona?
9. ¿De qué forma usted se involucraría con el desarrollo de un nuevo proyecto turístico?
10. Cuenta con convenios con los emprendimientos o comunidades aledañas a las zonas rurales del cantón Ibarra
11. ¿Cuáles son las estrategias o los medios que utiliza para promocionar sus productos turísticos?
12. ¿De qué manera usted promueve el desarrollo de los nuevos emprendimientos turísticos en las zonas rurales del cantón?

Anexo 8. Modelo de entrevista dirigida a los establecimientos hoteleros de la provincia de Imbabura

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONOMICAS
CARRERA INGENIERÍA EN TURISMO**

**“FACTIBILIDAD EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESORT TURÍSTICO EN
LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR”**

**GUÍA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA A ESTABLECIMIENTOS
HOTELEROS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**

OBJETIVO:

Conocer las preferencias turísticas y principales estrategias de mercado, fidelización de los clientes hacía los establecimientos hoteleros.

Nombre:
Lugar:
Día y hora:

1. ¿Cuál es el segmento turístico al que está dirigido sus servicios (nacional o extranjero)?
2. ¿Cuál es el motivo principal por el cual la mayoría de las personas se hospeda en su hotel?
3. ¿Cuáles son las temporadas de mayor demanda turística y cuales las de menor?
4. ¿Cuál considera que es el perfil de los huéspedes que visitan su establecimiento?
5. ¿Qué estrategias implementa para competir con la empresa?
6. ¿Cuáles de todos los servicios que ofrece tiene mayor consumo o preferencia por los turistas?
7. ¿Tiene alianzas con alguna otra empresa para determinar las tarifas de acuerdo con la categoría de los establecimientos hoteleros?
8. ¿Cuáles son las estrategias que utiliza para la fidelización del cliente?
9. ¿Su empresa esta aliada con agencias turísticas para da a conocer sus servicios?

Anexo 9. Transcripción de las entrevistas

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONOMICAS
CARRERA INGENIERÍA EN TURISMO**

**“FACTIBILIDAD EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESORT TURÍSTICO EN
LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR”**

**GUÍA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA A LOS LIDERES Y
REPRESENTANTES DE LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR**

Nombre: Segundo Tarquino Angamarca Cuasqui
PRESIDENTE COMUNIDAD SANTA ROSA DEL TEJAR

Lugar: Santa Rosa del Tejar

Día y hora: miércoles 2 de octubre de 2019. **Hora:** 10:45 AM

- 1. ¿Podría mencionarnos algunos antecedentes históricos de la comunidad? ¿Cuáles han sido los acontecimientos más relevantes ocurridos en la comunidad dentro de los últimos tres años?**

El nacimiento del barrio Santa Rosa del Tejar se da por la existencia de una antigua hacienda la cual aún existente en la comunidad, hace 70 años los trabajadores de la hacienda realizan una desmembración formando así el barrio Santa Rosa

La comunidad se encuentra limitada: al norte con el barrio El Tejar, al sur con la hacienda San Juan, al este Rio Tahuando y oeste colinda con la parroquia la Esperanza, la comunidad pertenece a la parroquia San Francisco del cantón Ibarra y está conformada por 2000 habitantes, entre sus principales actividades económicas se la elaboración de teja y ladrillo es por tal motivo que la comunidad lleva un apellido “TEJAR” conociéndole en la actualidad como Santa Rosa del Tejar.

- 2. ¿Qué tipo de actividades económicas y sociales desarrollan los habitantes de la comunidad de Santa Rosa del Tejar?**

Las actividades principales que se desarrollan es la fabricación de teja y ladrillo y en la actualidad ya no tienen mucho mercado por lo que las personas se han dedicado a actividades secundarias como son la agricultura y ganadería y albañilería y diferentes actividades complementarias.

- 3. ¿Existen actividades turísticas en la comunidad? ¿Como se han desarrollado?**

No. Recién se desarrollan planes para un involucramiento del turismo en la comunidad aprovechando el acceso de la vía en buenas condiciones, los recursos naturales y culturales que posee, así como también la gastronomía

Actualmente las personas realizan diferentes actividades enfocadas al turismo como es la visita al río, cabalgatas, ciclismo y senderismo y su principal enfoque para el desarrollo es mejorar la fisonomía del sector para que sea mas atractivo y de esta manera exista un desarrollo económico para el sector

4. ¿Qué elementos importantes deben ser considerados para ser la comunidad de Santa Rosa del Tejar considerado como un atractivo turístico?

- ✓ Implementar infraestructura adecuada para brindar un buen servicio
- ✓ Dar valor a los recursos naturales y culturales que posee el lugar
- ✓ Dar mantenimiento adecuado de las vías principales y secundarias
- ✓ Conservar la flora endémica implementando en diferentes espacios públicos
- ✓ Organizar mingas con toda la comunidad
- ✓ Capacitar a las personas para demostrar que el turismo también es una alternativa de desarrollo económico y así proponer mejor calidad de vida

5. ¿Tiene conocimiento acerca de los profesionales que existen en la comunidad y cuál es la profesión que llevan a cabo?

Existen diferentes profesionales con sus diferentes carreras que han salido del lugar, pero de cierto modo ayudan al desarrollo de la comunidad, se ha desarrollado ideas de turismo con la prefectura, así como también personas que colaboraron directamente con la viabilidad y de cualquier manera aportan al desarrollo de la comunidad

6. ¿Considera que existe un involucramiento por parte de la comunidad en las actividades turísticas del sector? Cuantas familias de la comunidad se encuentran involucradas con la actividad turística

Si existe involucramiento por parte de la comunidad para el desarrollo de diferentes actividades de turismo que está fomentando en la comunidad y a futuro se vaya incrementando más familias y de esta manera mejorando la calidad de vida la población

Existe un involucramiento de un 30% de la comunidad personas interesadas en la implementación de nuevos servicios de turismo

7. ¿Cómo cree que se puede mejorar la participación de la comunidad en la actividad turística?

Demostrando trabajo con las personas interesadas y de esta manera tratar que se involucre la mayor parte de la población

Formando mesas de trabajo fomentando iniciativas que ayuden al involucramiento de la mayor parte de la comunidad

Creando grupos específicos que brinden servicios enfocados al desarrollo del turismo entre ellos puede ser guías nativos, hospedaje alimentación y actividades complementarias al turismo para que todo se desarrolle de una manera equitativa

8. ¿Cree usted que la implementación de un resort turístico podría dar un realce a la comunidad, haciéndola más conocida y visitada, generando nuevas fuentes de empleo?

Si, porque un resort sería un lugar emblemático del sector del mismo modo involucra diferentes sectores tanto productivo, así como también atractivos naturales y culturales del sector, es una buena alternativa para que las personas del sector se involucren directa o indirectamente con el resort y así generando mejor calidad de vida en la comunidad

9. ¿Cómo se incentiva la participación desde su municipio en temas turísticos?

No realiza iniciativas de parte de gobiernos centrales como es el GAD y la prefectura, por lo tanto, la comunidad desarrolla sus propias iniciativas como reuniones comunitarias, planes de desarrollo de turismo para apostar por un futuro de surgimiento de la comunidad.

10. Han realizado capacitaciones específicas y/o masivas de población en cuanto a la actividad turística?

Se está desarrollando mesas de trabajo y proyectos para el desarrollo del turismo, así como también involucrando algunos sectores de turismo tanto del sector público o privado que puedan aportar al desarrollo del turismo, colaborar con capacitaciones de forma continua y el desarrollo de proyectos turísticos.

11. ¿Podría mencionar si se están desarrollando actividades de difusión cultural en la comunidad?

Si se realizan difusión para dar a conocer la cultura y especialmente cuando hay presentaciones de los grupos de danza y música que participan en el lugar también

una de las fiestas principales que se realizan en los pueblos andinos es el Inti Raymi a partir de ello dar a conocer la cultura que se posee en el lugar

12. ¿Como considera usted el sector para el desarrollo de actividades turísticas en cuanto a seguridad y vías de acceso?

El lugar es muy seguro y tranquilo no existe peligro se camina a cualquier hora del día y la noche siempre se ha trabajado por mantener la seguridad en el lugar las personas del sector son muy confiables y amigables por lo que no existe descontento por ello, las vías de acceso se encuentran en buen estado existe de primer orden y de segundo orden por lo que siempre se trabaja para mantener en buenas condiciones el lugar

13. ¿Existe infraestructura turística como cabañas, restaurantes, transporte turístico para la satisfacción del visitante?

Existe cabañas y transporte urbano en el sector son servicios importantes para el desarrollo del turismo en la zona, se está empezando a brindar servicios de alimentación para complementar el desarrollo del turismo y así brindar calidad de servicio en todos sus aspectos

Anexo 10. Transcripción de la entrevista dirigida a Experta Agencia de viaje dual

ENTREVISTA REALIZADA A “EXPERTA” AGENCIA DE VIAJES

“El Ingeniero Arteaga da a conocer como incluir nuevos productos turísticos a las Agencias de Viajes” (C. Arteaga, comunicación personal, 24 de septiembre 2019).

1. ¿Existe algún tipo de servicio con el cual se encuentre vinculada la zona sur del cantón Ibarra?

Si, se ofertan paquetes que engloba la provincia de Imbabura y en lo que se refiere a la zona sur del cantón Ibarra la parroquia de la Esperanza involucran paquetes de 1 noche y de la provincia de Imbabura se desarrolla paquetes de hasta 15 días, en la actualidad se están enfocando en el mercado extranjero especialmente para Europa y Estados Unidos.

2. ¿Qué elementos son importantes para su empresa al momento de implementar nuevos servicio o productos en su empresa?

La calidad del servicio que se oferte debe tener infraestructura, señalética servicios básicos y demás elementos complementarios para brindar calidad de servicios y así generar experiencia única en el lugar

Atención al cliente es uno de los factores principales e importantes que se toma en cuenta para realizar un paquete turístico.

3. ¿Considera usted que en la zona sur oriental del cantón Ibarra existen posibilidades de generar nuevos emprendimientos de desarrollo turístico?

Si, hay mucho que aprovechar, pero no se desarrolla un trabajo conjunto entre el sector público y privado y sobre todo los involucrados dentro de la zona las comunidades que poseen recursos y atractivos

4. ¿Se puede ofertar al turista nacional y extranjero la zona de Santa Rosa del Tejar como un atractivo turístico?

Si se puede promocionar, pero debe existir un trabajo conjunto con la comunidad ya que es quien debe estar al frente de desarrollo de nuevos proyectos y son los protagonistas del cuidado de los recursos naturales y culturales que posee dicho lugar

5. ¿Qué características considera esenciales para promocionar el lugar?

Los lugares para promocionarse se encuentren en buenas condiciones ya sea viabilidad, servicios básicos, infraestructura turística también es importante manejar

Plan de mercadeo entre ello desarrollar estrategias de redes sociales, fan trip que es muy importante para dar a conocer diferentes puntos turísticos.

6. ¿De qué manera su empresa ha influenciado en la oferta turística?

Trabajo conjunto con las comunidades que oferten paquetes turísticos y ofertar mas productos para que los turistas pernocten en el cantón y sea una fuente de desarrollo el turismo como tal

Diversificar la oferta turística para promover el consumo de diferentes productos o servicios y así también promover la economía del cantón y la provincia

7. ¿Su empresa estaría interesada en promocionar y difundir paquetes turísticos que involucren a la zona sur oriental del cantón de Ibarra?

Si, pero es importante desarrollar trabajo conjunto con las comunidades para que den a conocer los nuevos productos que ofertan y acatarse a medidas que los emprendimientos proponen.

8. ¿Es posible desarrollar alianzas estratégicas entre su empresa, las autoridades locales y la comunidad para fomentar el turismo en la zona?

Si ya que se considera como un eje fundamental porque debe realizar trabajo conjunto entre entidades públicas y privadas sobre todo trabajo conjunto con el sector público ya que son encargados del mantenimiento de la infraestructura básica es favorable además el ministerio de turismo ayuda con los sititos turísticos que están registrados y calificados

9. ¿De qué forma usted se involucraría con el desarrollo de un nuevo proyecto turístico?

Asesorar a los nuevos emprendimientos para que crezcan de forma continua y también exista involucramiento por parte de la comunidad y dinamizar la economía Capacitación al personal para que brinden calidad de servicio al cliente y por ende existe responsabilidad social en el ámbito turístico

10. ¿Tiene convenios con los emprendimientos o comunidades aledañas a las zonas rurales del cantón Ibarra?

No existe convenios, aunque si es necesario para establecer tarifas y actualmente lo consideran como debilidad de la agencia

11. ¿Cuáles son las estrategias o los medios que utiliza para promocionar sus productos turísticos?

Actualmente los medios digitales son importantes para posesionar un producto por lo tanto se utiliza redes sociales, páginas web, posicionamiento SEO, WhatsApp,

crear campañas publicitarias, entregar folletería en eventos culturales es una nueva estrategia que se va a utilizar y demás medios de comunicación.

12.¿De qué manera usted promueve el desarrollo de los nuevos emprendimientos turísticos en las zonas rurales del cantón?

Consumir primero lo nuestro y también exista involucramiento de parte de la comunidad ya que ellos dan la imagen de la mayor parte de los recursos que poseen.

Anexo 11. Transcripción de la entrevista dirigida a La agencia de viaje Intipungo

ENTREVISTA REALIZADA A LA AGENCIA DE VIAJE INTERNACIONAL Y OPERADORA “INTIPUNGO”

“La Gerente de la Agencia de Viajes Intipungo Ing. Cristina Dávila da a conocer como incluir nuevos productos turísticos a las Agencias de Viajes” (C. Davila, comunicación personal, 15 de octubre 2019).

1. ¿Existe algún tipo de servicio con el cual se encuentre vinculada la zona sur del cantón Ibarra?

Si, con la mayor parte de emprendimientos de carácter turístico tomando en cuenta que debe brindar calidad en todos sus ámbitos, ya sea servicio, vialidad, el entorno que lo rodea en buenas condiciones ambientales y conservación ambiental

2. ¿Qué elementos son importantes para su empresa al momento de implementar nuevos servicio o productos en su empresa?

Calidad en todos sus ámbitos ya sea prestadores de servicio en hoteles, atractivos de carácter turístico, responsabilidad en cada tarea que desarrollen y cumplimiento de normas y reglas a través del ministerio de turismo es la parte fundamental en el desarrollo de la actividad turística

3. ¿Considera usted que en la zona sur oriental del cantón Ibarra existen posibilidades de generar nuevos emprendimientos de desarrollo turístico?

Si, pero debe desarrollarse juntamente con entidades privadas y la comercialización uno de los ejes fundamentales para el surgimiento de emprendimientos

También tener un mercado segmentado para saber a quién está enfocado el producto o servicio y evitar que los emprendimientos decaigan

4. ¿Se puede ofertar al turista nacional y extranjero la zona de Santa Rosa del Tejar como un atractivo turístico?

Si, ya que es un lugar que posee recursos naturales y culturales en buen estado de conservación, se puede ofertar al turista cuando cada emprendimiento turístico cumpla con normas y reglamentos planteados por el ministerio de turismo ya que es uno de los entes reguladores y encargado de brindar calidad de servicio

5. ¿Qué características considera esenciales para promocionar el lugar?

Conservación de los paisajes que posee y recursos naturales y culturales, crear rutas para dar más tiempo de esparcimiento a las personas que visiten el lugar, crear actividades que se acoplen al entorno que rodea y de esta manera fomentar el turismo en la zona

6. ¿De qué manera su empresa ha influenciado en la oferta turística?

Desarrollo de nuevos productos aprovechar las bondades de la provincia tanto en recursos naturales y culturales para que sea fuente de ingresos de las familias o comunidades que posee recursos

7. ¿Su empresa estaría interesada en promocionar y difundir paquetes turísticos que involucren a la zona sur oriental del cantón de Ibarra?

Si, siempre cuando cada atractivo que conforme el paquete turístico cumpla obligatoriamente con reglas y normas del ministerio de turismo ya que se va a ofrecer calidad a los turistas

8. ¿Es posible desarrollar alianzas estratégicas entre su empresa, las autoridades locales y la comunidad para fomentar el turismo en la zona?

Si, es necesario desarrollar estrategias con entidades publicas y privadas para fomentar el desarrollo del turismo en cada lugar de la provincia que cuenta con recursos de diferente índole, las comunidades son muy importantes ya que ellas son dueñas de los recursos y encargadas de la conservación de cada complemento turístico

9. ¿De qué forma usted se involucraría con el desarrollo de un nuevo proyecto turístico?

Totalmente el producto sea de calidad, de forma total en todas las etapas con proveedores con recorridos e incentivar a la promoción del nuevo producto

10. ¿Tiene convenios con los emprendimientos o comunidades aledañas a las zonas rurales del cantón Ibarra?

No, se trabaja de forma independiente cuando necesita visitar lugares se realiza cotizaciones y establece precios para AA VV

11. ¿Cuáles son las estrategias o los medios que utiliza para promocionar sus productos turísticos?

Los medios que más se utiliza en la actualidad son, redes sociales es una buena estrategia ya que se da a conocer las promociones y ofertas y los nuevos paquetes que se desarrolla de forma constante, las recomendaciones también ha sido una, alianzas con demás agencias de viaje del Ecuador

12. ¿De qué manera usted promueve el desarrollo de los nuevos emprendimientos turísticos en las zonas rurales del cantón?

- Conocer el producto para ayudar a promocionar
- Comunicación para dar a conocer los productos entre emprendimiento y la agencia de viajes
- Ir revisar emprendimientos
- Dar alternativas de desarrollo de turismo
- Ayudar con ideas para implementar nuevos productos o servicios

Anexo 12. Transcripción de la entrevista dirigida al hotel Ajavi

ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DEL HOTEL “AJAVI”

“La administradora del Hotel Ajavi Ing. Amparo Salazar. menciona cual es segmento de mercado y las estrategias que realizan para competir con la empresa” (A. Salazar, comunicación personal, 8 de octubre 2019).

1) ¿Hacia que segmento turístico está dirigido sus servicios (nacional o extranjero)?

Los servicios están dirigidos a empresa e instituciones, sociedades, y eventos sociales y todo tipo de turismo que visita en la provincia considerando que el hotel es ejecutivo se hospedan personas de grandes empresas e instituciones por eso la mayor ocupación esta los días hábiles de lunes a viernes, cuando hay feriados el turismo si incrementa

En cuanto a las personas que se hospedan hay un promedio de 1800 y entre ellos hay un 15% de turistas internacionales

2) ¿Cuál es el motivo principal por el cual la mayoría de las personas se hospeda en su hotel?

Es un hotel que presta servicios de calidad y se mantiene a la vanguardia del mercado hotelero existe disponibilidad de 91 habitaciones el 50% de ellas son nuevas y el otro 50% son remodeladas permanentemente de esta manera presta mejor servicio y brinda experiencia de calidad para los huéspedes y personas que visitan el hotel por diferentes motivos, siempre existe remodelación constante en todas las áreas

3) ¿Su hotel tiene en alguna temporada del año mayor porcentaje de huéspedes? ¿En qué temporada?

En los feriados que en su mayoría son a nivel de país hay existen huéspedes de todas las provincias, también cuando realizan congresos ya que el hotel se presta mucho para ello, también diferentes eventos de parte de empresas multinacionales

4) ¿Cuál es el perfil de los huéspedes?

La mayoría de los huéspedes son ejecutivos de alto nivel de instituciones que vienen del exterior diferentes instituciones y huéspedes internacionales de diferentes misiones

También está dirigido a todas las personas que visiten la ciudad y buscan comodidad en un lugar único y brindar servicios de calidad a todas personas que se hospeden el hotel

5) ¿Qué estrategias implementa para competir con la empresa?

Lo que siempre da buenos resultados es crear paquetes promocionales de descuento, también incluir servicios de forma gratuita para que conozcan y puedan consumir demás servicios que oferta el hotel

Una de las estrategias para vender es marketing en las redes sociales se regala estadías para las personas que sigan la página comparten la publicación esto se realiza sorteos en fechas específicas que se pueda compartir con la familia

Promociones especiales para los feriados lo que siempre se realiza es, por ejemplo: hospédese 2 noches la tercera noche es gratis son promociones que han tenido muy buen resultado

Descuentos para personas que se hospedan constantemente en el hotel

6) ¿Cuáles de todos los servicios que ofrece tiene mayor consumo o preferencia por los turistas?

Los principales servicios que tienen mayor consumo son hospedaje y alimentación también el área de eventos sociales tiene gran acogida desglosando de ello también existe consumo de las diferentes áreas que posee el hotel.

7) ¿Existe alianza con alguna otra empresa para determinar las tarifas de acuerdo con la categoría de los establecimientos hoteleros?

Las tarifas se desarrollan de acuerdo con la calidad que se presta hacia los consumidores por ello se mantiene remodelación constante de las diferentes áreas y se sujetan con el mercado consumidor

8) ¿cuáles son las estrategias para la fidelización del cliente?

Dar un buen servicio al cliente, crear promociones, hacer descuentos por hospedarse de forma constante en el hotel

9) ¿Su empresa esta aliada con agencias turísticas para da a conocer sus servicios?

Si, se trabaja directamente con diferentes agencias de viaje a nivel nacional ya que es una buena estrategia para recibir más clientes

Anexo 13. Transcripción de la entrevista dirigida al hotel imperio del sol

ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE “IMPERIO DEL SOL”

“El gerente del hotel “IMPERIO DEL SOL” .Montenegro, M. menciona como cual es segmento de mercado y las estrategias que realizan para competir con la empresa” (M. Montenegro, comunicación personal, 12 de octubre 2019).

1) ¿Hacia que segmento turístico está dirigido sus servicios (nacional o extranjero)?

Es un hotel desde la concepción inicial marca básicamente a conocer necesidades de clientes que están vinculados en el ámbito academia, arte, cultura, negocio básicamente está enfocado hacia el sector profesional, así también las empresas de diferente índole también a las personas que visitan la ciudad que buscan comodidad en todos sus ámbitos

Hay un promedio de huéspedes entre 600 mensuales de ellos el 30% son extranjeros

2) ¿Cuál es el motivo principal por el cual la mayoría de las personas se hospeda en su hotel?

La calidad de servicio que se ofrece es muy importante considerar ello, habitaciones son cómodas, el establecimiento es cercano a la ciudad, también está muy cerca hacia establecimientos académicos considerando que es el principal mercado

3) ¿Su hotel tiene en alguna temporada del año mayor porcentaje de huéspedes? ¿En qué temporada?

Si existe altos y bajos en temporadas del año, pero los meses que tiene mayor acogida son de marzo a septiembre existe muy buena acogida considerando la estación de tiempo son meses de verano

4) ¿Cuál es el perfil de los huéspedes?

La mayor parte de personas que visitan el hotel tienen perfil profesional, también deportistas de federaciones de diferente tipo, así como también artistas, es un mercado amplio en el cual está enfocado el hotel

5) ¿Qué estrategias implementa para competir con la empresa?

De desarrollo plan de negocios tenga características análisis del tipo de cliente realiza descuentos especiales, parte de responsabilidad social con deportistas que recién descuento, así como también personas con capacidades especiales

6) ¿Cuáles de todos los servicios que ofrece tiene mayor consumo o preferencia por los turistas?

El principal mercado es el alojamiento y en segundo plano la alimentación es uno de los principales consumos de parte de los clientes

7) ¿Existe alianza con alguna otra empresa para determinar las tarifas de acuerdo con la categoría de los establecimientos hoteleros?

No, todo se desarrolla de forma independiente definiendo de acuerdo con la calidad de servicio que se oferta al cliente uno de los principales factores también considerando los elementos con los que cuenta el hotel para en este caso brindar experiencia de calidad y así dirigirse a un segmento de mercado específico

8) ¿cuáles son las estrategias para la fidelización del cliente?

Ofrecer servicios de calidad, afiliar a personas que promueve el arte la cultura y temas que ayuden al desarrollo de una sociedad intelectual, así como también personas que piensa en cuestión ambiental sostenibilidad ambiental que desarrolla en el hotel es un tema de interés por el cual las personas estarían interesadas en hospedarse

9) ¿Su empresa esta aliada con agencias turísticas para da a conocer sus servicios?

Si, es importante aliar con estos medios ya que son la puerta para dar a conocer los productos y servicios que dispone una ciudad o provincia, también existen acuerdos con diferentes empresas públicas y privadas para que se hospeden en el lugar

Anexo 14. Transcripción de la entrevista dirigida instituciones gubernamentales

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONOMICAS
CARRERA INGENIERÍA EN TURISMO**

**“FACTIBILIDAD EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESORT TURÍSTICO EN
LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DEL TEJAR”**

**GUÍA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA A REPRESENTANTES DE LA
DIRECCIÓN DE TURISMO DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA,
MUNICIPIO DE IBARRA Y MINISTERIO DE TURISMO**

“El encargado del área de turismo del GAD Ibarra “ITUR” Ing. Ruiz. C. menciona como apoyar a los nuevos emprendimientos de parte del GAD Ibarra” (C. Ruiz, comunicación personal, 2 de octubre 2019).

1. ¿De qué forma su dependencia apoya a las nuevas iniciativas de fomento turístico?

Trabajar en nuevos proyectos, desarrollar ordenanzas que se enfoca en los incentivos de las nuevas inversiones turísticas tomando en cuenta montos económicos, y plazas de trabajo, es una ordenanza buena y aprovechar las inversiones nacionales como extranjeras inviertan en el cantón y así reactivar actividades económicas tomando en cuenta que el turismo es uno de los ejes transversales en el desarrollo de la economía turística

2. ¿Es posible a su criterio, desarrollar proyectos turísticos en la zona de Santa Rosa del Tejar?

Si ya que es una zona que hay aprovechar recursos naturales y culturales que posee también es importante la cercanía que tiene con la ciudad de Ibarra considerándose como una potencialidad, también se puede realizar innovación para dirigirse a varios segmentos de mercado ya sea nacional e internacional

3. ¿Se podría considerar que el sector sur oriental del cantón Ibarra como verdadero potencial turístico?

Si, porque hay espacios en los que se puede trabajar y también recursos que hay que recuperar responsablemente, también es importante considerar que las personas que viven dentro del área de influencia sean participes de nuevos cambios y desarrollo que se plantea de esta manera considerar espacios turísticos

y luego considerar como un potencial turístico al momento que se haya recuperado parte de recursos naturales y culturales por lo que es importante la conservación en todos los ámbitos de desarrollo turístico

4. ¿De qué manera su institución podría ayudar en el fortalecimiento y desarrollo de un proyecto turístico que beneficia al sector de Santa Rosa del Tejar?

Proveer información principal en cuanto a los turistas que visitan la provincia y su origen, la cantidad de gasto que tienen ya que son elementos que sirven para establecer un segmento de mercado y así desarrollar un proyecto de forma exitosa, el municipio se encarga de desarrollar políticas públicas para el fortalecimiento y desarrollo de emprendimientos y empresas turísticas

5. ¿Existe por parte de su institución financiamiento para el desarrollo de proyectos de emprendimiento turístico?

No desarrolla ningún crédito para emprendimientos, pero hay que aprovechar entidades del estado que ayudan con créditos directos para el fortalecimiento del desarrollo de emprendimientos de cualquier índole y el fomentar políticas

6. ¿Cuáles son los requisitos que se necesita para que un establecimiento hotelero sea reconocido como sitio turístico de la provincia?

Ministerio de turismo hacer una inspección del lugar donde está funcionando el establecimiento hotelero y califican también es el ente rector de dar la categoría de turístico (Registro de actividad turística)

Municipio de Ibarra se encarga de establecer que haya buen manejo de uso del suelo, capacidad que existe para que funcione un negocio aforo es la capacidad de personas que pueden permanecer en un establecimiento

Impuestos tasa turística la licencia anual de funcionamiento que se debe pagar de 1 de enero hasta fin de mes de abril

Anexo 15. Modelo de ficha y sus atractivos

 										
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE TURISMO										
FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS										
Código del atractivo:	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo		
1. DATOS GENERALES										
1.1 Nombre del Atractivo Turístico										
1.2 Categoría										
1.3 Tipo										
1.4 Subtipo										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO										
2.1 Provincia										
2.2 Cantón										
2.3 Parroquia										
2.4 Calle Principal										
2.5 Número										
2.6 Transversal										
2.7 Barrio, Sector o Comuna										
2.8 Sitio poblado más cercano										
2.9 Latitud (grados decimales)										
2.10 Longitud (grados decimales)										
2.11 Altura (msnm)										
2.12 Inmerso en Espacio Turístico										
SI NO S/I										
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:										
Observaciones:										
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS										
SI NO S/I										
3.1 Clima										
3.2 Temperatura(°C)										
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO										
SI NO S/I										
4.1 Tipo de Ingreso (U)										
SI NO S/I										
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)										
Observaciones										
1.2 Restringido (Continuar)										
4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)										
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):										
a. Desde \$										
b. Hasta \$										
a. Efectivo										
b. Dinero Electrónico										
4.1.3.2 Forma de Pago (M):										
c. Tarjeta de Débito										
d. Tarjeta de Crédito.										
e. Transferencia Bancaria										
f. Cheque										
4.1.4 Horario:										
a. Hora de Ingreso:										
b. Hora de Salida:										
a. Todos los días										
c. Fines de Semana y Feriados										
4.1.5 Atención (U):										
b. Sólo días hábiles										
d. Otro. Especifique:										
Observaciones:										
4.2 Temporalidad (M)										
SI NO S/I										
a. Alta (meses)										
Especifique:										
b. Baja (meses)										
Especifique:										
Observaciones:										
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).										
SI NO S/I										
a. Rampas adecuadas										
b. Baterías Sanitarias										
c. Personal Calificado										
d. Sistema Braille										
e. Otro Especifique:										
Observaciones:										
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO.										
SI NO S/I										
5.1 Acceso (M)										
SI NO S/I										
5.1.1 Terrestre (U)										
a. Primer Orden										
Bueno Regular Malo										
b. Segundo Orden										
Bueno Regular Malo										
c. Tercer Orden										
Bueno Regular Malo										
5.1.2 Acuático (U)										
a. Marítimo										
Describir:										
b. Lacustre										
Describir:										

	c. Fluvial	Describir:							
5.1.3 Aéreo		Describir:							
Observaciones:									
5.2 Comunicación (M)		SI		NO			S/I		
5.2.1 Telefonía (M)		a. Fija		b. Móvil			c. Satelital		
5.2.2 Conexión a Internet (M).		a. Línea Telefónica d. Redes inalámbricas		b. Cable. e. LMDS			c. Satélite f. Telefonía Móvil		
5.2.3 Radio Portátil (U).		SI		NO					
Observaciones:									
5.3 Señalización (M)		SI		NO			S/I		
a. Señalización de aproximación al sitio		Estado (U)	Bueno		Regular		Malo		
b. Señalética en el sitio			Bueno		Regular		Malo		
Observaciones:									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI		NO			S/I		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:			Km		b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		horas/ minutos		
Observaciones:									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI		NO			S/I		
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia							
		a. Diaria		b. Semanal		c. Mensual		d. Eventual	
a. Bus									
b. Busetas									
c. Automóvil									
d. 4x4									
e. Tren									
f. Barco									
g. Lancha / Canoa/ Bote									
h. Avión									
i. Avioneta									
j. Helicóptero									
k. Otro		Especifique:							
Observaciones:									
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI		NO			S/I		
6.1 Planta Turística (M)		SI		NO			S/I		
a. Alojamiento		Establecimientos registrados:		Habitaciones:		Plazas:			
b. Alimentos y Bebidas		Establecimientos registrados:		Mesas:		Plazas:			
c. Agencias de viaje/Operadoras		Establecimientos Registrados:							
d. Intermediación		Especifique:							
e. Transporte o movilización interno		Especifique:							
f. Guianza		Especifique:							
g. Otros		Especifique:							
Observaciones:									
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo		SI		NO			S/I		
6.2.1 Categoría		6.2.2. Tipo (M)		6.2.3 Cant.		6.2.4 Administrador		6.2.5 Coordenadas	
								6.2.6 Estado (U)	
								a. Lat. b. Long. B R M	
a. De apoyo a la gestión turística		Punto de Información abierto							
		Punto de información cerrado							
		I-Tur							
		Centro de interpretación							
		Centro de facilitación turística							
b. De observación y		Centro de recepción - equipamiento visitantes de							
		Miradores							
		Torres de avistamiento de aves							

vigilancia	Torres de observación de salvavidas								
c. De recorrido y descanso	Senderos								
	Estaciones de sombra y descanso								
	Áreas de Acampar								
	Puentes de acceso a senderos								
	Refugio de alta montaña								
d. De servicio	Muelle								
	Área de servicio de alimentación								
	Garitas de guardiana								
	Baterías sanitarias								
	Estacionamientos								
e. Otros	Especifique:								
Observaciones:									
6.3 Complementarios (M)		SI	NO	S/I					
a. Casa de cambio	b. Alquiler y venta de equipo especializado	c. Venta de Artesanías y merchandising							
f. Cajero automático	e. Taxis	h. Otro	Especifique:						
Observaciones:									
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO	S/I					
7.1 Atractivo (U)		SI	NO	S/I					
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro		d. Deteriorado					
Observaciones:									
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	NO.	S/I					
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)							
a. Erosión	a. Actividades Agrícolas	b. Actividades Ganaderas	c. Actividades Forestales						
b. Humedad	d. Actividades Extractivas/Minería	e. Actividades Industriales	f. Negligencia/ Abandono						
c. Desastres Naturales	g. Huaquearía	h. Conflicto de tenencia	i. Condiciones de uso y exposición						
d. Flora/Fauna	j. Escaso o nulo mantenimiento	k. Contaminación del Ambiente	l. Generación de residuos						
e. Clima	m. Expansión urbana	n. Conflicto Político / Social	o. Desarrollo Industrial /						
Otro	Especifique:								
Observaciones:									
7.2 Entorno (500 m) (U)		SI	NO	S/I					
a. Conservado	b. Alterado	c. En de proceso deterioro		d. Deteriorado					
Observaciones:									
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	NO	S/I					
a. El atractivo guarda armonía con el entorno	SI	NO							
Observaciones:									
7.4. Declaratoria del Atractivo		SI	NO	S/I					
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:							
Observaciones:									
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	NO	S/I					
7.5.1 Geológicas (M)					7.5.2 Meteorológicas (M)				
a. Sismos					a. Huracanes				
b. Erupciones volcánicas					b. Deslizamientos				
c. Movimientos en masa-deslizamientos					c. Marejadas				
d. Fallas Geológicas					d. Inundaciones				
Otro	Especifique:								
Observaciones:									
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I					
8.1 Agua (M)		SI	NO	S/I					
a. Potable	b. Pozo	c. Tanquero							
d. Entubada o canal	e. Río, vertiente, acequia	f. Lluvia							
g. Otro	Especifique:								
Observaciones:									
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	NO	S/I					

a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	b. Panel Solar	c. Generador de corriente eléctrica		
d. Otro	Especifique:			
Observaciones:				
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)	SI	NO	S/I	
a. Red Pública	b. Pozo Ciego	c. Pozo Séptico	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	
e. Letrina	f. Otro	Especifique:		
Observaciones:				
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)	SI	NO	S/I	
a. Manejo de desechos (SR)	b. Carro Recolector	c. Terreno baldío o quebrada	d. Quema de basura	
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	f. Basura enterrada	g. Otro	Especifique:	
Observaciones:				
8.5 Salud (más cercano) (M)	SI	NO	S/I	
a. Hospital o Clínica	b. Puesto / Centro de salud	c. Dispensario Médico	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y	
Observaciones:				
8.6 Seguridad (M)	SI	NO	S/I	
a. Privada	b. Policía Nacional	c. Policía Metropolitana / Municipal		
d. Otra	Especifique:			
Observaciones:				
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES	SI	NO	S/I	
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):	SI	NO	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):	SI	NO	Especifique:	
9.3. Nombre del Administrador:				
9.4. Tipo de Administrador (U)				
a. Público	b. Privado	c. Comunitario	d. Otro	Especifique:
9.5. Contacto				
a. Nombre:	b. Teléfono/Celular:			
c. Correo Electrónico:	d. Página WEB:			
Observaciones:				
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)	SI	NO	S/I	
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)	SI	NO	S/I	
10.1.1 En el Agua (M)	SI	NO	S/I	
a. Buceo	b. Kayak de mar / Río lacustre	c. Kayak de		
d. Kite Surf	e. Rafting	f. Snorkel		
g. Surf	h. Tubing	i. Regata		
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing /	l. Banana / Inflables Esquí		
m. Pesca Deportiva	n. Otro	Especifique:		
Observaciones:				
10.1.2 En el Aire (M)	SI	NO	S/I	
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d Otro	Especifique:
Observaciones:				
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)	SI	NO	S/I	
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo		
d. Cicloturismo	e. Canyoning	f. Exploración de cuevas		
g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata		
j. Camping	k. Pícnic tauna	l. Observación de flora y		
m. Fotografía	n. Otro	Especifique:		
Observaciones:				
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)	SI	NO	S/I	
10.2.1 Tangibles (M)	SI	NO	S/I	

a. Recorridos Guiados / Autoguiados	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	e. Muestras Audiovisuales Lúdicas	f. Actividades Vivenciales y/o
g. Fotografía	h. Información del lugar	i. Visita a Talleres
j. Otro	Especifique:	
Observaciones:		
10.2.2 Intangibles (M)	SI	NO S/I
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	b. Histórico c. Contemporáneo
10.2.2.2. Symbolism	10.2.2.3. Fecha de celebración:	
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	b. Ocasional c. Otro
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	b. Colectivos c. Instituciones
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	NO
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:		
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	NO
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	b. Regular c. Malo
Observaciones:		
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO	SI	NO S/I
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)	SI	NO S/I
a. Local	b. Regional	c. Nacional d. Internacional
Observaciones:		
11.2. Medios de Promoción del Atractivo	SI	NO S/I
a. Página WEB	URL:	
b. Red Social	Nombre:	
c. Revistas Especializadas	Nombre:	
d. Material POP	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Especifique:	
g. Otro	Especifique:	
Observaciones:		
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo4)	SI	NO S/I
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)
		d. Coordenadas Geográficas
		1. Latitud (grados decimales)
		2. Longitud (grados decimales)
Observaciones:		
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA(M)	SI	NO S/I
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)	
a. Local	a. Turista	b. Excursionista
b. Nacional	a. Turista	b. Excursionista
c. Extranjera	a. Turista	b. Excursionista
	a. Alta	b. Media c. Baja
	a. Alta	b. Media c. Baja
	a. Alta	b. Media c. Baja
Observaciones:		
13. RECURSO HUMANO	SI	NO S/I
13.1. Personal especializado en turismo (U):	SI	No Especifique:
13.2. Nivel de instrucción (U)		
Primaria	Secundaria.	Tercer Nivel. Cuarto Nivel. Otro. Especifique:
13.3. Idiomas		
a. Inglés.	b. Alemán.	c. Francés d. Italiano e. Chino. f. Otro
Observaciones:		
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO	SI	NO S/I

15. ANEXOS		
a. Archivo Fotográfico (dos)		
Fuente:		
c. Ubicación gráfica del Atractivo		
Fuente:		
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre:	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución:	Institución	Institución
Cargo:	Cargo	Cargo
Fecha:	Fecha	Fecha

Fuente: MITUR (2017)

Anexo 16. Evidencia de las Fichas

Código del atractivo:		1	0	5	0	0	4	A	N	0	5	0	1	1	0	0	1
		Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo								
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE TURISMO																	
FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico RÍO TAHUANDO																	
1.2 Categoría ATRATIVOS NATURALES						1.3 Tipo RÍOS						1.4 Subtipo RÍO					
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia IMBABURA						2.2 Cantón IBARRA						2.3 Parroquia SAN FRANCISCO					
2.4 Calle Principal S/I						2.5 Número S/I						2.6 Transversal S/I					
2.7 Barrio, Sector o Comuna SANTA ROSA DEL TEJAR						2.8 Sitio poblado más cercano EL TEJAR											
2.9 Latitud (grados decimales) 0°18'23.82"N						2.10 Longitud (grados decimales) 78° 5'59.62"O						2.11 Altura (msnm) 2392 m					
2.12 Inmerso en Espacio Turístico						SI						NO					
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones: Se encuentra cerca de sitios turísticos pero no es aprovechado turísticamente dicho atractivo																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI						NO						S/I					
3.1. Clima: Templado seco-mediterráneo						3.2 Temperatura(°C) : 16.3 °C. - 32°C											
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI						NO						S/I					
4.1 Tipo de Ingreso (U)																	
SI						NO						S/I					
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)						.1.2 Restringido (Continuar observaciones)						4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)					
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):						a. Desde \$						b. Hasta \$					
a. Efectivo						b. Dinero Electrónico											
4.1.3.2 Forma de Pago (M):						c. Tarjeta de Débito						d. Tarjeta de Crédito.					
e. Transferencia Bancaria						f. Cheque											
4.1.4 Horario:						a. Hora de Ingreso:						b. Hora de Salida:					
a. Todos los días						c. Fines de Semana y Feriados											
4.1.5 Atención (U):						d. Otro.						Especifique:					
b. Sólo días hábiles																	
Observaciones: No dispone de un horario establecido para el ingreso o salida de lugar en cuestión																	
4.2 Temporalidad (M)																	
SI						NO						S/I					
a. Alta (meses)						Especifique:											
b. Baja (meses)						Especifique:											
Observaciones: Es un atractivo natural que no ha sido utilizado para fines turísticos																	
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).																	
SI						NO						S/I					
a. Rampas adecuadas						b. Baterías Sanitarias						c. Personal Calificado					
d. Sistema Braille						e. Otro						Especifique:					
Observaciones: Se encuentra dentro del área de realización del proyecto pero no ha sido aun utilizado de forma turística																	
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO.																	
SI						NO						S/I					
5.1 Acceso (M)																	
SI						NO						S/I					
5.1.1 Terrestre (U)						Estado (U)		Bueno		Regular		Malo					
								Bueno		Regular		Malo					
								Bueno		Regular		Malo					
5.1.2 Acuático (U)						a. Marítimo		Describir: Ninguno									
						b. Lacustre		Describir: Ninguno									

	c. Fluvial	Describir: Ninguno						
5.1.3 Aéreo		Describir: Ninguno						
Observaciones: LA VÍA PRINCIPAL O CONECTORA ES ASFALTADA								
5.2 Comunicación (M)		SI	NO	S/I				
5.2.1 Telefonía (M)		a. Fija	b. Móvil	c. Satelital				
5.2.2 Conexión a Internet (M)		a. Línea Telefónica d. Redes inalámbricas	b. Cable. e. LMDS	c. Satélite f. Telefonía Móvil				
5.2.3 Radio Portátil (U).		SI		NO				
Observaciones: Las señaladas se hallan en un rango aproximado de 150 metros								
5.3 Señalización (M)		SI	NO	S/I				
a. Señalización de aproximación al sitio	Estado (U)	Bueno	Regular	Malo				
b. Señalética en el sitio		Bueno	Regular	Malo				
Observaciones: No existe señalética turística del atractivo								
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	NO	S/I				
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Comunidad de Santa Rosa del Tejar								
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		1.56 Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	0:15 horas/ minutos				
Observaciones:								
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	NO	S/I				
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia							
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual				
a. Bus	x							
b. Busetas				x				
c. Automóvil				x				
d. 4x4								
e. Tren								
f. Barco								
g. Lancha / Canoa/ Bote								
h. Avión								
i. Avioneta								
j. Helicóptero								
k. Otro	Especifique: Bicicletas							
Observaciones: Existen líneas de transporte que se pueden tomar desde el centro de la ciudad de Ibarra, también se llevan cabo ciclo-paseos en la zona								
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	NO	S/I				
6.1 Planta Turística (M)		SI	NO	S/I				
a. Alojamiento	Establecimientos registrados:	Habitaciones:	Plazas:					
b. Alimentos y Bebidas	Establecimientos registrados:	Mesas:	Plazas:					
c. Agencias de viaje/Operadoras	Establecimientos Registrados:							
d. Intermediación	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	Especifique:							
f. Guianza	Especifique:							
g. Otros	Especifique:							
Observaciones:								
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo		SI	NO	S/I				
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)		
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto							
	Punto de información cerrado							
	I-Tur							
	Centro de interpretación							
	Centro de facilitación turística							
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes							
	Miradores							
	Torres de avistamiento							

b. De observación y vigilancia	de aves								
	Torres de observación de salvavidas								
c. De recorrido y descanso	Senderos								
	Estaciones de sombra y descanso								
	Áreas de Acampar								
	Puentes de acceso a senderos								
	Refugio de alta montaña								
d. De servicio	Muelle								
	Área de servicio de alimentación								
	Garitas de guardiana								
	Baterías sanitarias								
	Estacionamientos								
e. Otros	Especifique:								
Observaciones:									
6.3 Complementarios (M)		SI	NO	S/I					
a. Casa de cambio	b. Alquiler y venta de equipo especializado	c. Venta de Artesanías y merchandising							
f. Cajero automático	e. Taxis	h. Otro	Especifique:						
Observaciones:									
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO	S/I					
7.1 Atractivo (U)		SI	NO	S/I					
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro		d. Deteriorado					
Observaciones: Existe una contaminación del río, desde la parte mas poblada de la comunidad hacia la ciudad									
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	NO.	S/I					
7.1.1.1 Naturales (M)			7.1.1.2 Antrópicos (M)						
a. Erosión	a. Actividades Agrícolas	b. Actividades Ganaderas	c. Actividades Forestales						
b. Humedad	d. Actividades Extractivas/Minería	e. Actividades Industriales	f. Negligencia/ Abandono						
c. Desastres Naturales	g. Huaquearía	h. Conflicto de tenencia	i. Condiciones de uso y exposición						
d. Flora/Fauna	j. Escaso o nulo mantenimiento	k. Contaminación del Ambiente	l. Generación de residuos						
e. Clima	m. Expansión urbana	n. Conflicto Político / Social	o. Desarrollo Industrial /						
Otro	Especifique:								
Observaciones: El GAD y los pobladores de la zona deben tomar en cuenta los factores señalados para una mejor gestión del atractivo									
7.2 Entorno (500 m) (U)		SI	NO	S/I					
a. Conservado	b. Alterado	c. En de proceso deterioro		d. Deteriorado					
Observaciones: Se lleva acabo en el lugar actividades antrópicas y de carácter natural, anteriormente señaladas									
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	NO	S/I					
a. El atractivo guarda armonía con el entorno	SI	NO							
Observaciones: El entorno paisajístico se ha visto contaminado debido a la falta de planificación urbana, generando impactos visuales contaminantes									
7.4. Declaratoria del Atractivo		SI	NO	S/I					
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:							
Observaciones: No se dispone de dicha información									
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	NO	S/I					
7.5.1 Geológicas (M)			7.5.2 Meteorológicas (M)						
a. Sismos				a. Huracanes					
b. Erupciones volcánicas				b. Deslizamientos					
c. Movimientos en masa-deslizamientos				c. Marejadas					
d. Fallas Geológicas				d. Inundaciones					
Otro	Especifique:								
Observaciones: Debido a la geología del lugar, corre riesgo de sufrir alguno de los acontecimientos señalados									
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I					
8.1 Agua (M)		SI	NO	S/I					
a. Potable	b. Pozo	c. Tanquero							
d. Entubada o canal	e. Río, vertiente, acequia	f. Lluvia							
g. Otro	Especifique:								
Observaciones: Cerca del atractivo se cuenta con agua potable									
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	NO	S/I					

a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	b. Panel Solar	c. Generador de corriente eléctrica
d. Otro	Especifique:	
Observaciones: No se presentan problemas con este servicio		
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)	SI	NO S/I
a. Red Pública	b. Pozo Ciego	c. Pozo Séptico
e. Letrina	f. Otro	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada
Especifique:		
Observaciones: No se han registrado problemas con este servicio		
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)	SI	NO S/I
a. Manejo de desechos (SR)	b. Carro Recolector	c. Terreno baldío o quebrada
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	f. Basura enterrada	g. Otro
Especifique:		
Observaciones: No existe un adecuado manejo de residuos		
8.5 Salud (más cercano) (M)	SI	NO S/I
a. Hospital o Clínica	b. Puesto / Centro de salud	c. Dispensario Médico
d. Personal Capacitado en primeros auxilios y		
Observaciones: Cuenta con un centro de salud comunitario		
8.6 Seguridad (M)	SI	NO S/I
a. Privada	b. Policía Nacional	c. Policía Metropolitana / Municipal
d. Otra	Especifique:	
Observaciones: Existen dos UPC en la comunidad del Tejar		
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES	SI	NO S/I
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):	SI	NO Especifique:
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):	SI	NO Especifique:
9.3. Nombre del Administrador:		
9.4. Tipo de Administrador (U)		
a. Público	b. Privado	c. Comunitario
d. Otro	Especifique:	
9.5. Contacto		
a. Nombre:	b. Teléfono/Celular:	
c. Correo Electrónico:	d. Página WEB:	
Observaciones: No se dispone de dicha información		
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)	SI	NO S/I
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)	SI	NO S/I
10.1.1 En el Agua (M)	SI	NO S/I
a. Buceo	b. Kayak de mar / Río lacustre	c. Kayak de
d. Kite Surf	e. Rafting	f. Snorkel
g. Surf	h. Tubing	i. Regata
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing /	l. Banana / Inflables Esquí
m. Pesca Deportiva	n. Otro	Especifique:
Observaciones: Por el momento no se llevan acabo ninguna de estas actividades		
10.1.2 En el Aire (M)	SI	NO S/I
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente
d. Otro	Especifique:	
Observaciones: Por el momento no se llevan acabo ninguna de estas actividades		
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)	SI	NO S/I
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo
d. Cicloturismo	e. Canyoning	f. Exploración de cuevas
g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata
j. Camping	k. Pícnic	l. Observación de flora y fauna
m. Fotografía	n. Otro	Especifique:
Observaciones: En la zona se llevan acabo las actividades señaladas		
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)	SI	NO S/I
10.2.1 Tangibles (M)	SI	NO S/I
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,

d. Presentaciones o Representaciones en vivo	e. Muestras Audiovisuales	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas
g. Fotografía	h. Información del lugar	i. Visita a Talleres
j. Otro	Especifique: <u>Elaboración de Tejas y ladrillos</u>	
Observaciones: <u>En los alrededores del lugar existe la presencia de pocos establecimientos encaminados a la actividad turística</u>		
10.2.2 Intangibles (M)	SI	NO S/I
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	b. Histórico c. Contemporáneo
10.2.2.2. Simbolism: <u>Religioso</u>	10.2.2.3. Fecha de celebración: <u>Varias</u>	
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	b. Ocasional c. Otro
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	b. Colectivos c. Instituciones
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	NO
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:		
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	NO
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	b. Regular c. Malo
Observaciones:		
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO	SI	NO S/I
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)	SI	NO S/I
a. Local	b. Regional	c. Nacional d. Internacional
Observaciones: <u>No existe una difusión turística del atractivo Río Tahuando</u>		
11.2. Medios de Promoción del Atractivo	SI	NO S/I
a. Página WEB	URL:	
b. Red Social	Nombre:	
c. Revistas Especializadas	Nombre:	
d. Material POP	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Especifique:	
g. Otro	Especifique:	
Observaciones: <u>No existe una difusión turística del atractivo Río Tahuando</u>		
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo4)	SI	NO S/I
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)
		d. Coordenadas Geográficas
		1. Latitud (grados decimales)
		2. Longitud (grados decimales)
<u>Wayra Espacio Alternativo</u>	<u>188 metros</u>	<u>5 min</u>
Observaciones: <u>Las distancias y los tiempos son valores aproximados. El traslado de un atractivo a otro se lo realizo de forma particular</u>		
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA(M)	SI	NO S/I
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)	12.3 Frecuencia (U)
a. Local	a. Turista b. Excursionista	a. Alta b. Media c. Baja
b. Nacional	a. Turista b. Excursionista	a. Alta b. Media c. Baja
c. Extranjera	a. Turista b. Excursionista	a. Alta b. Media c. Baja
Observaciones: <u>No es un lugar que se le haya aprovechado para actividades turísticas, sin embargo en los alrededores existen emprendimientos turísticos, aunque son muy pocos</u>		
13. RECURSO HUMANO	SI	NO S/I
13.1. Personal especializado en turismo (U):	SI	No Especifique:
13.2. Nivel de instrucción (U)		
Primaria Secundaria. Tercer Nivel. Cuarto Nivel. Otro. Especifique:		
13.3. Idiomas		
a. Inglés. b. Alemán. c. Francés d. Italiano e. Chino. f. Otro		
Observaciones: <u>El lugar como tal esta abandonado y no existe un aprovechamiento turístico del río</u>		
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO	SI	NO S/I

El Río Tahuando en conjunto con la laguna Yahuarcocha son una micro-cuenca que debe ser tratada técnicamente como tal, pues son integrados y el origen de sus aguas se encuentra a lo largo de la cordillera oriental. El río nace en las rinconadas orientales de la parroquia Angochagua y tiene un recorrido de aproximadamente 15 km atravesando tres parroquias: Angochagua, San Francisco y El Sagrario, hasta llegar a la altura del centro de la ciudad de Ibarra. Actualmente sus aguas son relativamente limpias hasta pasar por la altura de El Romerillo; de allí, aguas abajo viene la desgracia pues recibe todavía muchas descargas de aguas servidas de la ciudad y recibe una gran cantidad de basura echada por gente inescrupulosa. La laguna de Yahuarcocha también llena de basura, se alimenta en gran parte y en forma constante del río Tahuando a través de una toma que se encuentra a la altura de la Campiña, pero en épocas lluviosas se alimenta de las escorrentías lodosas que bajan de la cordillera. Durante épocas de verano, los caudales del río se reducen considerablemente. Madera, (2018)

15. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos)



Fuente: [Fotografía de Carla Carrera]. (Río Tahuando. 2019). DSC_0068; DSC_0072

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: GoogleEarth. (2019). *Río Tahuando* [Mapa 01]. Obtenido de Maxar Technologies

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre: Carrera C; Obando G	Apellido y Nombre: Ph.D. Isis Camargo	Apellido y Nombre
Institución: Universidad Técnica del Norte	Institución: Universidad Técnica del Norte	Institución
Cargo: Estudiantes	Cargo: Docente Tutor Trabajo de Grado II	Cargo
Fecha: 01 de octubre de 2019	Fecha: 01 de octubre de 2019	Fecha

Fuente: MITUR (2017)

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE TURISMO 																					
FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS 																					
Código del atractivo:	1	0	5	0	0	4	M	C	0	4	0	2	III	0	0	2					
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo									
1. DATOS GENERALES																					
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																					
WAYRA CENTRO ALTERNATIVO																					
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES CULTURALES					ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS					CONVENCIONES / FERIAS											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																					
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia											
IMBABURA					IBARRA					SAN FRANCISCO											
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal											
S/I					S/I					S/I											
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano																
SANTA ROSA DEL TEJAR					EL TEJAR																
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales)					2.11 Altura (msnm)											
0°18'21.03"N					78° 5'57.11"O					2385 m											
2.12 Inmerso en Espacio Turístico					SI					NO					S/I						
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico: WAYRA – Clarita Espacio alternativo																					
Observaciones: Se llevan acabo eventos multidisciplinarios de carácter cultural y de entretenimiento																					
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																					
SI					NO					S/I											
3.1. Clima: Templado seco-mediterráneo					3.2 Temperatura(°C):					16.3 °C. - 32°C											
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																					
SI					NO					S/I											
4.1 Tipo de Ingreso (U)					SI					NO					S/I						
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)					.1.2 Restringido (Continuar observaciones)					4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)											
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$					b. Hasta \$											
a. Efectivo					b. Dinero Electrónico																
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					c. Tarjeta de Débito					d. Tarjeta de Crédito.											
e. Transferencia Bancaria					f. Cheque																
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso: 09:00 am					b. Hora de Salida: 12:30 pm											
a. Todos los días					c. Fines de Semana y Feriados																
4.1.5 Atención (U):					b. Sólo días hábiles					d. Otro. Especifique:											
Observaciones: Los horarios son variados dependiendo de los eventos y actividades que se vayan a llevar acabo																					
4.2 Temporalidad (M)					SI					NO					S/I						
a. Alta (meses)					Especifique: Agosto – Septiembre; Fechas festivas																
b. Baja (meses)					Especifique: Marzo – Julio																
Observaciones: Mantiene una buena afluencia de turistas																					
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).					SI					NO					S/I						
a. Rampas adecuadas					b. Baterías Sanitarias					c. Personal Calificado											
d. Sistema Braille					e. Otro					Especifique:											
Observaciones: No se han contemplado este tipo de facilidades dentro de la planificación turística territorial																					
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO.																					
SI					NO					S/I											
5.1 Acceso (M)					SI					NO					S/I						
5.1.1 Terrestre (U)		a. Primer Orden		Estado (U)	Bueno		Regular		Malo												
		b. Segundo Orden			Bueno		Regular		Malo												
		c. Tercer Orden			Bueno		Regular		Malo												
5.1.2 Acuático (U)		a. Marítimo		Describir: Ninguno																	
		b. Lacustre		Describir: Ninguno																	
		c. Fluvial		Describir: Ninguno																	
5.1.3 Aéreo		Describir: Ninguno																			
Observaciones: LA VÍA PRINCIPAL O CONECTORA ES ASFALTADA																					

5.2 Comunicación (M)		SI		NO		S/I									
5.2.1 Telefonía (M)		a. Fija		b. Móvil		c. Satelital									
5.2.2 Conexión a Internet (M)		a. Línea Telefónica d. Redes inalámbricas		b. Cable. e. LMDS		c. Satélite f. Telefonía Móvil									
5.2.3 Radio Portátil (U).		SI				NO									
Observaciones: Las señaladas se hallan en el sitio y en un rango aproximado de 150 metros															
5.3 Señalización (M)		SI		NO		S/I									
a. Señalización de aproximación al sitio		Estado (U)	Bueno		Regular		Malo								
b. Señalética en el sitio			Bueno		Regular		Malo								
Observaciones: Posee señalización turística del atractivo en poca cantidad															
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI		NO		S/I									
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Comunidad de Santa Rosa del Tejar															
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		1.56 Km		b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		0:15 horas/ minutos									
Observaciones:															
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI		NO		S/I									
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia													
		a. Diaria		b. Semanal		c. Mensual		d. Eventual							
a. Bus		x													
b. Busetas								x							
c. Automóvil								x							
d. 4x4								x							
e. Tren															
f. Barco															
g. Lancha / Canoa/ Bote															
h. Avión															
i. Avioneta															
j. Helicóptero															
k. Otro		Especifique: Bicicletas													
Observaciones: Existen líneas de transporte que se pueden tomar desde el centro de la ciudad de Ibarra, también se llevan acabo ciclo-paseos en la zona															
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI		NO		S/I									
6.1 Planta Turística (M)		SI		NO		S/I									
a. Alojamiento		Establecimientos registrados:		Habitaciones:		Plazas:									
b. Alimentos y Bebidas		Establecimientos registrados:		Mesas:		Plazas:									
c. Agencias de viaje/Operadoras		Establecimientos Registrados:													
d. Intermediación		Especifique:													
e. Transporte o movilización interno		Especifique:													
f. Guianza		Especifique:													
g. Otros		Especifique:													
Observaciones: El lugar posee de instalaciones básicas para la actividad turística															
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo		SI		NO		S/I									
6.2.1 Categoría		6.2.2. Tipo (M)		6.2.3 Cant.		6.2.4 Administrador		6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)					
								a. Lat.		b. Long.		B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística		Punto de Información abierto		0		S/I									
		Punto de información cerrado		0		S/I									
		I-Tur		0		S/I									
		Centro de interpretación		1		Clarita Martel		0°18'21.03"N		78° 5'57.11"O				x	
		Centro de facilitación turística		0		S/I									
b. De observación y vigilancia		Centro de recepción - Equipamiento de visitantes		0		S/I									
		Miradores		0		S/I									
		Torres de avistamiento de aves		0		S/I									
		Torres de observación de salvavidas		0		S/I									
		Senderos		2								x			

c. De recorrido y descanso	Estaciones de sombra y descanso	Varias	S/I	0°18'21.11"N	78° 5'56.87"O		X	
	Áreas de Acampar	3		0°18'21.03"N	78° 5'57.11"O		X	
	Puentes de acceso a senderos	4	S/I				X	
	Refugio de alta montaña	0	S/I					
	Muelle	0	S/I					
d. De servicio	Área de servicio de alimentación	3		0°18'39.55"N	78° 5'25.04"O	X		
	Garitas de guardiana		S/I					
	Baterías sanitarias	0	S/I					
	Estacionamientos	2	S/I	0°18'21.12"N	78° 5'56.77"O		X	
e. Otros	Especifique:							
Observaciones:								
6.3 Complementarios (M)		SI	NO	S/I				
a. Casa de cambio	b. Alquiler y venta de equipo especializado	c. Venta de Artesanías y merchandising						
f. Cajero automático	e. Taxis	h. Otro	Especifique:					
Observaciones: No dispone de servicios complementarios a la actividad								
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO	S/I				
7.1 Atractivo (U)		SI	NO	S/I				
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro		d. Deteriorado				
Observaciones: No implica mayor riesgo para el desarrollo de las actividades turísticas								
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	NO	S/I				
7.1.1.1 Naturales (M)			7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	a. Actividades Agrícolas		b. Actividades Ganaderas	c. Actividades Forestales				
b. Humedad	d. Actividades Extractivas/Minería		e. Actividades Industriales	f. Negligencia/ Abandono				
c. Desastres Naturales	g. Huaquearías		h. Conflicto de tenencia	i. Condiciones de uso y exposición				
d. Flora/Fauna	j. Escaso o nulo mantenimiento		k. Contaminación del Ambiente	l. Generación de residuos				
e. Clima	m. Expansión urbana		n. Conflicto Político / Social	o. Desarrollo Industrial /				
Otro	Especifique:							
Observaciones: El GAD y los pobladores de la zona deben tomar en cuenta los factores señalados para una mejor gestión del atractivo								
7.2 Entorno (500 m) (U)		SI	NO	S/I				
a. Conservado	b. Alterado	c. En de proceso deterioro		d. Deteriorado				
Observaciones: Se lleva cabo en el lugar actividades antrópicas y de carácter natural, anteriormente señaladas								
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	NO	S/I				
a. El atractivo guarda armonía con el entorno	SI		NO					
Observaciones: El entorno paisajístico se ha visto contaminado debido a la falta de planificación urbana, generando impactos visuales contaminantes								
7.4. Declaratoria del Atractivo		SI	NO	S/I				
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:		c. Alcance:					
Observaciones: No se dispone de dicha información								
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	NO	S/I				
7.5.1 Geológicas (M)			7.5.2 Meteorológicas (M)					
a. Sismos			a. Huracanes					
b. Erupciones volcánicas			b. Deslizamientos					
c. Movimientos en masa-deslizamientos			c. Marejadas					
d. Fallas Geológicas			d. Inundaciones					
Otro	Especifique:							
Observaciones: Debido a la geología del lugar, corre riesgo de sufrir alguno de los acontecimientos señalados								
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I				
8.1 Agua (M)		SI	NO	S/I				
a. Potable	b. Pozo		c. Tanquero					
d. Entubada o canal	e. Río, vertiente, acequia		f. Lluvia					
g. Otro	Especifique:							
Observaciones: El atractivo cuenta con agua potable								
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	NO	S/I				
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	b. Panel Solar		c. Generador de corriente eléctrica					
d. Otro	Especifique:							

Observaciones: No se presentan problemas con este servicio			
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	NO S/I
a. Red Pública	b. Pozo Ciego	c. Pozo Séptico	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada
e. Letrina	f. Otro	Especifique:	
Observaciones: No se han registrado problemas con este servicio			
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	NO S/I
a. Manejo de desechos (SR)	b. Carro Recolector	c. Terreno baldío o quebrada	d. Quema de basura
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	f. Basura enterrada	g. Otro	Especifique:
Observaciones: No existe un adecuado manejo de residuos			
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	NO S/I
a. Hospital o Clínica	b. Puesto / Centro de salud	c. Dispensario Médico	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y
Observaciones: Cuenta con un centro de salud comunitario			
8.6 Seguridad (M)		SI	NO S/I
a. Privada	b. Policía Nacional	c. Policía Metropolitana / Municipal	
d. Otra	Especifique:		
Observaciones: Existen dos UPC en la comunidad del Tejar			
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	NO S/I
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	NO Especifique:
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	NO Especifique:
9.3. Nombre del Administrador:	Clarita Martel		
9.4. Tipo de Administrador (U)			
a. Público	b. Privado	c. Comunitario	d. Otro Especifique:
9.5. Contacto			
a. Nombre: Clarita Martel	b. Teléfono/Celular: 0988015319 - 0995152153		
c. Correo Electrónico: wayraimbabura@gmail.com	d. Página WEB: pagina de Facebook "Clarita Espacio Alternativo"		
Observaciones: No se dispone de dicha información			
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	NO S/I
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	NO S/I
10.1.1 En el Agua (M)		SI	NO S/I
a. Buceo	b. Kayak de mar / Río lacustre	c. Kayak de	
d. Kite Surf	e. Rafting	f. Snorkel	
g. Surf	h. Tubing	i. Regata	
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing /	l. Banana / Inflables Esquí	
m. Pesca Deportiva	n. Otro	Especifique:	
Observaciones: Por el momento no se llevan acabo ninguna de estas actividades			
10.1.2 En el Aire (M)		SI	NO S/I
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d. Otro Especifique:
Observaciones: Por el momento no se llevan acabo ninguna de estas actividades			
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	NO S/I
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	
d. Cicloturismo	e. Canyoning	f. Exploración de cuevas	
g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	
j. Camping	k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	
m. Fotografía	n. Otro	Especifique:	
Observaciones: En la zona se llevan acabo las actividades señaladas			
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	NO S/I
10.2.1 Tangibles (M)		SI	NO S/I
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	e. Muestras Audiovisuales	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	
g. Fotografía	h. Información del lugar	i. Visita a Talleres	

i. Otro		Especifique: Elaboración de Tejas y ladrillos		
Observaciones: En los alrededores del lugar existe la presencia de pocos establecimientos encaminados a la actividad turística				
10.2.2 Intangibles (M)		SI	NO	S/I
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	b. Histórico	c. Contemporáneo	
10.2.2.2. Simbolism:	Espiritual		10.2.2.3. Fecha de celebración: Varias	
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	b. Ocasional	c. Otro	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	b. Colectivos	c. Instituciones	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI		NO	
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:				
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI		NO	
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	b. Regular	c. Malo	
Observaciones:				
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	NO	S/I
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	NO	S/I
a. Local	b. Regional	c. Nacional	d. Internacional	
Observaciones: Tiene una difusión turística nacional e internacional con gran acogida				
11.2. Medios de Promoción del Atractivo		SI	NO	S/I
a. Página WEB	URL:	https://www.facebook.com/profile.php?id=100014190906461&epa=SEARCH_BOX		
b. Red Social	Nombre:	Clarita Espacio Alternativo		
c. Revistas Especializadas	Nombre:	Ninguna		
d. Material POP	Nombre:	Ninguna		
e. Oficina de Información Turística	Nombre:	Ninguna		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Especifique:	Prensa "La Hora" – "Diario El Norte"		
g. Otro	Especifique:			
Observaciones: Mantiene una difusión turística por medio de las redes sociales				
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo4)		SI	NO	S/I
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas	
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)
El Nido Espacio Alternativo	S/I	S/I	S/I	S/I
Casa Suaya La Esperanza	350 metros	20 min	0°17'28.41"N	78° 7'22.60"O
Teatro Casa de la Cultura	300 metros	25 min	0°21'7.96"N	78° 7'17.42"O
Centro de Yoga Ibarra	300 metros	25 min	0°20'56.81"N	78° 7'26.01"O
Observaciones: Las distancias y los tiempos son valores aproximados. El traslado de un atractivo a otro se lo realizo de forma particular				
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA(M)		SI	NO	S/I
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)	
a. Local	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta	b. Media c. Baja
b. Nacional	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta	b. Media c. Baja
c. Extranjera	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta	b. Media c. Baja
Observaciones: Es un sitio que tiene una afluencia turística moderada				
13. RECURSO HUMANO		SI	NO	S/I
13.1. Personal especializado en turismo (U):		SI	No	Especifique:
13.2. Nivel de instrucción (U)				
Primaria	Secundaria.	Tercer Nivel.	Cuarto Nivel.	Otro. Especifique:
13.3. Idiomas				
a. Inglés.	b. Alemán.	c. Francés	d. Italiano	e. Chino. f. Otro: Español
Observaciones: La propietaria del lugar es una chica extranjera				
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO		SI	NO	S/I

Ubicado en medio de las montañas del sur oriente de la Ciudad Blanca y rodeado por pura naturaleza está Wayra (que significa viento en quechua), un espacio de hospedaje alternativo, donde los visitantes pueden convivir con el ambiente.

Clarita Martel, francesa de 35 años de edad, es la propietaria de este interesante espacio alternativo, que precisamente está ubicado en Santa Rosa de El Tejar, por donde cada fin de semana decenas de deportistas amantes del ciclismo se recrean haciendo deporte por la conocida 'Ruta de las haciendas'

Wayra, una cabaña ecológica construida con materiales producidos por la naturaleza, entre ellos barro, piedras de diferentes tamaños, bambú y madera. En la rústica cabaña existe un cuarto con una cama matrimonial, sala, comedor, cocina y un baño seco. En el interior también plantaron flores y plantas de varias especies.

Según explicó Clarita, el objetivo es tratar de que la mayor cantidad de cosas que se utilicen en la cabaña ecológica, que fue construida en forma de una pirámide con un cono en la cima, sean naturales.

También en parte de la edificación hay pegadas botellas de vidrio como parte de las paredes de lugar, esto como parte de contribuir con el reciclaje y utilización de algunos materiales. Desde que este sitio alternativo para hospedarse abrió sus puertas, más de 200 personas han llegado al lugar para pasar una noche o varios días junto a la naturaleza, ya que a 15 metros de la cabaña está el río Tahuando. EL NORTE, (2016)

15. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos)



Fuente: [Fotografía de Clarita Martel]. (Wayra Espacio Alternativo. 2018). Archivos fotográficos.

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: GoogleEarth. (2019). *Wayra Espacio Alternativo* [Mapa 02]. Archivos fotográficos.

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre: Carrera C; Obando G	Apellido y Nombre: PhD. Isis Camargo	Apellido y Nombre
Institución: Universidad Técnica del Norte	Institución: Universidad Técnica del Norte	Institución
Cargo: Estudiantes	Cargo: Docente Tutor Trabajo de Grado II	Cargo
Fecha: 01 de octubre de 2019	Fecha: 01 de octubre de 2019	Fecha

Fuente: MITUR (2017)

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE TURISMO 																
FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS 																
Código del atractivo:	1	0	5	0	0	4	M	C	0	4	0	4	II	0	0	3
Código del atractivo:	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría			Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo						
1. DATOS GENERALES																
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																
TRUCHAS LA VALENTINA																
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo						
MANIFESTACIONES CULTURALES					ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS					EVENTOS GASTRONÓMICOS						
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia						
IMBABURA					IBARRA					SAN FRANCISCO						
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal						
S/I					S/I					S/I						
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano											
SAN EDUARDO					SANTA ROSA DEL TEJAR											
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales)					2.11 Altura (msnm)						
0°18'39.55"N					78° 5'25.04"O					2426 m						
2.12 Inmerso en Espacio Turístico					SI					NO					S/I	
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico: Truchas La Valentina																
Observaciones: Se llevan acabo eventos de carácter gastronómico y pesca deportiva																
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																
SI					NO					S/I						
3.1. Clima: Templado seco-mediterráneo					3.2 Temperatura(°C):					16.3 °C. - 32°C						
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																
SI					NO					S/I						
4.1 Tipo de Ingreso (U)					SI					NO					S/I	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)					.1.2 Restringido (Continuar observaciones)					4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)						
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$ 4,00					b. Hasta \$ 8, 00						
a. Efectivo					b. Dinero Electrónico											
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					c. Tarjeta de Débito					d. Tarjeta de Crédito.						
e. Transferencia Bancaria					f. Cheque											
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso: 08:00 am					b. Hora de Salida: 18:00 pm						
a. Todos los días					c. Fines de Semana y Feriados											
4.1.5 Atención (U):					b. Sólo días hábiles					d. Otro. Especifique:						
Observaciones: El establecimiento solo atiende los fines de semana en el horario señalado																
4.2 Temporalidad (M)					SI					NO					S/I	
a. Alta (meses)					Especifique: Agosto – Septiembre; Fechas festivas											
b. Baja (meses)					Especifique: Marzo – Julio											
Observaciones: Mantiene buena afluencia de turistas																
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).					SI					NO					S/I	
a. Rampas adecuadas					b. Baterías Sanitarias					c. Personal Calificado						
d. Sistema Braille					e. Otro					Especifique:						
Observaciones: Mantiene una buena infraestructura turística																
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO.																
SI					NO					S/I						
5.1 Acceso (M)					SI					NO					S/I	
5.1.1 Terrestre (U)		a. Primer Orden			Estado (U)	Bueno			Regular			Malo				
		b. Segundo Orden				Bueno			Regular			Malo				
		c. Tercer Orden				Bueno			Regular			Malo				
5.1.2 Acuático (U)		a. Marítimo			Describir: Ninguno											
		b. Lacustre			Describir: Ninguno											
		c. Fluvial			Describir: Ninguno											
5.1.3 Aéreo		Describir: Ninguno														
Observaciones: LA VÍA PRINCIPAL O CONECTORA ES ASFALTADA																

5.2 Comunicación (M)		SI		NO		S/I								
5.2.1 Telefonía (M)		a. Fija		b. Móvil		c. Satelital								
5.2.2 Conexión a Internet (M)		a. Línea Telefónica d. Redes inalámbricas		b. Cable. e. LMDS		c. Satélite f. Telefonía Móvil								
5.2.3 Radio Portátil (U).		SI				NO								
Observaciones: Las señaladas se hallan en el sitio y en un rango aproximado de 150 metros														
5.3 Señalización (M)		SI		NO		S/I								
a. Señalización de aproximación al sitio		Estado (U)	Bueno		Regular		Malo							
b. Señalética en el sitio			Bueno		Regular		Malo							
Observaciones: Posee señalización turística del atractivo y señalética vial														
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI		NO		S/I								
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Comunidad de Santa Rosa del Tejar														
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		3 Km		b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		0:25 horas/ minutos								
Observaciones:														
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI		NO		S/I								
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia												
		a. Diaria		b. Semanal		c. Mensual		d. Eventual						
a. Bus		x												
b. Busetas								x						
c. Automóvil								x						
d. 4x4								x						
e. Tren														
f. Barco														
g. Lancha / Canoa/ Bote														
h. Avión														
i. Avioneta														
j. Helicóptero														
k. Otro		Especifique: Bicicletas												
Observaciones: Existen líneas de transporte que se pueden tomar desde el centro de la ciudad de Ibarra, también se llevan acabo ciclo-paseos en la zona														
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI		NO		S/I								
6.1 Planta Turística (M)		SI		NO		S/I								
a. Alojamiento		Establecimientos registrados:		Habitaciones:		Plazas:								
b. Alimentos y Bebidas		Establecimientos registrados:		Mesas:		Plazas:								
c. Agencias de viaje/Operadoras		Establecimientos Registrados:												
d. Intermediación		Especifique:												
e. Transporte o movilización interno		Especifique:												
f. Guianza		Especifique:												
g. Otros		Especifique:												
Observaciones: El lugar posee de instalaciones básicas para la actividad turística														
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo		SI		NO		S/I								
6.2.1 Categoría		6.2.2. Tipo (M)		6.2.3 Cant.		6.2.4 Administrador		6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)				
								a. Lat.		b. Long.		B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística		Punto de Información abierto		0		S/I								
		Punto de información cerrado		0		S/I								
		I-Tur		0		S/I								
		Centro de interpretación		1		Clarita Martel		0°18'21.03"N		78° 5'57.11"O			x	
		Centro de facilitación turística		0		S/I								
b. De observación y vigilancia		Centro de recepción - Equipamiento de visitantes		0		S/I								
		Miradores		0		S/I								
		Torres de avistamiento de aves		0		S/I								
		Torres de observación de salvavidas		0		S/I								
		Senderos		2								x		

c. De recorrido y descanso	Estaciones de sombra y descanso	Varias	S/I	0°18'21.11"N	78° 5'56.87"O		X	
	Áreas de Acampar	3		0°18'21.03"N	78° 5'57.11"O		X	
	Puentes de acceso a senderos	4	S/I				X	
	Refugio de alta montaña	0	S/I					
	Muelle	0	S/I					
d. De servicio	Área de servicio de alimentación	3	Truchas La Valentina	0°18'39.55"N	78° 5'25.04"O	X		
	Garitas de guardiana		S/I					
	Baterías sanitarias	0	S/I					
	Estacionamientos	2	S/I	0°18'21.12"N	78° 5'56.77"O		X	
e. Otros	Especifique:							
Observaciones:								
6.3 Complementarios (M)		SI	NO	S/I				
a. Casa de cambio	b. Alquiler y venta de equipo especializado	c. Venta de Artesanías y merchandising						
f. Cajero automático	e. Taxis	h. Otro	Especifique:					
Observaciones: No dispone de servicios complementarios a la actividad								
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO	S/I				
7.1 Atractivo (U)		SI	NO	S/I				
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro			d. Deteriorado			
Observaciones: No implica mayor riesgo para el desarrollo de las actividades turísticas								
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	NO.	S/I				
7.1.1.1 Naturales (M)				7.1.1.2 Antrópicos (M)				
a. Erosión	a. Actividades Agrícolas		b. Actividades Ganaderas	c. Actividades Forestales				
b. Humedad	d. Actividades Extractivas/Minería		e. Actividades Industriales	f. Negligencia/ Abandono				
c. Desastres Naturales	g. Huaquearías		h. Conflicto de tenencia	i. Condiciones de uso y exposición				
d. Flora/Fauna	j. Escaso o nulo mantenimiento		k. Contaminación del Ambiente	l. Generación de residuos				
e. Clima	m. Expansión urbana		n. Conflicto Político / Social	o. Desarrollo Industrial /				
Otro	Especifique:							
Observaciones: El GAD y los pobladores de la zona deben tomar en cuenta los factores señalados para una mejor gestión del atractivo								
7.2 Entorno (500 m) (U)		SI	NO	S/I				
a. Conservado	b. Alterado	c. En de proceso deterioro			d. Deteriorado			
Observaciones: Se lleva cabo en el lugar actividades antrópicas y de carácter natural, anteriormente señaladas								
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	NO	S/I				
a. El atractivo guarda armonía con el entorno	SI		NO					
Observaciones: El entorno paisajístico se ha visto contaminado debido a la falta de planificación urbana, generando impactos visuales contaminantes								
7.4. Declaratoria del Atractivo		SI	NO	S/I				
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:		c. Alcance:					
Observaciones: No se dispone de dicha información								
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	NO	S/I				
7.5.1 Geológicas (M)				7.5.2 Meteorológicas (M)				
a. Sismos				a. Huracanes				
b. Erupciones volcánicas				b. Deslizamientos				
c. Movimientos en masa-deslizamientos				c. Marejadas				
d. Fallas Geológicas				d. Inundaciones				
Otro	Especifique:							
Observaciones: Debido a la geología del lugar, corre riesgo de sufrir alguno de los acontecimientos señalados								
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I				
8.1 Agua (M)		SI	NO	S/I				
a. Potable	b. Pozo		c. Tanquero					
d. Entubada o canal	e. Río, vertiente, acequia		f. Lluvia					
g. Otro	Especifique:							
Observaciones: El atractivo cuenta con agua potable								
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	NO	S/I				
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	b. Panel Solar		c. Generador de corriente eléctrica					
d. Otro	Especifique:							

Observaciones: <u>No se presentan problemas con este servicio</u>			
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	NO S/I
a. Red Pública	b. Pozo Ciego	c. Pozo Séptico	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada
e. Letrina	f. Otro	Especifique:	
Observaciones: <u>No se han registrado problemas con este servicio</u>			
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	NO S/I
a. Manejo de desechos (SR)	b. Carro Recolector	c. Terreno baldío o quebrada	d. Quema de basura
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	f. Basura enterrada	g. Otro	Especifique:
Observaciones: <u>No existe un adecuado manejo de residuos</u>			
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	NO S/I
a. Hospital o Clínica	b. Puesto / Centro de salud	c. Dispensario Médico	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y
Observaciones: <u>Cuenta con un centro de salud comunitario</u>			
8.6 Seguridad (M)		SI	NO S/I
a. Privada	b. Policía Nacional	c. Policía Metropolitana / Municipal	
d. Otra	Especifique:		
Observaciones: <u>Existen dos UPC en la comunidad del Tejar</u>			
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	NO S/I
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	NO Especifique:
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	NO Especifique:
9.3. Nombre del Administrador:	Teresa Guatemala		
9.4. Tipo de Administrador (U)			
a. Público	b. Privado	c. Comunitario	d. Otro Especifique:
9.5. Contacto			
a. Nombre: Teresa Guamal	b. Teléfono/Celular: 096 912 8991		
c. Correo Electrónico:	d. Página WEB: pagina de Facebook "Truchas La Valentina"		
Observaciones: <u>No se dispone de dicha información</u>			
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	NO S/I
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	NO S/I
10.1.1 En el Agua (M)		SI	NO S/I
a. Buceo	b. Kayak de mar / Río lacustre	c. Kayak de	
d. Kite Surf	e. Rafting	f. Snorkel	
g. Surf	h. Tubing	i. Regata	
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing /	l. Banana / Inflables Esquí	
m. Pesca Deportiva	n. Otro	Especifique:	
Observaciones: <u>Se puede realizar pesca deportiva en el atractivo</u>			
10.1.2 En el Aire (M)		SI	NO S/I
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d. Otro Especifique:
Observaciones: <u>Por el momento no se llevan acabo ninguna de estas actividades</u>			
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	NO S/I
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	
d. Cicloturismo	e. Canyoning	f. Exploración de cuevas	
g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	
j. Camping	k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	
m. Fotografía	n. Otro	Especifique:	
Observaciones: <u>En la zona se llevan acabo las actividades señaladas</u>			
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	NO S/I
10.2.1 Tangibles (M)		SI	NO S/I
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	e. Muestras Audiovisuales	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	
g. Fotografía	h. Información del lugar	i. Visita a Talleres	

j. Otro		Especifique:	
Observaciones: En los alrededores del lugar existe la presencia de pocos establecimientos encaminados a la actividad turística			
10.2.2 Intangibles (M)		SI	NO S/I
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	b. Histórico	c. Contemporáneo
10.2.2.2. Simbolism: Religioso		10.2.2.3. Fecha de celebración: Varias	
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	b. Ocasional	c. Otro
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	b. Colectivos	c. Instituciones
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI		NO
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:			
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI		NO
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	b. Regular	c. Malo
Observaciones:			
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	NO S/I
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	NO S/I
a. Local	b. Regional	c. Nacional	d. Internacional
Observaciones: Tiene una difusión turística nacional y local			
11.2. Medios de Promoción del Atractivo		SI	NO S/I
a. Página WEB	URL:	https://www.facebook.com/pg/Truchas-La-Valentina391017894641616/about/?ref=page_internal	
b. Red Social	Nombre:	Truchas La Valentina	
c. Revistas Especializadas	Nombre:	Ninguna	
d. Material POP	Nombre:	Ninguna	
e. Oficina de Información Turística	Nombre:	Ninguna	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Especifique:	TVN Canal	
g. Otro	Especifique:		
Observaciones: Mantiene una difusión turística por medio de las redes sociales			
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo4)		SI	NO S/I
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas
			1. Latitud (grados decimales)
			2. Longitud (grados decimales)
Observaciones: Las distancias y los tiempos son valores aproximados. El traslado de un atractivo a otro se lo realizo de forma particular			
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA(M)		SI	NO S/I
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)
a. Local	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta b. Media c. Baja
b. Nacional	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta b. Media c. Baja
c. Extranjera	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta b. Media c. Baja
Observaciones: Es un sitio que tiene una afluencia turística moderada			
13. RECURSO HUMANO		SI	NO S/I
13.1. Personal especializado en turismo (U):		SI	No Especifique:
13.2. Nivel de instrucción (U)			
Primaria	Secundaria.	Tercer Nivel.	Cuarto Nivel. Otro. Especifique:
13.3. Idiomas			
a. Inglés.	b. Alemán.	c. Francés	d. Italiano e. Chino. f. Otro: Español
Observaciones:			
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO		SI	NO S/I

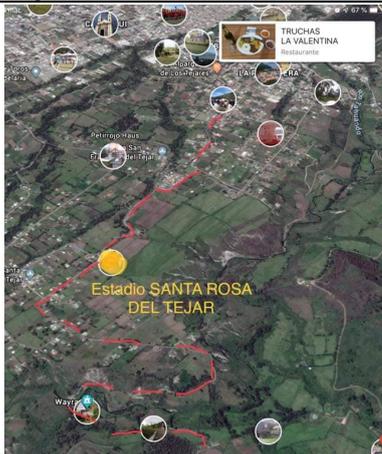
15. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos)



Fuente: [Fotografía de Carla Carrera]. (Truchas La Valentina. 2019). DSC_0139.JPG ; DSC_0143.JPG

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: GoogleEarth. (2019). *Truchas La Valentina* [Mapa 03]. Archivos fotográficos.

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre: Carrera C; Obando G	Apellido y Nombre: PhD. Isis Camargo	Apellido y Nombre
Institución: Universidad Técnica del Norte	Institución: Universidad Técnica del Norte	Institución
Cargo: Estudiantes	Cargo: Docente Tutor Trabajo de Grado II	Cargo
Fecha: 01 de octubre de 2019	Fecha: 01 de octubre de 2019	Fecha

Fuente: MITUR (2017)

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE TURISMO 																					
FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS 																					
Código del atractivo:	1	0	5	0	0	4	M	C	0	3	0	4	I	0	0	4					
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría				Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo										
1. DATOS GENERALES																					
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																					
FÁBRICA DE TEJAS Y LADRILLOS "EL TEJAR"																					
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo											
MANIFESTACIONES CULTURALES					REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS					EXPLOTACIONES INDUSTRIALES											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																					
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia											
IMBABURA					IBARRA					SAN FRANCISCO											
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal											
S/I					S/I					S/I											
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano																
SANTA ROSA DEL TEJAR					SANTA ROSA DEL TEJAR																
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales)					2.11 Altura (msnm)											
0°18'28.98"N					78° 6'6.17"O					2426 m											
2.12 Inmerso en Espacio Turístico					SI					NO					S/I						
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																					
Observaciones: No es considerado como un sitio turístico																					
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																					
SI					NO					S/I											
3.1. Clima: Templado seco-mediterráneo					3.2 Temperatura(°C):					16.3 °C. - 32°C											
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																					
SI					NO					S/I											
4.1 Tipo de Ingreso (U)					SI					NO					S/I						
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)					.1.2 Restringido (Continuar observaciones)					4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)											
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$					b. Hasta \$											
a. Efectivo					b. Dinero Electrónico																
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					c. Tarjeta de Débito					d. Tarjeta de Crédito.											
e. Transferencia Bancaria					f. Cheque																
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso:					b. Hora de Salida:											
a. Todos los días					c. Fines de Semana y Feriados																
4.1.5 Atención (U):					b. Sólo días hábiles					d. Otro. Especifique:											
Observaciones: El lugar es de propiedad privada y no esta inmerso en la actividad turística																					
4.2 Temporalidad (M)					SI					NO					S/I						
a. Alta (meses)					Especifique: Agosto – Septiembre; Fechas festivas																
b. Baja (meses)					Especifique: Marzo – Julio																
Observaciones: Mantiene buena afluencia de turistas																					
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).					SI					NO					S/I						
a. Rampas adecuadas					b. Baterías Sanitarias					c. Personal Calificado											
d. Sistema Braille					e. Otro					Especifique:											
Observaciones: El lugar es de propiedad privada y no esta inmerso en la actividad turística																					
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO.																					
SI					NO					S/I											
5.1 Acceso (M)					SI					NO					S/I						
5.1.1 Terrestre (U)		a. Primer Orden			Estado (U)	Bueno			Regular			Malo									
		b. Segundo Orden				Bueno			Regular			Malo									
		c. Tercer Orden				Bueno			Regular			Malo									
5.1.2 Acuático (U)		a. Marítimo			Describir: Ninguno																
		b. Lacustre			Describir: Ninguno																
		c. Fluvial			Describir: Ninguno																
5.1.3 Aéreo		Describir: Ninguno																			
Observaciones: LA VÍA PRINCIPAL O CONECTORA ES ASFALTADA																					

5.2 Comunicación (M)		SI		NO		S/I									
5.2.1 Telefonía (M)		a. Fija		b. Móvil		c. Satelital									
5.2.2 Conexión a Internet (M)		a. Línea Telefónica d. Redes inalámbricas		b. Cable. e. LMDS		c. Satélite f. Telefonía Móvil									
5.2.3 Radio Portátil (U).		SI				NO									
Observaciones: Las señaladas se hallan en el sitio y en un rango aproximado de 150 metros															
5.3 Señalización (M)		SI		NO		S/I									
a. Señalización de aproximación al sitio		Estado (U)	Bueno		Regular		Malo								
b. Señalética en el sitio			Bueno		Regular		Malo								
Observaciones: Posee señalética vial															
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI		NO		S/I									
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Comunidad de Santa Rosa del Tejar															
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		2 Km		b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		0:25 horas/ minutos									
Observaciones:															
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI		NO		S/I									
5.5.1 Tipo		5.5.2 Frecuencia													
		a. Diaria		b. Semanal		c. Mensual		d. Eventual							
a. Bus		x													
b. Busetas								x							
c. Automóvil								x							
d. 4x4								x							
e. Tren															
f. Barco															
g. Lancha / Canoa/ Bote															
h. Avión															
i. Avioneta															
j. Helicóptero															
k. Otro		Especifique: Bicicletas													
Observaciones: Existen líneas de transporte que se pueden tomar desde el centro de la ciudad de Ibarra, también se llevan acabo ciclo-paseos en la zona															
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI		NO		S/I									
6.1 Planta Turística (M)		SI		NO		S/I									
a. Alojamiento		Establecimientos registrados:		Habitaciones:		Plazas:									
b. Alimentos y Bebidas		Establecimientos registrados:		Mesas:		Plazas:									
c. Agencias de viaje/Operadoras		Establecimientos Registrados:													
d. Intermediación		Especifique:													
e. Transporte o movilización interno		Especifique:													
f. Guianza		Especifique:													
g. Otros		Especifique:													
Observaciones: El lugar es de propiedad privada y no esta inmerso en la actividad turística															
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo		SI		NO		S/I									
6.2.1 Categoría		6.2.2. Tipo (M)		6.2.3 Cant.		6.2.4 Administrador		6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)					
								a. Lat.		b. Long.		B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística		Punto de Información abierto		0		S/I									
		Punto de información cerrado		0		S/I									
		I-Tur		0		S/I									
		Centro de interpretación		1		Clarita Martel		0°18'21.03"N		78° 5'57.11"O				x	
		Centro de facilitación turística		0		S/I									
b. De observación y vigilancia		Centro de recepción - Equipamiento de visitantes		0		S/I									
		Miradores		0		S/I									
		Torres de avistamiento de aves		0		S/I									
		Torres de observación de Salvavidas		0		S/I									
		Senderos		2								x			

c. De recorrido y descanso	Estaciones de sombra y descanso	Varias	S/I	0°18'21.11"N	78° 5'56.87"O		X	
	Áreas de Acampar	3		0°18'21.03"N	78° 5'57.11"O		X	
	Puentes de acceso a senderos	4	S/I			X		
	Refugio de alta montaña	0	S/I					
	Muelle	0	S/I					
d. De servicio	Área de servicio de alimentación	3	Truchas La Valentina	0°18'39.55"N	78° 5'25.04"O	X		
	Garitas de guardiana		S/I					
	Baterías sanitarias	0	S/I					
	Estacionamientos	2	S/I	0°18'21.12"N	78° 5'56.77"O		X	
e. Otros	Especifique:							
Observaciones:								
6.3 Complementarios (M)		SI	NO	S/I				
a. Casa de cambio	b. Alquiler y venta de equipo especializado	c. Venta de Artesanías y merchandising						
f. Cajero automático	e. Taxis	h. Otro	Especifique:					
Observaciones: No dispone de servicios complementarios a la actividad								
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO	S/I				
7.1 Atractivo (U)		SI	NO	S/I				
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro		d. Deteriorado				
Observaciones: No implica mayor riesgo para el desarrollo de las actividades turísticas								
7.1.1 Factores de deterioro (M)		SI	NO.	S/I				
7.1.1.1 Naturales (M)			7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	a. Actividades Agrícolas		b. Actividades Ganaderas	c. Actividades Forestales				
b. Humedad	d. Actividades Extractivas/Minería		e. Actividades Industriales	f. Negligencia/ Abandono				
c. Desastres Naturales	g. Huaquearías		h. Conflicto de tenencia	i. Condiciones de uso y exposición				
d. Flora/Fauna	j. Escaso o nulo mantenimiento		k. Contaminación del Ambiente	l. Generación de residuos				
e. Clima	m. Expansión urbana		n. Conflicto Político / Social	o. Desarrollo Industrial /				
Otro	Especifique:							
Observaciones: El GAD y los pobladores de la zona deben tomar en cuenta los factores señalados para una mejor gestión del atractivo								
7.2 Entorno (500 m) (U)		SI	NO	S/I				
a. Conservado	b. Alterado	c. En de proceso deterioro		d. Deteriorado				
Observaciones: Se lleva acabo en el lugar actividades antrópicas y de carácter natural, anteriormente señaladas								
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	NO	S/I				
a. El atractivo guarda armonía con el entorno	SI		NO					
Observaciones: El entorno paisajístico se ha visto contaminado debido a la falta de planificación urbana, generando impactos visuales contaminantes								
7.4. Declaratoria del Atractivo		SI	NO	S/I				
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:		c. Alcance:					
Observaciones: No se dispone de dicha información								
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	NO	S/I				
7.5.1 Geológicas (M)			7.5.2 Meteorológicas (M)					
a. Sismos			a. Huracanes					
b. Erupciones volcánicas			b. Deslizamientos					
c. Movimientos en masa-deslizamientos			c. Marejadas					
d. Fallas Geológicas			d. Inundaciones					
Otro	Especifique:							
Observaciones: Debido a la geología del lugar, corre riesgo de sufrir alguno de los acontecimientos señalados								
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I				
8.1 Agua (M)		SI	NO	S/I				
a. Potable	b. Pozo		c. Tanquero					
d. Entubada o canal	e. Río, vertiente, acequia		f. Lluvia					
g. Otro	Especifique:							
Observaciones: El atractivo cuenta con agua potable								
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	NO	S/I				
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	b. Panel Solar		c. Generador de corriente eléctrica					
d. Otro	Especifique:							

Observaciones: No se presentan problemas con este servicio			
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)		SI	NO S/I
a. Red Pública	b. Pozo Ciego	c. Pozo Séptico	d. Con descarga directa al mar, río o quebrada
e. Letrina	f. Otro	Especifique:	
Observaciones: No se han registrado problemas con este servicio			
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)		SI	NO S/I
a. Manejo de desechos (SR)	b. Carro Recolector	c. Terreno baldío o quebrada	d. Quema de basura
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	f. Basura enterrada	g. Otro	Especifique:
Observaciones: No existe un adecuado manejo de residuos			
8.5 Salud (más cercano) (M)		SI	NO S/I
a. Hospital o Clínica	b. Puesto / Centro de salud	c. Dispensario Médico	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y
Observaciones: Cuenta con un centro de salud comunitario			
8.6 Seguridad (M)		SI	NO S/I
a. Privada	b. Policía Nacional	c. Policía Metropolitana / Municipal	
d. Otra	Especifique:		
Observaciones: Existen dos UPC en la comunidad del Tejar			
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	NO S/I
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):		SI	NO Especifique:
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	NO Especifique:
9.3. Nombre del Administrador:		S/I	
9.4. Tipo de Administrador (U)			
a. Público	b. Privado	c. Comunitario	d. Otro Especifique:
9.5. Contacto			
a. Nombre: S/I		b. Teléfono/Celular: S/I	
c. Correo Electrónico: S/I		d. Página WEB: S/I	
Observaciones: No se dispone de dicha información			
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	NO S/I
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	NO S/I
10.1.1 En el Agua (M)		SI	NO S/I
a. Buceo	b. Kayak de mar / Río lacustre	c. Kayak de	
d. Kite Surf	e. Rafting	f. Snorkel	
g. Surf	h. Tubing	i. Regata	
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing /	l. Banana / Inflables Esquí	
m. Pesca Deportiva	n. Otro	Especifique:	
Observaciones: No cuentan con actividades de turismo			
10.1.2 En el Aire (M)		SI	NO S/I
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d. Otro Especifique:
Observaciones: Por el momento no se llevan acabo ninguna de estas actividades			
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	NO S/I
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	
d. Cicloturismo	e. Canyoning	f. Exploración de cuevas	
g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	
j. Camping	k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	
m. Fotografía	n. Otro	Especifique:	
Observaciones: En la zona se llevan acabo las actividades señaladas			
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	NO S/I
10.2.1 Tangibles (M)		SI	NO S/I
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	e. Muestras Audiovisuales	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	
g. Fotografía	h. Información del lugar	i. Visita a Talleres	

j. Otro		Especifique:	
Observaciones: En los alrededores del lugar existe la presencia de pocos establecimientos encaminados a la actividad turística			
10.2.2 Intangibles (M)		SI	NO S/I
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	b. Histórico	c. Contemporáneo
10.2.2.2. Simbolism:	Religioso	10.2.2.3. Fecha de celebración: Varias	
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	b. Ocasional	c. Otro
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	b. Colectivos	c. Instituciones
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	NO	
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:			
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	NO	
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	b. Regular	c. Malo
Observaciones:			
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO		SI	NO S/I
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	NO S/I
a. Local	b. Regional	c. Nacional	d. Internacional
Observaciones: Tiene una difusión turística nacional y local			
11.2. Medios de Promoción del Atractivo		SI	NO S/I
a. Página WEB	URL:	Ninguna	
b. Red Social	Nombre:	Ninguna	
c. Revistas Especializadas	Nombre:	Ninguna	
d. Material POP	Nombre:	Ninguna	
e. Oficina de Información Turística	Nombre:	Ninguna	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Especifique:	TVN Canal	
g. Otro	Especifique:		
Observaciones: No dispone de una difusión turística			
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo4)		SI	NO S/I
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas
			1. Latitud (grados decimales)
			2. Longitud (grados decimales)
Observaciones: Las distancias y los tiempos son valores aproximados. El traslado de un atractivo a otro se lo realizo de forma particular			
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA(M)		SI	NO S/I
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)
a. Local	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta b. Media c. Baja
b. Nacional	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta b. Media c. Baja
c. Extranjera	a. Turista	b. Excursionista	a. Alta b. Media c. Baja
Observaciones: Es un sitio no cuenta con afluencia turística			
13. RECURSO HUMANO		SI	NO S/I
13.1. Personal especializado en turismo (U):		SI	No Especifique:
13.2. Nivel de instrucción (U)			
Primaria	Secundaria.	Tercer Nivel.	Cuarto Nivel. Otro. Especifique:
13.3. Idiomas			
a. Inglés.	b. Alemán.	c. Francés	d. Italiano e. Chino. f. Otro: Español
Observaciones:			
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO		SI	NO S/I

En el sector del tejar, ubicada en el sur de la capital de Imbabura, compuesta por los barrios Santa Rosa, San Francisco, Romerillo, Santa Lucía, entre otros, fue, por muchos años, la principal proveedora de ladrillos y tejas del norte del país, ya que cuenta con varias fábricas que se dedican a la elaboración de tejas y ladrillos, pues que el barro que se encuentra en la localidad es considerado como uno de los mejores para la fabricación de dichos productos. Los bloques de adobe, que miden 17 por 37 cm, se secan al sol, al menos dos semanas. Posteriormente, se acomodan en un horno de leña en el que se les cocina por 10 días. Esta actividad se ha considerado como patrimonio inmaterial, sin embargo, con la dolarización se perdieron los clientes foráneos. Ante la poca rentabilidad muchos alfareros cambiaron de actividad. En un afán por conservar este oficio, la Prefectura de Imbabura y la Cooperación Suiza capacitaron a 20 artesanos de esta localidad. Realizaron una gira por talleres de elaboración de tejas y ladrillos en la provincia del Azuay. EL COMERCIO, (2017)

15. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos)



Fuente: [Fotografía de Carla Carrera]. (Fábrica de Tejas y Ladrillos. 2019). DSC_0015.JPG ; DSC_0036.JPG

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: GoogleEarth. (2019). *Fábrica de Tejas y Ladrillos* [Mapa 04]. Archivos fotográficos.

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre: Carrera C; Obando G	Apellido y Nombre: PhD. Isis Camargo	Apellido y Nombre
Institución: Universidad Técnica del Norte	Institución: Universidad Técnica del Norte	Institución
Cargo: Estudiantes	Cargo: Docente Tutor Trabajo de Grado II	Cargo
Fecha: 01 de octubre de 2019	Fecha: 01 de octubre de 2019	Fecha

Fuente: MITUR (2017)

Anexo 17. Registros de turistas nacionales y extranjeros en los años 2015 - 2018

REGISTRO VISITAS TURÍSTICAS 2015											
MES	OFICINA ITUR		MUSEO		EL CUARTEL		TERMINAL		PROYECTADO EST-TUR.		
	NAC	EXT	NAC	EXT	NAC	EXT	NAC	EXT	NAC	EXT	
ENERO	49	59	32	273					2219	1111	
FEBRERO	67	189	294	34			127	30	1384	398	
MARZO	148	51	281	68					242	98	
ABRIL	28	38	307	33					392	119	
MAYO	28	25	477	25					873	247	
JUNIO	30	53	254	20					910	355	
JULIO	29	61	516	19					1200	410	
AGOSTO	73	39	103	38					1080	380	
SEPTIEMBRE	51	191	198	12					1350	415	
OCTUBRE	25	46	304	141					1024	678	
NOVIEMBRE	51	26	317	32					1067	425	
DICIEMBRE	82	24	162	2					1002	395	
SUBTOTAL	661	802	3245	697	3357	99	127	30	12743	5031	
TOTAL GRUPO	1463		3942		3456		157		17774		
TOTAL										26792	

REGISTRO VISITAS TURÍSTICAS 2016											
MES	OFICINA ITUR		MUSEO		C.C. EL CUARTEL		TERMINAL		PROYECTADO EST-TUR.		
	NAC	EXT	NAC	EXT	NAC	EXT	NAC	EXT	NAC	EXT	
ENERO	27	110	123	37	3367	205			1800	1000	
FEBRERO	76	77	144	6	1035	33	58	21	890	248	
MARZO	62	72	179	13	651	47			185	80	
ABRIL	28	58	56	2	982	66			295	119	
MAYO	20	31	224	19	1750	148	33	7	352	245	
JUNIO	39	52	162	9	1256	191	135	44	450	175	
JULIO	21	84			1345	150	118	37	750	380	
AGOSTO	19	57			1046	121	72	33	950	400	
SEPTIEMBRE	26	43					41	16	690	402	
OCTUBRE	13	48					19	7	768	525	
NOVIEMBRE	7	54					114	39	879	645	
DICIEMBRE	0	44					72	30	700	400	
SUBTOTAL	338	730	888	86	11432	961	662	234	8709	4619	
TOTAL GRUPO	1068		974		12393		896		13328		
TOTAL										28659	

REGISTRO VISITAS TURÍSTICAS 2017													
MES	OFICINA ITUR		MUSEO IBARRA		C.C. EL CUARTEL				TERMINAL		A SOMMER		
	NAC	EXT	NAC	EXT	NAC		EXT		NAC	EXT	NAC	EXT	
					ADUL	JOV	ADUL	JOV					
ENERO	7	91	288	397	583	308	164	59	25	22	6	57	
FEBRERO	22	58	250	339	705	719	122	33	122	26	1	62	
MARZO	28	55	294	380	897	661	92	27	59	46	6	72	
ABRIL	13	34	174	218	1171	43	166	60	76	33	4	39	
MAYO	0	63	175	239	750	768	109	88	62	20	0	58	
JUNIO	47	19	235	307	731	495	143	106	49	20	0	37	
JULIO	33	97	134	175	978	651	208	93	6	4	1	46	
AGOSTO	32	44	337	512	1188	732	198	71	2	1	0	58	
SEPTIEMBRE	64	32	474	666	1032	641	90	32			38	61	
OCTUBRE	13	52	366	519							3	48	
NOVIEMBRE	13	47	451	651							3	59	
DICIEMBRE	12	51	300	467							7	67	
SUBTOTAL	284	643	3478	4870	8035	5018	1292	569	401	172	69	664	
TOTAL GRUPO	927		8348		14914				573		733		
TOTAL												25495	

REGISTRO VISITAS TURÍSTICAS 2018																
MES	OFICINA ITUR			MUSEO IBARRA			C.C. EL CUARTEL			TERMINAL			FINCA SOMMERWIND			
	NAC	UIO	EXT	NAC	UIO	EXT	NAC	UIO	EXT	NAC	UIO	EXT	NAC	UIO	EXT	
ENERO	8	5	94	889	127	364	272	140	206	0	0	0	12	12	63	
FEBRERO	15	3	53	864	115	186	387	152	81	91	0	13	10	10	132	
MARZO	15	0	27	1381	171	278	247	161	129	0	0	0	27	27	62	
ABRIL	41	33	39	1224	134	282	304	216	54	0	0	0	6	6	43	
MAYO	13	9	37	702	78	107	254	142	76	0	0	0	15	10	82	
JUNIO	3	3	93	838	118	218	114	59	39	0	0	0	0	0	32	
JULIO	27	12	69	647	154	218	270	131	58	0	0	0	19	9	42	
AGOSTO	78	63	139	1176	194	387	307	205	106	0	0	0	14	14	87	
SEPTIEMBRE	44	8	28	616	78	195	615	391	119	0	0	0	14	2	68	
OCTUBRE	19	13	61	391	36	159	592	491	114				30	30	65	
NOVIEMBRE	5	3	89	245	49	77	227	176	82				28	28	56	
DICIEMBRE	44	42	38	99	25	39	73	15	27				38	38	65	
SUBTOTAL	312	194	767	9072	1279	2510	3662	2279	1091	91		13	213	186	797	
TOTAL GRUPO	1273			12861			7032			104			1196			
TOTAL															22466	

Fuente: Dirección de Turismo de Ibarra (2018)

Anexo 18. Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INSTRUMENTOS A UTILIZAR	VARIABLES	FUENTES DE INFORMACIÓN
Identificar las condiciones ambientales, socio-económicas, y culturales del sector.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fichas de visitas de campo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Demografía <ul style="list-style-type: none"> ▪ Población <ul style="list-style-type: none"> • Movilidad poblacional ▪ Actividad económica <ul style="list-style-type: none"> • Nivel socioeconómico • Migración • Rentabilidad Financiera ▪ Aspectos políticos ▪ Educación ▪ Salud ▪ Factores culturales <ul style="list-style-type: none"> • Manifestaciones culturales • Tradiciones y costumbres ▪ Clima ▪ Flora y Fauna ▪ Turismo ➤ Descripción del entorno paisajístico <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atractivos que posee ▪ Accesibilidad y Vialidad ▪ Recursos naturales renovables ▪ Recursos naturales no renovables ▪ Seguridad ➤ Interpretación Ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fuentes de información primaria de líderes y habitantes del sector

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sostenibilidad turística y ambiental ▪ Calidad Ambiental ▪ Contaminación visual 	
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Información documental 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Antecedentes históricos de la comunidad Santa Rosa del Tejar ➤ Infraestructura turística <ul style="list-style-type: none"> ▪ Señalética vial ▪ Señalética turística ▪ Senderos ▪ Establecimientos turísticos ➤ Permisos de operación turística ➤ Licencias de funcionamiento ➤ Impuestos respectivos con los establecimientos turísticos ➤ Cultura Organizacional de la empresa turística <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ambiente Laboral ▪ Derechos y obligaciones ▪ Actores ▪ Servidores ▪ Proveedores ▪ Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fuentes de información secundaria de nivel medio mediante información documental ➤ Documentos ➤ Técnicos ➤ Administradores ➤ Socios ➤ Accionistas
<p>Determinar el mercado potencial hacia el cual estará direccionado el Resort turístico en la comunidad de Santa Rosa del Tejar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuestionario de encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Datos personales de los encuestados <ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad ▪ Lugar de residencia ▪ Nivel de Instrucción ▪ Nivel de Ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Población preferencial <ul style="list-style-type: none"> ▪ Habitantes de entre 18 y 65 años de las principales ciudades de la provincia de Imbabura.

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipo de Profesión u Ocupación ➤ Preferencia de actividad turística ▪ Turismo de Aventura ▪ Turismo de Naturaleza ▪ Turismo Recreativo ➤ Frecuencia de uso de Resorts turísticos ▪ Servicios Turísticos <ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje • Alimentación • Transporte • Actividades de ocio y recreación • Actividades de aventura ▪ Capacidad de Gasto ➤ Preferencia de alojamiento ▪ Tipos de alojamiento turístico ➤ Preferencia de consumo en cuanto a gastronomía típica de la sierra ➤ Expectativas de la demanda respecto con los establecimientos turísticos ➤ Uso de tecnologías <ul style="list-style-type: none"> • App Turísticas • 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turistas viajeros provenientes de la provincia de Pichincha, principalmente de Quito. ▪ Turistas extranjeros que frecuentan la provincia de Imbabura.
	➤ Guía de entrevistas	➤ Tolerancia en la implementación de	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Población local ➤ Habitantes de entre 18 y 65 años de las

		emprendimientos turísticos en el sector <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tolerancia de la población respecto con las actividades de aventura ➤ Ocupación laboral de la población local ➤ Preferencias de Mercado 	principales ciudades de la provincia de Imbabura
Establecer la estructura organizacional y funcional con la cual se manejará el Resort.	➤ Descripción del objetivo mediante una proyección de la información recopilada	➤ Descripción del objetivo mediante una proyección de la información recopilada	➤ Descripción del objetivo mediante una proyección de la información recopilada
Analizar el monto de inversión y rentabilidad del Resort como emprendimiento empresarial.	➤ Descripción del objetivo mediante una proyección de la información recopilada	➤ Descripción del objetivo mediante una proyección de la información recopilada	➤ Descripción del objetivo mediante una proyección de la información recopilada
Realizar un diseño de infraestructura turística para la implementación del Resort.	➤ Descripción del objetivo mediante una proyección de la información recopilada	➤ Descripción del objetivo mediante una proyección de la información recopilada	➤ Descripción del objetivo mediante una proyección de la información recopilada

Fuente: Las autoras (2019)

Anexo 19. Perfil del turista Nacional

Perfil de Turista - Nacional (Ecuatoriano)			
Concepto	Datos	%	
Características demográficas	Pais - Localidad	Ecuador - Zona Urbana	
	Grupo de edad	15 a 25 años	40%
	Género	26 a 40 años	32%
	Ocupación	Masculino	64%
		Femenino	36%
Población	Estudiantes, Servidores Públicos, Otros	105065	
Características sociológicas	Formación - Nivel de Educación	xxxx	
	Gasto promedio	\$20 - \$100 por persona	
	Motivo de viaje del turista	Ocio, Estudio, Cultura	
	Medios de información para su viaje	La mayor parte de los encuestados prefieren seguir las recomendaciones de amigos y familiares, revisar páginas de internet y redes sociales para obtener información referente a un determinado destino turístico, y considerable porcentaje opta por acudir a una agencia de viajes tener información sobre los destinos turísticos.	
	Conformación del grupo de viaje	Grupos de amigos, familias y parejas	
	Modalidad de viaje	Un porcentaje considerable suele organizar sus viajes de turismo por cuenta propia, sin embargo también optan por organizar sus viajes de turismo con amigos y familiares, y en menor cantidad lo hacen mediante la intervención de agencias de viajes.	
	Actividades en el destino	Eligen en su mayoría las áreas naturales, ríos y lagos, no obstante también existe una inclinación por la playa. Los paisajes rurales se encuentran incluidos con el turismo comunitario. Los siquitos sitios arqueológicos son en menor cantidad que los anteriores	
Características psicológicas	Noche Promedio de estadía/Estancia media	Entre 1 - 2 noches promedio	
	Motivaciones	Las motivaciones que tienen para visitar la ciudad de Ibarra fue la disponibilidad de tiempo, cercanía del lugar de origen, conocimiento previo del lugar, y el interés por conocer nuevos lugares.	
Perfil general del turista	Productos turísticos preferidos	Cabe recalcar que existe una preferencia casi parejera entre la mayoría de productos turísticos, tales como; camping, excursiones, cabalgatas, ciclo paseos, escalada deportiva, canopy, actividades de salud y otras.	
	Modos de compra	No emplea agencias de viajes, prefiere hacerlo por su cuenta	
	Tipo de alojamiento utilizado	La mayor parte prefiere los hoteles, mientras que un porcentaje considerable opta por estadías en hostales, cabañas, resort y hosterías, por último existe un mínimo porcentaje que prefiere hospedarse en lodge y optar por otros tipos de alojamiento como camping.	
Datos generales de la población	Datos generales	Ecuador de acuerdo con el censo del 27 de octubre de 2010 que realizó el INDEC tiene unos 14 millones de habitantes, lo que da una densidad demográfica sobre 47 h/km ² . Étnicamente es un país muy diverso. El 65% de la población es mestiza. Los amerindios, pertenecientes a diversas nacionalidades o agrupaciones indígenas, son el segundo grupo más numeroso, alrededor del 28%. Los blancos, en su mayoría criollos e inmigrantes europeos, son alrededor del 1,5%. Hay también minorías de libaneses, sirios, palestinos y jordanos, además de la mulata y negra (5,5%) concentrada principalmente en la costa: Esmeraldas, valle del Chota (provincia de Imbabura), y Guayaquil y Quito.	

Fuente: Las autoras (2019)

Anexo 20. Perfil del turista Extranjero

Perfil de Turista - EXTRANJERO			
Concepto	Datos	%	
Características demográficas	Pais - Localidad	Latinoamérica - Europa - Norteamérica	
	Grupo de edad	15 a 25 años	33%
		26 a 40 años	42%
	Género	Masculino	62%
	Ocupación	Femenino	38%
		Empleado Privado - Público - Estudiantes - Otros	
	Población	290 turistas promedio en temporalidad baja	
Salidas al exterior	Cultura	27%	
	Ocio	35%	
Características sociológicas	Formación - Nivel de Educación	Secundaria - Superior	
	Gasto promedio	\$100 - \$300	
	Llegadas al Ecuador	5178	
	Temporada baja de viajes	Octubre	399
		Noviembre	304
		Diciembre	169
	Motivo de viaje del turista	Contacto con la naturaleza - Aspectos Culturales - Deportes extremos	
	Medios de información para su viaje	Dentro de los medios que utilizaron los encuestados para obtener información sobre Ecuador, se registra que el mayor porcentaje lo hicieron a través de recomendaciones de amigos y familiares, uso de Internet y las Redes Sociales, y mediante la información proporcionada por la Televisión, mientras que un menor porcentaje utilizó otros medios como Revistas Turísticas y orientación del destino por medio de las Agencias de Viajes.	
	Duración de planificación del viaje	La mayor parte de los potenciales turistas extranjeros planifica sus viajes con más de un mes de anticipación. Sin embargo se evidencia que gran parte de los encuestados mantiene una frecuencia de viajes al exterior que va desde una vez al año hasta unas 3 veces al año en promedio.	
	Conformación del grupo de viaje	Grupos de amigos, familia y parejas	
	Modalidad de viaje	En lo relacionado a la organización de su viaje turístico de los encuestados, el 25,5% lo hacen por cuenta propia, mientras que otros grupos de personas lo hacen por influencia de sus amigos con el 21,8%, así como también por intervención familiar, igual con un 21,8%, en contraste a otros medios o aspectos que representan el 16,4% y la organización de un viaje turístico con intervención de las agencias de viajes, que representa el 14,5%.	
Actividades en el destino	Durante la estancia en Ecuador que han tenido los turistas de nacionalidad extranjera, la de mayor frecuencia fue por desarrollar actividades pertinentes al Turismo Comunitario, seguida por la practica de deportes extremos y la visita a lugares históricos y a realiza Excursiones, lo que representa el interés del turista por estas actividades en lugares que cuenten con entorno natural y riqueza cultural.		
Noche Promedio de estadía/Estancia media	2 - 3 noches		
Destinos visitados Mintur	Lugares mas representativos de la ciudad y de recreación: Museo, Finca Somerwin, ITUR, Otros		
Características psicológicas	Motivaciones	Entre los principales motivos para visitar la provincia de Imbabura fue, las actividades de ocio y aspectos culturales, mientras que en menor grado fueron por actividades de estudios o programas de voluntariado y trabajo social, negocios, salud u otros.	
Perfil general del turista	Productos turísticos preferidos	Turismo Comunitario, Práctica de deportes extremos, Lugares históricos	
	Modos de compra	No emplea agencias de viajes, prefiere hacerlo por su cuenta	
	Tipo de alojamiento utilizado	Las preferencias de alojamiento de los turistas extranjeros encuestados, se destaca en Hotel y Hostería, por otro lado existe una preferencia similar entre Cabañas y Resort, sin embargo no se puede asegurar la preferencia de alojamiento que los turistas tienen al momento de seleccionar algún establecimiento de hospedaje.	
Datos generales de la población	Datos generales	La mayor parte de los turistas extranjeros que visitan Ecuador, lo hacen por mantener un contacto mas directo con la naturaleza, a la vez de conocer la cultura y los diferentes aspectos que posee cada región del país. Prefieren el aventurarse por nuevas cosas, hacer trabajos de ayuda social es otra de las motivaciones que tienen para visitar el país.	

Fuente: Las autoras (2019)

Anexo 21. Avalúos y catastros



GOBIERNO
AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO
ADMINISTRACIÓN 2019 - 2023

CONSULTA DE PREDIOS

Ingrese su número de cedula (sólo números)

Consultar

Resultados:

CÉDULA	APELLIDOS Y NOMBRES
1003886247	ESTEVEZ VALLEJO PATRICIO ISRAEL

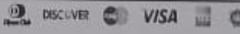
Ver datos prediales

Predios registrados:

UBICACIÓN	CÓDIGO CATASTRAL	BARRIO	CALLE	NÚMERO	TIPO	VALOR TERRENO	VALOR EDIFICACION	VALOR ELEMENTO VALORIZADO	VALOR COMERCIAL
	100104520131341000	SAN EDUARDO			RURAL	10433.38	0	0	10433.38

Fuente: Dirección de Avalúos y Catastro del Municipio de Ibarra (2019)

Anexo 22. Facturas Equipos de oficina

 WORLD COMPUTERS Confianza y Garantía		 WORLD COMPUTERS Confianza y Garantía	
Razón Social para Emisión de Retención . Norma Yolanda Córdova Paladines CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N° 466			
NOMBRE: SRTA. CARLA CARRERA		Tanya Armas - Cel. 0994 039 492 Asesor Comercial	
RUC: 1003745625		FECHA: 26/12/2019	
TELÉFONO: 993976463			
DIRECCIÓN: IBARRA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	COMPUTADOR Quasad - COMPONENTES ORIGINALES Board H310 - Procesador Intel Core i3 - 9na Generación Disco duro 1 TB SATA Toshiba/Wester Digital Dimm 4 GB DDR4 DVD Writer - Monitor 20" LED Teclado Multimedia, Mouse y Parlantes Licencia Original de Windows 10 64bits Home <u>Garantía Total 2 AÑOS</u>	√556.25	1112.5
1	Multifuncion Epson L3150 Sistema Continuo con WIFI	/ 181.25	181.25
1	Kit de 8 Cámaras de Vigilancia Incluye: DVR, Cámaras 720p Domo o Tubo, Disco Purple 1TB, Fuentes, Balun y Servicio de Instalación <u>Garantía 1 AÑO</u>	/ 410.71	410.71
		SUBTOTAL	1,704.46
		IVA 12%	204.54
		TOTAL	1,909.00
FORMA DE PAGO: CONTADO			
LA GARANTIA Y CONFIANZA ES LO MAS IMPORTANTE..			
ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO		 SIGUENOS EN: 	
IBARRA: Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte OTAVALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo		TELÉFONOS: 2643 - 036 / 2640 -333 / 2640 - 444 TELÉFONOS: 2928 - 333 / 0992 015 426	

Equipos seguros + Seguridad + Servicio General


PROFORMA PRODUCTOS UMCO

Codigo	Producto	Precio Unit.	UNITARIO DESC.	CANTIDAD	TOTAL DESCUENTOS
4027	juego caldero recortado 24/16	39,32	32,50	2	65
1186	paila recortada #20	6,8	6,12	2	12,24
1187	paila recortada #26	10,12	9,11	2	18,216
1188	paila recortada #30	15,6	14,04	2	28,08
9157	caldero fundido#20	9,87	8,88	2	17,766
9156	caldero fundido#22	9,39	8,45	2	16,902
9157	caldero fundido#24	12,91	11,62	2	23,238
9158	caldero fundido#26	15,51	13,96	2	27,918
9159	caldero fundido#30	19,8	17,82	2	35,64

7253	COMBO OLLA DE PRESION 2+4 INDUCCION	47,56	42,80	3	128,412
7601	PLANCHA CLASICA PESADA <i>elect</i>	24,35	19,97	2	39,96
535	BATIDORA 5 VELOCIDADES BLANCA <i>elect</i>	23,9	21,51	2	43,02
9568	SANDUCHERA UMCO 9806 <i>elect</i>	22,06	19,85	2	39,7
1236	TAMALERA # 32	35,88	32,29	1	32,29
1240	TAMALERA -28 UN PISO	28,38	25,55	1	25,55
5099	SARTEN MARBLE 20	7,19	6,47	3	19,413
5121	SARTEN MARBLE 24	9,12	8,21	3	24,624
5109	SARTEN MARBLE 28 T/V	14,06	12,65	3	37,962
5122	SARTEN MARBLE 28	11,26	10,13	3	30,402



UMCO
IDEAS PARA EL HOGAR
MATRIZ: QUITO-SINCHOLAGUA
Local IBARRA
Tel: 062-954-593 / Cel: 098355199





RUC: 1001660321001

BOSSANO SUBIA VERONICA VIRGINIA
 MATRIZ: AV. ELOY ALFARO 2-116 Y
 JUAN DE DIOS NAVAS
 TELF: 2958 725 · IBARRA
 www.sportbike.com.ec
 e-mail: sportbike@rocketmail.com

FECHA: 26-12-2019.

ORDEN DE ENTREGA
0002494

CLIENTE: PROFORMA.

RUC:

TELF:

DIR:

COD.	CANT.	DESCRIPCION	V.U.	V.TOTAL
✓		BICICLETA MARCA EAGLE MOUNTAIN. Ajustado. RIN. 29. FRENSOS DE DISCO. ACCESORIOS SY: MANO. SUSPENSIÓN. BLOQUEO.		\$ 350,00
✓		CASCO XC. MARCA EAGLE POLIURACIANO		\$ 30,00
✓	1	BOMBA BETO.		\$ 14,00
✓	1	TUBO.		\$ 3,00
✓	1	BOLSO.		\$ 8,00



403

SUBTOTAL

IVA 0%

% IVA

TOTAL

Son:

[Signature]
 SPORT BIKE

[Signature]
 Recibi Conforme



- **ALMACÉN IBARRA:** Velasco 9-27 y Sánchez y Cifuentes
TELF: (06) 2608 815 / 2611 065
- **FABRICA IBARRA:** Av. Eugenio Espejo 12-40 (Diagonal a la Liga San Miguel) TELF: (06) 2585 448 / 500 2574

PROFORMA

001 - 001

\$ 0983306905
Nº 0001653

RUC: 1001890860001

FECHA: 26-DICIEMBRE-2019

CODIGO:

RUC: 100374562-5.

TELEF.: 0993976463.

OBSERVACIONES ESPECIALES

Todo x 2

CANT.	DETALLE	P.UNIT.	V.TOTAL
01	FRIGORIFICO MIXTO VERTICAL.	1785,71.	1785,71.
01	CAMPANA DE 1,50 X 70 CM. 0,7.	401,79	401,79
01	PLACADO X M	40,18	40,18.
01	MOED. LATON - ESTRACTOR HOMO	31,25	31,25.
01	ESTRACTOR ASPA ROJA.	526,79	526,79.
01	COCINA 30 ESTIJO AMERICANA.	473,21	473,21.
01	FRIGORIFICO 3 BANDEJAS.	1026,79	1026,79.
01	LICUADORA 10 LITROS.	705,36	705,36.
01	BATIDORA 20 LITROS.	848,21	848,21.
01	HORNO DE 4 PLATAS MATE.	446,43	446,43.
01	SEIF SERVICE 3 BANDEJAS	848,21	848,21.
01	SECORDORA DE PAPA SEMIAUTO.	491,07	491,07.

FORMA DE PAGO

Efectivo	Dinero Electrónico	Deposito	Otros
----------	--------------------	----------	-------

María Virginia Cortés
 RUC: 1001890860001
 Dir: Velasco 9-27 / Ibarra
 Cel: 0991269224

DANIEL LOPEZ
 VENDEDOR

CLIENTE

Subtotal %	7,625,00
Subtotal 0 %	
Descuento	
SUB TOTAL	
12 % IVA	915,00
VALOR TOTAL	8540,00

COMERCIAL E INDUSTRIAL
 VENTA DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR, MAQUINARIA Y APARATOS ELÉCTRICOS



Dir. #1: Olmedo 11-103 y Av. Pérez Guerrero Telf. 2951 688
 Dir. #2: Sánchez 5-18 y Borrero Telf. 5000 449
 IBARRA - ECUADOR

PROFORMA
 000000004

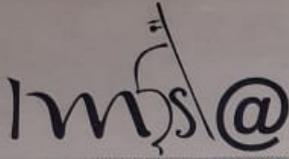
Cliente: Carla Carrera
 RUC/ C.I.: 1003745625 Fecha: _____
 Dirección: Urbanización Gustavo Paraja

Cant.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Zafiro 135X23	70.00	70.00
1	Zafiro 106X23	60.00	60.00
1	Alm Espuma Picada	3.00	3.00
1	Alm Evolution	4.00	4.00
1	Alm chaide	7.00	7.00
1	Toalla chaide 100% Algodón	24.00	24.00
1	Edredon chaide 2 plazas	41.00	41.00
1	Edredon chaide 1 1/2 plazas	34.00	34.00
1	Cama 89 dólares	80.00	80.00
1	Cama Florencia 2 1/2	282.00	282.00
1	Defeches	40.00	40.00
1	sota cama foam chaide	220.00	220.00
1	litera Mixta tend madera	182.00	182.00
COMERCIAL E INDUSTRIAL			
Eduardo Villarreal			
RUC.1001219250001			
Ibarra - Ecuador.			

Detalle de precios

Comercial e Industrial Recibí Conforme

SUBTOTAL 12 %	890.18
SUBTOTAL 0 %	
IVA 12 %	106.82
TOTAL \$	997.00



Importadora Musical, Sistemas, Audio, Comunicación,
Asesoramiento, Mantenimiento y Servicio Técnico

CHILUISA CHICAIZA CAROLINA ANTONIETA
Materiales de aseo y limpieza
Suministros y Equipos de oficina
Equipos de computación
Mobiliario Escolar
Artículos para el hogar

RUC: 1002014635001

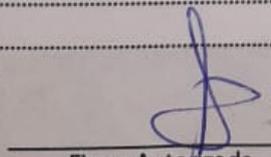
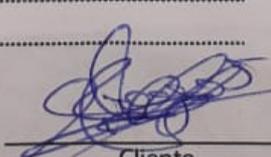
PROFORMA

0002976

Dir.: Bolívar 8-81 y Velasco Telfs.: (593-6) 2607 473 Cel.: 099201085 / 094571477
Fax: 2 952 683 E-mail: imsa@andinanet.net Ibarra -Ecuador

Nombre: **CARLA CARREÑO**
Dirección: **UPB GUAYMBU PAREJO**
RUC/CI: **1003745625**
Teléfono: **0993976463**

Fecha: **26.12.19**
Validez:
Pago:
Vendedor:

CODIGO	DESCRIPCIÓN	Cant.	V. Unit	V. Total
	Cañón LED luces	2	45	90
	camcusa			
	CADARA DE HUMO	1		50
	CABLE P/S S/MK para conectores	3	9	27
Camada	CONTROLADOR NUMARK	1		180
Potencia	PARTY MIX			
control	CONTROLER EN S.M. MGP.	1		150
Parabente	CAJA WAFERABE	1		580
	D.V.P. 11x215			
	Extenido de 30ms	1		51
	CARAPICOS	1		19
	Microfono WAFERABE	1		60
ENTREGA PREVIA CONFIRMACIÓN Y DISPONIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS TIEMPO DE GARANTÍA DEPENDIENDO DEL FABRICANTE				
 Firma Autorizada				
 Cliente				
			Subtotal	
			% IVA	
			Tarifa 0%	
			TOTAL \$	1.213

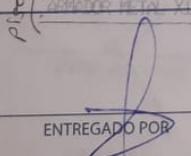


DISTRIBUIDORA REINA DEL CISNE
MATRIZ: Sánchez y Cifuentes 15-25 y Rafael Larrea
SUCURSAL: Av. Pérez Guerrero 6-66 y Olmedo
Telf.: 06 260 3442 Cel.: 091 881 579
Ibarra - Ecuador
RUC.: 1715339220001

Jhon Patricio Yamuca Ontaneda
PROFORMA
000003208
Ref.: 410000006

CUENTE: R.U.C.: CARRERA CARLA DIRECCIÓN: 1003745625	FECHA: Ibarra, 2019/12/26	FORMA DE PAGO:
--	-------------------------------------	-----------------------

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID.	P.UNIT.	DESC. %	TOTAL
043070094	VASO STAINLESS BEBIDAS 0358AL	1	UN	.793		.79
040960011	COPA CHAMPANA PREMIER #640AL	1	UN	.771		.77
040960005	COPA 5416 AL AGUA RÍOJA	1	UN	.875		.87
132170193	PLATO CUADRADO BASE 13" JEP130	1	UN	2.275		2.27
132170178	PLATO HINDO CUADRADO 10 JEP100	1	UN	1.921		1.92
132170169	PLATO SOPERO 5 NEMSKO RESTA/5VK6003	1	UN	1.352		1.35
132820005	TAZA CUADRADA 210ML OPAL FMR210	1	UN	1.176		1.17
132170031	PLATO CUADRADO RESISTENTE FK058 P/T	1	UN	.675		.67
121760015	TESA REDONDA IBERICA PI <i>mesas pias</i>	1	UN	19.238		19.23
122700014	SILLA PERUGIA PI <i>" "</i>	1	UN	6.473		6.47
141990008	PARASOL NYLON NE48 BU1920-4 MARMEN <i>" "</i>	1	UN	12.037		12.03
070160009	ZEMADOR BLTBY X10PZ F216680 0700100	1	SE	1000.4000		1000.40

ENTREGADO POR 

RECIBÍ CONFORME

SUBTOTAL 2.23

DESCUENTO

I.V.A. 12% 09.82

TOTAL \$ 12.00

55.80

CÓDIGO		Detalle	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
FS-280		DESBROZADORA FS-280 38.9CC 2.6HP 7.9KG	1.00	590.0000	590.00
T101-0096		JUEGO DE TIJERAS PARA PODA TS-27002	1.00	21.8800	21.88
B26A		TIJERA DE PODA DOS MANOS CON YUNQUE B26A BARNEL	1.00	59.3750	59.38
534354		JUEGO DESTORNILLADOR 10 PIEZAS	1.00	24.1071	24.11
BG-50		SOPLADORA BG-50 STIHL 27.2 CC 1.0HP 3.6KG	1.00	218.7500	218.75
WB20		BOMBA AGUA 2X2 CAUDAL HONDA GX-160 5.5 HP 0%IVA	1.00	420.0000	420.00
MA2RS		MANGUERA ANILLADA 2" SUCCION	5.00	4.9107	24.55
2C		ACOPLE RAPIDO 2"C HEMBRA ALUMINIO	2.00	10.7142	21.43
2A		ACOPLE RAPIDO 2A MACHO ALUMINIO	2.00	8.9285	17.86
T509		ABRAZADERA T509 TITAN 57MM A 62MM / 2.1/4A2.7/16 INDUSTRIAL	4.00	3.1250	12.50
TRI2		TRIPODE PARA ASPERSOR 2" HG GALVA "TORRE" 0%IVA	1.00	75.0000	75.00
06ASPE005		ASPERSOR JOLLY 1 1/4" SECTORIABLE 0%IVA	1.00	115.0000	115.00
2C-2E		ACOPLE RAPIDO HEMBRA MACHO 2C-2E	4.00	14.2857	57.14
T509		ABRAZADERA T509 TITAN 57MM A 62MM / 2.1/4A2.7/16 INDUSTRIAL	8.00	3.1250	25.00
BAOFENG-UV5R		RADIO MOTOROLA BAOFENG UV-5R	2.00	79.4642	158.93

NOTAS:	
	SUMAN: 1,841.53
	DESCUENTO: 0.00
	SUBTOTAL 0%: 1,200.00
	SUBTOTAL 12%: 641.53
	SUBTOTAL: 1,841.53
	I.V.A. 12%: 76.98
	VALOR TOTAL: 1,918.51



GRUPO CORPORATIVO DEL NORTE

Ibarra, Diciembre del 2019

Señorita

Carla Carrera
Presente:

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo del Grupo Corporativo del Norte, concesionaria de Diario El Norte, Radio Los Lagos, www.elnorte.ec, Entv televisión en la web y Publinorte Agencia de Publicidad y Marketing; a la vez el deseo de éxito en sus actividades diarias.

A continuación detallamos la inversión para anunciar en nuestra edición:

FORMATO	FULL/COLOR	BLANCO Y NEGRO
1 PÁGINA	\$ 696	\$ 348
½ PÁGINA	\$ 348	\$ 174
1/3 PÁGINA	\$ 261	\$ 130
1/4 PÁGINA	\$ 174	\$ 87
12 X10.5	\$ 130	\$ 65
1/8 PÁGINA	\$ 87	\$ 45

- **Post en Facebook en Fan Page del Diario** con una aproximación de 15.000 visualizaciones, una duración de 5 días depende de la campaña que sea dirigido el post al público en general.
- **Valor referencial \$ 70.00**
- **Banners en Canal Online ENtv banners mensual de \$ 350**
- **Cuñas publicitarias 7 cuñas en programa Puro Ñeque y La Buseta \$ 350 Mensuales**

NOTA: Estos precios NO incluyen IVA

Anexo 24. Presupuesto para el estudio de factibilidad

<i>Financieros</i>	
Detalle:	
- Sustentado por las investigadoras	\$ 150
<i>Materiales</i>	
Detalle:	
- Suministros de oficina	\$40
- Computador	-
- Cámara	-
- Grabadora	\$60
<i>Técnicos</i>	
Detalle:	
- Arc gis	\$30
- Final cut pro	\$15
- Photoshop	\$15
- Adobe ilustrador	\$15
- Wix	\$25
<i>Humanos</i>	
Detalle:	
- Arquitecto	\$120
- Técnicos financieros	\$50
<i>Proyecto arquitectónico</i>	
Detalle:	
- Planos del Resort	\$300
Total, USD \$	\$820

Fuente: Las autoras 2019

Anexo 25. Proyección talento humano

Nro. Personal	Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente General/Asistente de RR.HH y Capacitaciones	\$ 9.239,26	\$ 10.270,46	\$ 10.385,48	\$10.501,80	\$ 10.624,99
1	Secretaria /Recepcionista	\$ 9.092,51	\$ 10.106,67	\$ 10.219,87	\$ 10.334,33	\$ 10.537,43
1	Contador/a	\$ 7.737,07	\$ 8.593,89	\$ 8.690,14	\$ 8.787,47	\$ 8.959,64
1	Asistente de Marketing y Ventas	\$ 6.203,95	\$ 6.882,80	\$ 6.59,88	\$ 7.037,83	\$ 7.120,31
PROYECCIÓN DE SUELDOS OPERATIVOS						
1	Valet Hotelero	\$ 6.134,98	\$ 6.805,82	\$ 6.882,05	\$ 6.959,13	\$ 7.094,73
1	Ama de Llaves	\$ 6.186,16	\$ 6.862,95	\$ 6.939,81	\$ 7.017,54	\$ 7.154,30
2	Mucamas	\$ 11.898,52	\$ 12.836,09	\$ 12.979,86	\$ 13.125,23	\$ 13.384,15
3	Personal de Limpieza	\$ 17.616,95	\$ 18.817,59	\$ 19.028,35	\$ 19.241,47	\$ 19.622,71
2	Chef Ejecutivo	\$ 17.756,32	\$ 19.169,04	\$ 19.383,73	\$ 19.600,83	\$ 19.989,26
4	Ayudante de Cocina	\$ 23.357,93	\$ 24.823,48	\$ 25.101,50	\$ 25.382,64	\$ 25.886,71
2	Sommelier	\$ 11.898,52	\$ 12.836,09	\$ 12.979,86	\$ 13.125,23	\$ 13.384,15
2	Meseros	\$ 11.898,52	\$ 12.836,09	\$ 12.979,86	\$ 13.125,23	\$ 13.384,15
2	Masajista	\$ 11.898,52	\$ 12.836,09	\$ 12.979,86	\$ 13.125,23	\$ 13.384,15
PERSONAL POR CONTRATO						
1	Operador de servicios de mantenimiento	\$ 3.600,00	\$ 3.640,32	\$ 3.681,09	\$ 3.722,32	\$ 3.764,01
2	Guía Turístico	\$ 12.000,00	\$ 12.134,40	\$ 12.270,31	\$ 12.407,73	\$ 12.546,70
1	jardinero	\$ 3.600,00	\$ 3.640,32	\$ 3.681,09	\$ 3.722,32	\$ 3.764,01
1	Chofer	\$ 4.800,00	\$ 4.853,76	\$ 4.908,12	\$ 4.963,09	\$ 5.018,68
2	Guardia de Seguridad (Adelta seguridad)	\$ 9.600,00	\$ 9.707,52	\$ 9.816,24	\$ 9.926,19	\$ 10.037,36
TOTAL PERSONAL POR CONTRATO		\$ 33.600,00	\$ 33.976,32	\$ 34.356,85	\$ 34.741,65	\$ 35.130,76
TOTAL PERSONAL Adm.+Ope.		\$150.919,22	\$163.677,07	\$165.510,25	\$ 167.363,97	\$170.526,69
TOTAL, SALARIOS		\$184.519,22	\$197.653,39	\$199.867,11	\$ 202.105,62	\$205.657,44

Fuente: Las autoras 2020

Anexo 26. Costo materia prima por cada producto

Costo de producción servicio de hospedaje	
MATERIA PRIMA	
Equipo de Oficina	
Alojamiento	\$ 3.848,00
Muebles y Enseres	\$ 7.850,00
Menaje	\$ 5.168,41
TOTAL	\$ 16.866,41
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	
Útiles de limpieza	\$ 634,32
MANO DE OBRA DIRECTA HOSPEDAJE: SALARIOS	
Valet Hotelero	\$ 6134,98264
Ama de Llaves	\$ 6.186,16
Mucamas	\$ 5.949,26
Personal de Limpieza	\$ 5.872,32
TOTAL	\$ 24.142,72
COSTOS INDIRECTOS	
Servicios básicos	\$ 2968,6176
TOTAL, SERVICIO HOSPEDAJE	\$ 44.612,07

Fuente: Las autoras 2020

Costo de producción servicio de Alimentación	
MATERIA PRIMA	
Muebles y Enseres Alimentación	\$ 4057,5
Menaje Alimentación	\$ 2349,71
Muebles y Enseres Alimentación	\$ 4057,5
TOTAL	\$ 10464,71
PRECIOS DE PRODUCTOS COSTO DE RESTAURANTE	
TOTAL	\$ 13.485,60
MANO DE OBRA DIRECTA ALIMENTACIÓN: SALARIOS	
Personal de Limpieza	\$ 5872,32
Chef Ejecutivo	\$ 17756,32
Ayudante de Cocina	\$ 23357,93
Sommelier	\$ 11898,52
Meseros	\$11898,52
Total	\$70783,61
COSTOS INDIRECTOS	
Servicios básicos	\$ 2366,5824
TOTAL, SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	\$ 97.100,50

Fuente: Las autoras 2020

Costo de producción áreas húmedas

MATERIA PRIMA	
Muebles y Enseres áreas húmedas	\$ 1671,37
TOTAL	\$ 1671,37
MANO DE OBRA DIRECTA ÁREAS HÚMEDAS: SALARIOS	
Personal de Limpieza	\$ 5872,32
TOTAL	\$ 5872,32
Costos indirectos	
Servicios básicos	\$ 1906,0704
TOTAL, SERVICIO ÁREAS HÚMEDAS	\$ 9.449,76

Fuente: Las autoras 2020

Costo de producción salón de eventos

MATERIA PRIMA	
Muebles y Enseres	
Alimentación	\$ 4057,5
Menaje Alimentación	\$ 2349,71
Muebles y Enseres	
Alimentación	\$ 4057,5
TOTAL	\$ 10464,71
PRECIO DE PRODUCTOS COSTO DE RESTAURANTE	
TOTAL	\$ 13.485,60
MANO DE OBRA DIRECTA ALIMENTACIÓN: SALARIOS	
Personal de Limpieza	\$ 5872,32
Chef Ejecutivo	\$ 8878,16
Ayudante de Cocina	\$ 11678,97
Sommelier	\$ 5949,26
Meseros	\$ 11898,52
Total	\$ 44277,22
COSTOS INDIRECTOS	
Servicios básicos	\$ 1906,0704
TOTAL SERVICIO SALON DE EVENTOS	\$ 70.133,60

Fuente: Las autoras 2020

Costo de producción bar-disco	
MATERIA PRIMA	
Muebles y Enseres	
bar	\$753,48
Menaje	\$436,341147
TOTAL	\$1189,82
MANO DE OBRA DIRECTA	
DISCOTECA: SALARIOS	
Personal	
Sommelier	\$5949,26
Total	\$5949,26
COSTOS INDIRECTOS	
Servicios básicos	\$ 2109,143163
TOTAL, SERVICIO	
BAR DISCOTECA	\$ 9.248,22

Fuente: Las autoras 2020

Costos de producción servicios complementarios	
Excursiones	
MATERIA PRIMA	
Muebles y Enseres	0,00
TOTAL	0,00
MANO DE OBRA DIRECTA EXCURSIONES:	
SALARIOS	
Guía	\$ 6000,00
Total	\$ 6000,00
COSTOS INDIRECTOS	
Servicios básicos	\$0,00
TOTAL, SERVICIO	
EXCURSION	\$ 6.000,00

Fuente: Las autoras 2020

Costos de producción servicios complementarios Ciclismo

MATERIA PRIMA	
Muebles y Enseres	\$ 2712,50
TOTAL	\$ 2712,50
MANO DE OBRA DIRECTA CICLISMO: SALARIOS	
Guía	\$ 6000,00
Total	\$ 6000,00
COSTOS INDIRECTOS	
Servicios básicos	\$ 0,00
TOTAL, SERVICIO CICLISMO	\$8.712,50

Fuente: Las autoras 2020

Costo de producción servicio de SPA

MATERIA PRIMA	
Muebles y Enseres	\$ 1671,37
TOTAL	\$ 1671,37
MANO DE OBRA DIRECTA SPA: SALARIOS	
Masajista	\$ 5949,26
TOTAL	\$ 5949,26
COSTOS INDIRECTOS	
Servicios básicos	\$ 1889,22
TOTAL, SERVICIO SPA	\$ 9.509,85

Fuente: Las autoras 2020

Anexo 27. Precio de las habitaciones a ofertar

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
Suite Presidencial	1	\$150,00
Suite Junior	1	\$130,00
Habitación Matrimonial	1	\$110,00
Habitación Doble	2	\$110,00
Habitación Triple	3	\$80,00
TOTAL DE HABITACIONES (8 HABITACIONES)		
PRECIO PROMEDIO (\$135,00)		

Anexo 28. Precio de productos de alimentación a ofertar

• COSTO DEL DESAYUNO INGLÉS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Huevos	2	0,12	0,24
Menestra	1	0,19	0,19
Tomates	1	0,25	0,25
Tostadas	1	0,18	0,18
Taza de café	1	0,30	0,30
Jugo	1	0,50	0,50
Ingredientes			0,20
TOTAL			1,86
PRECIO DE VENTA			3,50
UTILIDAD (\$)			1,64

Fuente: Las autoras (2019)

• COSTO DEL DESAYUNO AMERICANO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Huevos	2	0,12	0,24
Tocino	1	0,35	0,35
Salchichas	1	0,15	0,15
Panqueques	1	0,20	0,20
Mermelada	1	0,10	0,10
Tostadas	1	0,18	0,18
Taza de café	1	0,30	0,30
Jugo	1	0,50	0,50
Leche	1	0,20	0,20

Ingredientes		0,20
TOTAL		2,42
PRECIO DE VENTA		4,50
UTILIDAD (\$)		2,08

Fuente: Las autoras (2019)

- COSTO DEL DESAYUNO CONTINENTAL

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Huevos	2	0,15	0,30
Tostadas	1	0,18	0,18
Mermelada	1	0,10	0,10
Taza de café	1	0,20	0,20
Jugo	1	0,30	0,30
Ingredientes			0,20
TOTAL			1,18
PRECIO DE VENTA			3,00
UTILIDAD (\$)			1,82

Fuente: Las autoras (2019)

- COSTO DEL DESAYUNO BUFFET

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Huevos	2	0,15	0,30
Tocino	1	0,35	0,35
Salchichas	1	0,15	0,15
Panqueques	1	0,20	0,20
Frutas	1	0,50	0,50
Cereales	1	0,60	0,60
Gelatina	1	0,30	0,30
Mermelada	1	0,10	0,10
Tostadas	1	0,18	0,18
Taza de café	1	0,20	0,20
Jugo	1	0,50	0,50
Leche	1	0,18	0,18

Ingredientes		0,20
TOTAL		3,76
PRECIO DE VENTA		8,00
UTILIDAD (\$)		4,24

Fuente: Las autoras (2019)

- COSTO DEL ALMUERZO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Entrada	1	0,60	0,60
Sopa	1	0,30	0,30
Fuerte	1	1,50	1,50
Jugo	1	0,50	0,50
Postre	1	0,25	0,25
TOTAL			2,40
PRECIO DE VENTA			5,50
UTILIDAD (\$)			3,10

Fuente: Las autoras (2019)

- COSTO DE LA CENA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Entrada	1	0,60	0,60
Fuerte	1	1,50	1,50
Jugo	1	0,50	0,50
TOTAL			2,05
PRECIO DE VENTA			5,50
UTILIDAD (\$)			3,45

Fuente: Las autoras (2019)

Anexo 29. Platos a la carta

• COSTO DE CARNE ASADA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Porción de arroz	1	0,5	0,5
Carne	1	2,0	2,0
Porción de papas	1	0,50	0,50
Porción ensalada	1	0,30	0,30
Varios	1	0,25	0,25
TOTAL			3,55
PRECIO DE VENTA			6,00
UTILIDAD (\$)			2,45

Fuente: Las autoras (2019)

• COSTO DE POLLO ASADO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Porción de arroz	1	0,50	0,5
Pollo	1	1,50	1,50
Porción de papas	1	0,50	0,50
Porción ensalada	1	0,30	0,30
Varios	1	0,25	0,25
TOTAL			3,05
PRECIO DE VENTA			6,00
UTILIDAD (\$)			2,95

Fuente: Las autoras (2019)

• COSTO DE PARRILLADA INDIVIDUAL

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Carne y pollo	2	3,5	7
Porción de papas	1	0,5	0,50
Embutidos	2	1,50	3,00
TOTAL			10,50
PRECIO DE VENTA			13,50
UTILIDAD (\$)			3,00

Fuente: Las autoras (2019)

- COSTO DE PARRILLADA FAMILIAR

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Carnes y pollo	3	3,50	10,5
Porción de papas	2	0,50	1,00
Embutidos	5	1,50	7,50
TOTAL			19,00
PRECIO DE VENTA			23,75
UTILIDAD (\$)			4,75

Fuente: Las autoras (2019)

- COSTO DE CORVINA A LA PLANCHA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Porción de arroz	1	0,50	0,50
Corvina	1	1,20	1,20
Porción de papas	1	0,50	0,50
Porción ensalada	1	0,30	0,30
TOTAL			2,50
PRECIO DE VENTA			7,00
UTILIDAD (\$)			4,50

Fuente: Las autoras (2019)

- COSTO DE CEVICHE DE CAMARONES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Porción de arroz	1	0,50	0,50
Camarones	1	2,30	2,30
Otros	1	1,00	1,00
TOTAL			3,80
PRECIO DE VENTA			7,00
UTILIDAD (\$)			3,20

Fuente: Las autoras (2019)

- COSTO DE CEVICHE DE CONCHAS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Porción de arroz	1	0,50	0,50
Conchas	1	2,00	2,00
Otros	1	1,00	1,00
TOTAL			3,50
PRECIO DE VENTA			6,00
UTILIDAD (\$)			2,50

Fuente: Las autoras (2019)

- COSTO DE CEVICHE MIXTO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Porción de arroz	1	0,50	0,50
Mariscos	1	4,00	4,00
Otros	1	1,00	1,00
TOTAL			5,50
PRECIO DE VENTA			8,50
UTILIDAD (\$)			3,00

Fuente: Las autoras (2019)

- COSTO DE ARROZ CON MARISCOS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Porción de arroz	1	0,50	0,50
Mariscos	1	6,00	6,00
Porción ensalada	1	0,15	0,15
Otros	1	1,00	1,00
TOTAL			7,65
PRECIO DE VENTA			10,50
UTILIDAD (\$)			2,85

Fuente: Las autoras (2019)

Anexo 30. Bebidas

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
Cerveza nacional	1	1,25	1,25	2,50
Cerveza importada	2	2,29	1,21	3,50
Botella de Vino	1	10,00	2,50	12,50
Gaseosa personal	1	0,75	0,75	1,50
Gaseosa 3 litros	1	2,50	0,75	3,25
Gaseosa 2 litros	1	1,69	1,11	2,80
Gaseosas de 1 litro	1	1,25	0,55	1,80
Agua con gas	1	0,70	1,05	1,75
Agua sin gas	1	0,50	1,00	1,50
Jugos	1	0,50	1,50	2,00
TOTAL		21,43	11,67	33,10

Fuente: Las autoras (2019)

Anexo 31. Cálculo de la amortización

TABLA DE AMORTIZACION								6.634,91
BENEFICIARIO								
INSTIT. FINANCIERA CFN								
MONTO EN USD 320.000,00								
TASA DE INTERES 8,95% T. EFECTIVA 9,3264%								
PLAZO 5 años								
GRACIA 0 años								
FECHA DE INICIO 15/11/14								
MONEDA DOLARES								
AMORTIZACION CADA 30 días								
Número de períodos 60 para amortizar capital								
CÁLCULO DE AMORTIZACIONES								
Número de pago	Tasa de interés mensual	Tiempo a pagar	Préstamo	MI	Monto a pagar mensual	Pago de interés	Pago de capital	Saldo insoluto
1	0,0895	60	320000,00	11,11	28808,22	28640,00	168,22	319831,78
2	0,0895	59	319831,78	11,10	28808,22	28624,94	183,28	319648,50
3	0,0895	58	319648,50	11,10	28808,22	28608,54	199,68	319448,82
4	0,0895	57	319448,82	11,09	28808,22	28590,67	217,55	319231,27
5	0,0895	56	319231,27	11,08	28808,22	28571,20	237,02	318994,24
6	0,0895	55	318994,24	11,07	28808,22	28549,98	258,24	318736,01
7	0,0895	54	318736,01	11,06	28808,22	28526,87	281,35	318454,66
8	0,0895	53	318454,66	11,05	28808,22	28501,69	306,53	318148,13
9	0,0895	52	318148,13	11,04	28808,22	28474,26	333,96	317814,16
10	0,0895	51	317814,16	11,03	28808,22	28444,37	363,85	317450,31
11	0,0895	50	317450,31	11,02	28808,22	28411,80	396,42	317053,89
12	0,0895	49	317053,89	11,01	28808,22	28376,32	431,90	316621,99
13	0,0895	48	316621,99	10,99	28808,22	28337,67	470,55	316151,44
14	0,0895	47	316151,44	10,97	28808,22	28295,55	512,67	315638,77
15	0,0895	46	315638,77	10,96	28808,22	28249,67	558,55	315080,22
16	0,0895	45	315080,22	10,94	28808,22	28199,68	608,54	314471,67
17	0,0895	44	314471,67	10,92	28808,22	28145,21	663,01	313808,67
18	0,0895	43	313808,67	10,89	28808,22	28085,88	722,35	313086,32
19	0,0895	42	313086,32	10,87	28808,22	28021,23	787,00	312299,32
20	0,0895	41	312299,32	10,84	28808,22	27950,79	857,43	311441,89
21	0,0895	40	311441,89	10,81	28808,22	27874,05	934,17	310507,72
22	0,0895	39	310507,72	10,78	28808,22	27790,44	1017,78	309489,94
23	0,0895	38	309489,94	10,74	28808,22	27699,35	1108,87	308381,07
24	0,0895	37	308381,07	10,70	28808,22	27600,11	1208,12	307172,95
25	0,0895	36	307172,95	10,66	28808,22	27491,98	1316,24	305856,71
26	0,0895	35	305856,71	10,62	28808,22	27374,18	1434,05	304422,66
27	0,0895	34	304422,66	10,57	28808,22	27245,83	1562,39	302860,27
28	0,0895	33	302860,27	10,51	28808,22	27105,99	1702,23	301158,04
29	0,0895	32	301158,04	10,45	28808,22	26953,64	1854,58	299303,46
30	0,0895	31	299303,46	10,39	28808,22	26787,66	2020,56	297282,90
31	0,0895	30	297282,90	10,32	28808,22	26606,82	2201,40	295081,50
32	0,0895	29	295081,50	10,24	28808,22	26409,79	2398,43	292683,07
33	0,0895	28	292683,07	10,16	28808,22	26195,13	2613,09	290069,98
34	0,0895	27	290069,98	10,07	28808,22	25961,26	2846,96	287223,02
35	0,0895	26	287223,02	9,97	28808,22	25706,46	3101,76	284121,26
36	0,0895	25	284121,26	9,86	28808,22	25428,85	3379,37	280741,89
37	0,0895	24	280741,89	9,75	28808,22	25126,40	3681,82	277060,07
38	0,0895	23	277060,07	9,62	28808,22	24796,88	4011,35	273048,73
39	0,0895	22	273048,73	9,48	28808,22	24437,86	4370,36	268678,37
40	0,0895	21	268678,37	9,33	28808,22	24046,71	4761,51	263916,86
41	0,0895	20	263916,86	9,16	28808,22	23620,56	5187,66	258729,19
42	0,0895	19	258729,19	8,98	28808,22	23156,26	5651,96	253077,24
43	0,0895	18	253077,24	8,78	28808,22	22650,41	6157,81	246919,43
44	0,0895	17	246919,43	8,57	28808,22	22099,29	6708,93	240210,49
45	0,0895	16	240210,49	8,34	28808,22	21498,84	7309,38	232901,11
46	0,0895	15	232901,11	8,08	28808,22	20844,65	7963,57	224937,54
47	0,0895	14	224937,54	7,81	28808,22	20131,91	8676,31	216261,23
48	0,0895	13	216261,23	7,51	28808,22	19355,38	9452,84	206808,38
49	0,0895	12	206808,38	7,18	28808,22	18509,35	10298,87	196509,51
50	0,0895	11	196509,51	6,82	28808,22	17587,60	11220,62	185288,89
51	0,0895	10	185288,89	6,43	28808,22	16583,36	12224,87	173064,03
52	0,0895	9	173064,03	6,01	28808,22	15489,23	13318,99	159745,03
53	0,0895	8	159745,03	5,55	28808,22	14297,18	14511,04	145233,99
54	0,0895	7	145233,99	5,04	28808,22	12998,44	15809,78	129424,21
55	0,0895	6	129424,21	4,49	28808,22	11583,47	17224,75	112199,46
56	0,0895	5	112199,46	3,89	28808,22	10041,85	18766,37	93433,09
57	0,0895	4	93433,09	3,24	28808,22	8362,26	20445,96	72987,13
58	0,0895	3	72987,13	2,53	28808,22	6532,35	22275,87	50711,26
59	0,0895	2	50711,26	1,76	28808,22	4538,66	24269,56	26441,69
60	0,0895	1	26441,69	0,92	28808,22	2366,53	26441,69	0,00

Fuente: Las autoras (2019)

Anexo 32. Resumen de Costos y Gastos

Costos y gastos de operación

FASE AÑO	INVERSIÓN OPERACIONAL					
	0	1	2	3	4	5
Materiales e insumos		\$72.646,41	\$74.282,80	\$76.806,76	\$80.305,95	\$84.904,95
Mano de obra directa		\$168.974,39	\$172.780,61	\$178.651,30	\$186.790,35	\$197.487,56
Costos generales de fabricación		\$13.145,71	\$13.441,82	\$13.898,54	\$14.531,74	\$15.363,95
Depreciación activos de producción	\$	9.432,26	\$	9.432,26	\$	9.432,26
			\$	9.432,26	\$	7.339,66
					\$	7.339,66
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN		\$264.198,77	\$269.937,49	\$278.788,87	\$288.967,69	\$305.096,11
Gastos de administración		\$32.872,79	\$32.876,92	\$32.876,96	\$32.876,96	\$32.876,96
Gastos de ventas		\$11.299,75	\$11.301,16	\$11.301,18	\$11.301,18	\$11.301,18
Amortización de diferidos		\$401,16	\$401,16	\$401,16	\$401,16	\$401,16
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		\$44.573,70	\$44.579,24	\$44.579,30	\$44.579,30	\$44.579,30
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN		\$308.772,46	\$314.516,73	\$323.368,17	\$333.546,99	\$349.675,41
Costos de financiamiento del préstamo		\$69.480,00	\$65.184,00	\$60.888,00	\$56.592,00	\$52.296,00
Amortización de intereses de instalación		\$48.000,00	\$48.000,00	\$48.000,00	\$48.000,00	\$48.000,00
TOTAL COSTOS DE FINANCIAMIENTO		\$117.480,00	\$113.184,00	\$108.888,00	\$104.592,00	\$100.296,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO		\$426.252,46	\$427.700,73	\$432.256,17	\$438.138,99	\$449.971,41

Fuente: Las autoras (2020)

Anexo 33. Cuadro Proyección Sueldos

Sueldos Administrativos									
Mano de Obra indirecta									
12,15%									
Nro.	Nro. Personal	Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15 %	Total	Total general
1	1	Gerente General/Asistente	\$611,79	\$7.341,48	\$611,79	\$394,00	\$891,99	\$9.239,26	\$9.239,26
2	1	Secretaría /Recepcionista	\$601,64	\$7.219,68	\$601,64	\$394,00	\$877,19	\$9.092,51	\$9.092,51
3	1	Contador/a	\$507,89	\$6.094,68	\$507,89	\$394,00	\$740,50	\$7.737,07	\$7.737,07
4	1	Asistente de Marketing y Ventas	401,85	\$4.822,20	\$401,85	\$394,00	\$585,90	\$6.203,95	\$6.203,95
TOTAL			\$2.123,17	\$25.478,04	\$2.123,17	\$1.576,00	\$3.095,58	\$32.272,79	\$32.272,79

SUELDOS OPERATIVOS

Mano de Obra Directa

°	Nro. Personal	Cargo	Sueldo mensual	Total sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15 %	Total
1	1	Valet Hotelero	\$397,08	397,08	\$4.764,96	\$397,08	\$394,00	\$578,94	\$6.134,98
2	1	Ama de Llaves	\$400,62	400,62	\$4.807,44	\$400,62	\$394,00	\$584,10	\$6.186,16
3	2	Mucamas	\$397,86	795,72	\$9.548,64	\$795,72	\$394,00	\$1.160,16	\$11.898,52
4	3	Personal de Limpieza	\$397,08	1191,24	\$14.294,88	\$1.191,24	\$394,00	\$1.736,83	\$17.616,95
5	2	Chef Ejecutivo	\$600,44	1200,88	\$14.410,56	\$1.200,88	\$394,00	\$1.750,88	\$17.756,32
6	4	Ayudante de Cocina	\$397,08	1588,32	\$19.059,84	\$1.588,32	\$394,00	\$2.315,77	\$23.357,93
7	2	Sommelier	\$397,86	795,72	\$9.548,64	\$795,72	\$394,00	\$1.160,16	\$11.898,52
8	2	Meseros	\$397,86	795,72	\$9.548,64	\$795,72	\$394,00	\$1.160,16	\$11.898,52
9	2	Masajista	\$397,86	795,72	\$9.548,64	\$795,72	\$394,00	\$1.160,16	\$11.898,52
TOTAL			\$3.783,74	7961,02	\$95.532,24	\$7.961,02	\$3.546,00	\$11.607,17	\$118.646,43
TOTAL PERSONAL FIJO									150.919,22
TOTAL PERSONAL POR CONTRATO									\$ 33.600,00
TOTAL REMUNERACIONES AÑO 1									\$184.519,22

Fuente: Las autoras (2020)

Sueldos Administrativos										
Mano de Obra indirecta										
12,15%										
Nro.	Nro. Personal	Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15 %	Vacaciones	Fondos de reserva 8,33%	Total
1	1	Gerente	\$618,64	\$7.423,70	\$618,64	\$398,41	\$901,98	\$309,32	\$618,39	\$10.270,46
2	1	Secretaría /Recepcionista	\$608,38	\$7.300,54	\$608,38	\$398,41	\$887,02	\$304,19	\$608,14	\$10.106,67
3	1	Contador/a	\$513,58	\$6.162,94	\$513,58	\$398,41	\$748,80	\$256,79	\$513,37	\$8.593,89
4	1	Asistente de Marketing y Ventas	406,35	\$4.876,21	\$406,35	\$398,41	\$592,46	\$203,18	\$406,19	\$6.882,80
TOTAL			2146,95	25763,39	2146,95	1593,65	3130,25	1073,47	2146,09	35853,81

SUELDOS OPERATIVOS

Mano de Obra Directa

Nro.	Nro. Personal	Cargo	Sueldo mensual	Total sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15 %	Vacaciones	Fondos de reserva 8,33%	Total
5	1	Valet Hotelero	\$401,53	401,53	\$4.818,33	\$401,53	\$398,41	\$585,43	\$200,76	\$401,37	\$6.805,82
6	1	Ama de Llaves	\$405,11	405,11	\$4.861,28	\$405,11	\$398,41	\$590,65	\$202,55	\$404,94	\$6.862,95
7	2	Mucamas	\$402,32	804,63	\$9.655,58	\$402,32	\$398,41	\$1.173,15	\$402,32	\$804,31	\$12.836,09
8	3	Personal de Limpieza	\$401,53	1204,58	\$14.454,98	\$401,53	\$398,41	\$1.756,28	\$602,29	\$1.204,10	\$18.817,59
9	2	Chef Ejecutivo	\$607,16	1214,33	\$14.571,96	\$607,16	\$398,41	\$1.770,49	\$607,16	\$1.213,84	\$19.169,04
10	4	Ayudante de Cocina	\$401,53	1606,11	\$19.273,31	\$401,53	\$398,41	\$2.341,71	\$803,05	\$1.605,47	\$24.823,48
11	2	Sommelier	\$402,32	804,63	\$9.655,58	\$402,32	\$398,41	\$1.173,15	\$402,32	\$804,31	\$12.836,09
12	2	Meseros	\$402,32	804,63	\$9.655,58	\$402,32	\$398,41	\$1.173,15	\$402,32	\$804,31	\$12.836,09
13	2	Masajista	\$402,32	804,63	\$9.655,58	\$402,32	\$398,41	\$1.173,15	\$402,32	\$804,31	\$12.836,09
TOTAL			\$3.826,12	8050,18	\$45.913,41	\$3.826,12	\$3.585,72	\$5.578,48	\$1.913,06	3824,587441	\$127.823,26
TOTAL PERSONAL FIJO										\$163.677,07	
PERSONAL POR CONTRATO										\$33.976,32	
TOTAL REMUNERACIONES AÑO 2										197.653,39	

Fuente: Las autoras (2020)

Sueldos Administrativos

Mano de Obra indirecta

12,15%

Nro.		Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15 %	Vacaciones	Fondo de reserva 8,33%	Total
1	1	Gerente General/Asistente de RR.HH y Capacitaciones	\$625,57	\$7.506,85	\$625,57	\$402,88	\$912,08	\$312,79	\$625,32	\$10.385,48
2	1	Secretaria /Recepcion	\$615,19	\$7.382,31	\$615,19	\$402,88	\$896,95	\$307,60	\$614,95	\$10.219,87
3	1	Contador/a	\$519,33	\$6.231,97	\$519,33	\$402,88	\$757,18	\$259,67	\$519,12	\$8.690,14
4	1	Asistente de Marketing y Ventas	\$410,90	\$4.930,82	\$410,90	\$402,88	\$599,09	\$205,45	\$410,74	\$6.959,88
TOTAL			\$2.171,00	\$26.051,94	\$2.171,00	\$1.611,50	\$3.165,31	\$1.085,50	\$2.170,13	\$36.255,38

SUELDOS OPERATIVOS

Mano de Obra Directa

Nro.		Cargo	Sueldo mensual	Total sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15 %	Vacaciones	Fondo de reserva 8,33%	Total
5	1	Valet Hotelero	\$406,02	406,02	\$4.872,29	\$406,02	\$402,88	\$591,98	\$203,01	\$405,86	\$6.882,05
6	1	Ama de Llaves	\$409,64	409,64	\$4.915,73	\$409,64	\$402,88	\$597,26	\$204,82	\$409,48	\$6.939,81
7	2	Mucamas	\$406,82	813,64	\$9.763,73	\$406,82	\$402,88	\$1.186,29	\$406,82	\$813,32	\$12.979,86
8	3	Personal de Limpiez	\$406,02	1218,07	\$14.616,88	\$406,02	\$402,88	\$1.775,95	\$609,04	\$1.217,59	\$19.028,35
9	2	Chef Ejecutivo	\$613,97	1227,93	\$14.735,16	\$613,97	\$402,88	\$1.790,32	\$613,97	\$1.227,44	\$19.383,73
10	4	Ayudante de Cocina	\$406,02	1624,10	\$19.489,17	\$406,02	\$402,88	\$2.367,93	\$812,05	\$1.623,45	\$25.101,50
11	2	Sommelier	\$406,82	813,64	\$9.763,73	\$406,82	\$402,88	\$1.186,29	\$406,82	\$813,32	\$12.979,86
12	2	Meseros	\$406,82	813,64	\$9.763,73	\$406,82	\$402,88	\$1.186,29	\$406,82	\$813,32	\$12.979,86
13	2	Masajista	\$406,82	813,64	\$9.763,73	\$406,82	\$402,88	\$1.186,29	\$406,82	\$813,32	\$12.979,86
TOTAL			\$3.868,97	8140,35	\$97.684,15	\$3.868,97	\$3.625,88	\$11.868,62	\$4.070,17	\$8.137,09	\$129.254,88
TOTAL PERSONAL FIJO											\$165.510,25
PERSONAL POR CONTRATO											\$ 34.356,85
TOTAL REMUNERACIONES AÑO 3											\$ 199.867,11

Fuente: Las autoras (2020)

Sueldos Administrativos

Mano de Obra indirecta

12,15%

Nro.		Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15 %	Vacaciones	Fondo de reserva 8,33%	Total
1	1	Gerente General/Asistente de RR.HH y Capacitaciones	\$632,58	\$7.590,93	\$632,58	\$407,39	\$922,30	\$316,29	\$632,32	\$10.501,80
2	1	Secretaria /Recepcion	\$622,08	\$7.464,99	\$622,08	\$407,39	\$907,00	\$311,04	\$621,83	\$10.334,33
3	1	Contador/a	\$525,15	\$6.301,76	\$525,15	\$407,39	\$765,66	\$262,57	\$524,94	\$8.787,47
4	1	Asistente de Marketing y Ventas	\$415,50	\$4.986,05	\$415,50	\$407,39	\$605,80	\$207,75	\$415,34	\$7.037,83
TOTAL			\$2.195,31	\$21.357,68	\$1.779,81	\$1.629,55	\$3.200,76	\$1.097,66	\$2.194,43	\$36.661,44

SUELDOS OPERATIVOS

Mano de Obra Directa

Nro.		Cargo	Sueldo mensual	Total sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15 %	Vacaciones	Fondo de reserva 8,33%	Total
5	1	Valet Hotelero	\$410,57	410,57	\$4.926,86	\$410,57	\$407,39	\$598,61	\$205,29	\$410,41	\$6.959,13
6	1	Ama de Llaves	\$414,23	414,23	\$4.970,79	\$414,23	\$407,39	\$603,95	\$207,12	\$414,07	\$7.017,54
7	2	Mucamas	\$411,38	822,76	\$9.873,08	\$411,38	\$407,39	\$1.199,58	\$411,38	\$822,43	\$13.125,23
8	3	Personal de Limpiez	\$410,57	1231,72	\$14.780,59	\$410,57	\$407,39	\$1.795,84	\$615,86	\$1.231,22	\$19.241,47
9	2	Chef Ejecutivo	\$620,84	1241,68	\$14.900,20	\$620,84	\$407,39	\$1.810,37	\$620,84	\$1.241,19	\$19.600,83
10	4	Ayudante de Cocina	\$410,57	1642,29	\$19.707,45	\$410,57	\$407,39	\$2.394,46	\$821,14	\$1.641,63	\$25.382,64
11	2	Sommelier	\$411,38	822,76	\$9.873,08	\$411,38	\$407,39	\$1.199,58	\$411,38	\$822,43	\$13.125,23
12	2	Meseros	\$411,38	822,76	\$9.873,08	\$411,38	\$407,39	\$1.199,58	\$411,38	\$822,43	\$13.125,23
13	2	Masajista	\$411,38	822,76	\$9.873,08	\$411,38	\$407,39	\$1.199,58	\$411,38	\$822,43	\$13.125,23
TOTAL			\$3.912,30	8231,52	\$98.778,21	\$3.912,30	\$3.666,49	\$12.001,55	\$4.115,76	\$8.228,22	\$130.702,53
TOTAL PERSONAL FIJO											167.363,97
PERSONAL POR CONTRATO											\$ 34.741,65
TOTAL REMUNERACIONES AÑO 4											\$ 202.105,62

Fuente: Las autoras (2020)

Sueldos Administrativos

Mano de Obra indirecta

Nro.	Nº DE PERSONAL	Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15%	Vacaciones	Fondo de reserva 8,33%	Total	Total general
							12,15%				
1	1	Gerente General/Asistente de RR.HH y Capacitaciones	\$639,66	\$7.675,95	\$645,23	\$411,95	\$932,63	\$319,83	\$639,41	\$10.624,99	\$10.624,99
2	1	Secretaria /Recepcion	\$634,52	\$7.614,29	\$634,52	\$411,95	\$925,14	\$317,26	\$634,27	\$10.537,43	\$10.537,43
3	1	Contadora	\$535,65	\$6.427,80	\$535,65	\$411,95	\$780,98	\$267,82	\$535,44	\$8.959,64	\$8.959,64
4	1	Asistente de Marketing y Ventas	\$420,16	\$5.041,89	\$423,81	\$411,95	\$612,59	\$210,08	\$419,99	\$7.120,31	\$7.120,31
		TOTAL	\$2.229,99	\$26.759,92	\$2.239,22	\$1.647,80	\$3.251,33	\$1.115,00	\$2.229,10	\$37.242,37	\$37.242,37

SUELDOS OPERATIVOS

Mano de Obra Directa

Nro.	Nº DE PERSONAL	Cargo	Sueldo mensual	Total sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Aporte patronal IESS 12,15 %	Vacaciones	Fondo de reserva 8,33%	Total
5	1	Valet Hotelero	\$418,78	418,78	\$5.025,40	\$418,78	\$411,95	\$610,59	\$209,39	\$418,62	\$7.094,73
6	1	Ama de Laves	\$422,52	422,52	\$5.070,20	\$422,52	\$411,95	\$616,03	\$211,26	\$422,35	\$7.154,30
7	2	Mucamas	\$419,61	839,21	\$10.070,54	\$419,61	\$411,95	\$1.223,57	\$419,61	\$838,88	\$13.384,15
8	3	Personal de Limpiez	\$418,78	1256,35	\$15.076,20	\$418,78	\$411,95	\$1.831,76	\$628,17	\$1.255,85	\$19.622,71
9	2	Chef Ejecutivo	\$633,26	1266,52	\$15.198,20	\$633,26	\$411,95	\$1.846,58	\$633,26	\$1.266,01	\$19.989,26
10	4	Ayudante de Cocina	\$418,78	1675,13	\$20.101,60	\$418,78	\$411,95	\$2.442,34	\$837,57	\$1.674,46	\$25.886,71
11	2	Sommelier	\$419,61	839,21	\$10.070,54	\$419,61	\$411,95	\$1.223,57	\$419,61	\$838,88	\$13.384,15
12	2	Meseros	\$419,61	839,21	\$10.070,54	\$419,61	\$411,95	\$1.223,57	\$419,61	\$838,88	\$13.384,15
13	2	Masajista	\$419,61	839,21	\$10.070,54	\$419,61	\$411,95	\$1.223,57	\$419,61	\$838,88	\$13.384,15
		TOTAL	\$3.990,55	8396,15	\$100.753,77	\$3.990,55	\$3.707,55	\$12.241,58	\$4.198,07	\$8.392,79	\$133.284,32
									TOTAL PERSONAL FIJO		170.526,69
									PERSONAL POR CONTRATO		\$ 35.130,76
									TOTAL REMUNERACIONES AÑO 5		\$ 205.657,44

Fuente: Las autoras (2020)

PERSONAL POR CONTRATO año 1

Nº	Nº DE PERSONAL	Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual (1)	año 2	año 3	año 4	año 5
1	1	Operador de servicios de mantenimiento	\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ 3.640,32	\$ 3.681,09	\$ 3.722,32	\$ 3.764,01
2	2	Guía Turístico	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.134,40	\$ 12.270,31	\$ 12.407,73	\$ 12.546,70
	1	jardinero	\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ 3.640,32	\$ 3.681,09	\$ 3.722,32	\$ 3.764,01
3	1	Chofer	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.853,76	\$ 4.908,12	\$ 4.963,09	\$ 5.018,68
4	2	Guardia de Seguridad (Adelta seguridad)	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 9.707,52	\$ 9.816,24	\$ 9.926,19	\$ 10.037,36
		total	\$2.800,00	\$33.600,00	\$ 33.976,32	\$ 34.356,85	\$ 34.741,65	\$ 35.130,76

Fuente: Las autoras (2020)

Anexo 34. Acta compromiso de Inversionistas**ACTA COMPROMISO DE INVERSIÓN**

Comparecen a la presente Acta las siguientes personas, **SRTA. CARRERA JÁTIVA CARLA VANESSA** con C.I: 1003745625, y la **SRTA. OBANDO CELÍN MERY GEOCONDA** con C.I: 1003903075, ambas de nacionalidad ecuatoriana y gozando de todos sus deberes y derechos ciudadanos por su propio efecto y en representación de la Sociedad limitada a la cual pertenecen, misma que esta denominada como **"ALLPA NATURE" RESORT & SPA** (Proyecto a ejecutarse), y quienes en lo consiguiente se denominaran INVERSIONISTAS, identificándose en este acto con su cédula de ciudadanía, mismas partes que darán fé y firmarán el presente documento.

DECLARACIONES

Declaran los comparecientes:

- a) Tener capacidad para obligarse y comprometerse en términos de la presente acta.
- b) No encontrarse coaccionados ni encontrarse viciada su voluntad para realizar las manifestaciones que se plasman en la presente acta.
- c) Las partes declaran que en este contrato no ha habido lesión, dolo, violencia, error o cualquier otro vicio que pudiera afectar su existencia o validez, estando ambas partes conformes con la totalidad de sus términos.

Declaran los Inversionistas:

- a) Que es su voluntad comprometerse a invertir capital en el desarrollo de una empresa que tenga como principal objeto **proporcionar un servicio turístico de calidad, y eficiente en materia económica**, que es su voluntad comprometerse a invertir las cantidades descritas a efecto de la correcta constitución de la empresa de conformidad con los estatutos que se detalla en el apartado de COMPROMISOS.

Declara la entidad antes mencionada, **"ALLPA NATURE" RESORT & SPA**:

- a) Que la empresa a la que representa tiene los conocimientos y capacidades intelectuales para desarrollar, administrar, manejar y hacer crecer la sociedad que se obligan a constituir.
- b) Que la empresa antes mencionada estará regulada y/o sujeta a peritos administrativos, procesos que se encargan de su ejecución el SRI, MINTUR, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, y demás entidades regulatorias, mediante visitas técnicas y a través de internet.

c) Que es su intención allegarse de medios económicos a efecto de obtener utilidades en los tiempos y formas que se detallan en la presente acta:

OBJETO. - El objeto de la presente acta es el compromiso de inversión por parte de personas naturales o jurídicas que vieron de manera satisfactoria el invertir un monto económico en dólares con el objetivo de obtener ganancias una vez el proyecto esté en ejecución. Bajo las siguientes premisas, las cuales serán cláusulas necesarias para el perfeccionamiento del Contrato de Sociedad a celebrar:

1.-La sociedad deberá de tener un mínimo de 2 socios, siendo su límite indeterminado, pero bajo decisión de los miembros principales del grupo inversor.

2.- Los socios de dicha sociedad eran necesariamente las partes signantes en la presente acta.

3.- Las partes sociales se dividirán de la siguiente manera: LOS INVERSIONISTAS que firmen la presente acta, se harán acreedores a un porcentaje desglosado de un total de 40% de las acciones, mismas que estarán gozando de sus respectivos derechos y obligaciones.

4.- La inversión total se integrará por \$50,000.00 (Cincuenta mil 00/100 dólares americanos.) siendo este valor un **8.54%** del total de 44% de acciones que están expuestas a la inversión.

- Primer pago: **El primer pago será del 50% del valor total de inversión y se la realizará en los primeros días del mes de abril del año en curso.**
- Segundo pago: **El segundo pago se lo realizará en un año calendario a partir del primer desembolso.**

5.-La sociedad operará de conformidad con los manuales de operación que para tal efecto creará "LA TEJA RESORT", la marca, el logotipo, los procedimientos, los nombres, las frases y demás elementos publicitarias pasen a ser propiedad de la **SOCIEDAD LIMITADA** creada.

6.-Todos y cada uno de los gastos fijos que se generen con motivo de la realización del objeto social se cargaran al capital social de la sociedad.

7.-Deberá designarse como **Socio Administrador** a la Srta. Carrera Játiva Carla Vanessa con C.I: 1003745625, quien será el responsable de rendir cuentas a los demás socios de su gestión.

8.-LOS INVERSIONISTAS, serán responsables del manejo de personal y adiestramientos de los mismos, será su obligación supervisar, y vigilar que el personal cumpla con las metas, tiempos y objetivos que fijen en **EL PLAN DE NEGOCIOS** que "**ALLPA NATURE**" RESORT & SPA" hará llegar a **LOS INVERSIONISTAS**.

9.-Las utilidades que genere la sociedad, se repartirán conforme al capital contable que se pueda liquidar y no conforme al capital contable que constituya una expectativa de pago.

Ambas partes se obligan en la presente acta de conformidad a los siguientes:

COMPROMISOS

PRIMERO. -

EL O LA INVERSIONISTA, se obliga a aportar en vía de pago por cuestión de acreditación de **8.54%** acciones de la empresa turística "**ALLPA NATURE" RESORT & SPA**", la cantidad de \$50,000.00 (CINCUENTA MIL DOLARES AMERICANOS 00/100) en dos pagos respectivamente, dicha cantidad comprende única y exclusivamente a la acreditación de las acciones con todos sus derechos y obligaciones antes mencionadas y en base al porcentaje total que corresponde al **44% de las acciones que están disponibles para inversión.**

Dicha cantidad deberá de ser depositada en la cuenta de ahorros numero: 2201697449, del Banco del Pichincha, a nombre de la socia Mayoritaria **OBANDO CELÍN MERY GEOCONDA** con C.I: 1003903075.

SEGUNDO. -

LOS INVERSIONISTAS se comprometen a celebrar un contrato de Sociedad y los Estatutos de dicha sociedad con "**ALLPA NATURE" RESORT & SPA**", en un término no mayor de 30 días laborables a partir de que la antes mencionada empresa haya cumplido su obligación en su totalidad, y con las condiciones que fueron detalladas en el apartado denominado como "**OBJETO**" de la presente acta.

TERCERO. -

EL INVERSIONISTA se obliga a colaborar, protocolizar y realizar todos los trámites necesarios en las entidades que así lo requieran. De igual manera a aperturar cuentas Bancarias CON PERSONERIA JURIDICA del emprendimiento en cuestión, entre otros, lo anterior a efecto de que dicho Contrato surta plenos efectos legales. Para tal efecto LOS INVERSIONISTAS se comprometen a proporcionar los elementos económicos necesarios para el cumplimiento de la obligación impuesta en el presente compromiso con "**ALLPA NATURE" RESORT & SPA**".

CUARTO. -

Ambas partes se comprometen en el término de 30 días, que empezarán a correr al día siguiente en que **"ALLPA NATURE" RESORT & SPA** y EL/LA INVERSIONISTA hayan cumplido con la obligación marcada en el **COMPROMISO PRIMERO** de la presente Acta Constitutiva de la sociedad objeto del presente. LA TEJA RESORT se compromete a protocolizarla ante notario dicha acta una vez que se encuentren todos los procesos completados de manera legal y según los parámetros establecidos en el presente documento.

QUINTO. -

EL/ LA INVERSIONISTA se compromete a realizar todos y cada uno de las operaciones para el funcionamiento e inicio de operaciones necesarias para llevar a cabo el objeto social de la nueva SOCIEDAD LIMITADA, en un término no mayor de 50 días a partir de que se realice el depósito descrito en el **COMPROMISO PRIMERO** de la presente Acta. Dicho término no comenzará a correr si las partes no han elaborado y protocolizado el Acta Constitutiva y los Estatutos de la Sociedad.

Así mismo, **"ALLPA NATURE" RESORT & SPA**, se compromete a rendir cuentas por medio de un Reporte de Avances, en el que se detallaran los gastos que se han hecho comprobando dichas erogaciones de así ser necesario.

SEXTO. -

En caso de incumplimiento por las partes en de los compromisos anteriores, quedarán obligados adicionalmente a pagar la indemnización que en derecho proceda, la reparación por los daños y perjuicios generados.

SÉPTIMO. -

Todos los avisos y notificaciones que las partes deban o deseen darse en relación con el contenido de la presente Acta, deberán hacerse por escrito mediante correo certificado con acuse de recibo o por cualquier otro medio que asegure que la parte interesada recibirá el aviso de que se trate en su domicilio respectivo.

Para los efectos anteriores y en tanto no se notifiquen cambios, las partes señalan como sus domicilios o sede administrativa la siguiente direccion:

"ALLPA NATURE" RESORT & SPA, a 2200 metros vía San Eduardo partiendo desde la Vía Ibarra- La esperanza, sector Tanques de Agua, Barrio Santa Rosa del Tejar, Ibarra-Imbabura- Ecuador.

En caso de cambios en los domicilios antes pactados, las partes acuerdan que para que estos surtan plenos efectos deberán notificarse a la parte interesada con 15 (quince) días ordinarios de anticipación a la fecha de cambio del domicilio respectivo.

OCTAVO. -

Las partes convienen en que, para efectos de la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Acta, regirán las disposiciones aplicables de Ecuador y asimismo, voluntariamente, convienen sujetarse a la jurisdicción de los tribunales competentes de la Ciudad de Ibarra, fuera que pudiera corresponderles en razón de sus domicilios presentes o futuros o por la ubicación de sus bienes o de la sociedad.

El presente Compromiso es firmado por las partes que lo celebran en la fecha 08/03/2020.

.....
"ALLPA NATURE" RESORT & SPA"

Carrera Játiva Carla Vanessa

Socio Administrador

C.I: 1003745625
.....

.....
"INVERSIONISTA"

C.I:

En caso de cambios en los domicilios antes pactados, las partes acuerdan que para que estos surtan plenos efectos deberán notificarse a la parte interesada con 15 (quince) días ordinarios de anticipación a la fecha de cambio del domicilio respectivo.

OCTAVO. -

Las partes convienen en que, para efectos de la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Acta, regirán las disposiciones aplicables de Ecuador y asimismo, voluntariamente, convienen sujetarse a la jurisdicción de los tribunales competentes de la Ciudad de Ibarra, fuera que pudiera corresponderles en razón de sus domicilios presentes o futuros o por la ubicación de sus bienes o de la sociedad.

El presente Compromiso es firmado por las partes que lo celebran en la fecha 08/03/2020.

.....
"ALLPA NATURE" RESORT & SPA"
 Carrera Játiva Carla Vanessa
 Socio Administrador
 C.I: 1003745625



 María Gabriela Naranjo Tauris

.....
"INVERSIONISTA"
 C.I: 1004694897

En caso de cambios en los domicilios antes pactados, las partes acuerdan que para que estos surtan plenos efectos deberán notificarse a la parte interesada con 15 (quince) días ordinarios de anticipación a la fecha de cambio del domicilio respectivo.

OCTAVO. -

Las partes convienen en que, para efectos de la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Acta, regirán las disposiciones aplicables de Ecuador y asimismo, voluntariamente, convienen sujetarse a la jurisdicción de los tribunales competentes de la Ciudad de Ibarra, fuera que pudiera corresponderles en razón de sus domicilios presentes o futuros o por la ubicación de sus bienes o de la sociedad.

El presente Compromiso es firmado por las partes que lo celebran en la fecha 08/03/2020.

.....
"ALLPA NATURE" RESORT & SPA"
 Carrera Játiva Carla Vanessa
 Socio Administrador
 C.I: 1003745625



 Héctor Luis Ubidia Yapa

.....
"INVERSIONISTA"
 C.I: 7000779797

En caso de cambios en los domicilios antes pactados, las partes acuerdan que para que estos surtan plenos efectos deberán notificarse a la parte interesada con 15 (quince) días ordinarios de anticipación a la fecha de cambio del domicilio respectivo.

OCTAVO. -

Las partes convienen en que, para efectos de la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Acta, regirán las disposiciones aplicables de Ecuador y asimismo, voluntariamente, convienen sujetarse a la jurisdicción de los tribunales competentes de la Ciudad de Ibarra, fuera que pudiera corresponderles en razón de sus domicilios presentes o futuros o por la ubicación de sus bienes o de la sociedad.

El presente Compromiso es firmado por las partes que lo celebran en la fecha 08/03/2020.

.....
"ALLPA NATURE" RESORT & SPA"
 Carrera Játiva Carla Vanessa
 Socio Administrador
 C.I: 1003745625



 María Gabriela Naranjo Tauris

.....
"INVERSIONISTA"
 C.I: 1004694897

En caso de cambios en los domicilios antes pactados, las partes acuerdan que para que estos surtan plenos efectos deberán notificarse a la parte interesada con 15 (quince) días ordinarios de anticipación a la fecha de cambio del domicilio respectivo.

OCTAVO. -

Las partes convienen en que, para efectos de la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Acta, regirán las disposiciones aplicables de Ecuador y asimismo, voluntariamente, convienen sujetarse a la jurisdicción de los tribunales competentes de la Ciudad de Ibarra, fuera que pudiera corresponderles en razón de sus domicilios presentes o futuros o por la ubicación de sus bienes o de la sociedad.

El presente Compromiso es firmado por las partes que lo celebran en la fecha 08/03/2020.

.....
"ALLPA NATURE" RESORT & SPA"
 Carrera Játiva Carla Vanessa
 Socio Administrador
 C.I: 1003745625



 Wilson Rodríguez Pardebe

.....
"INVERSIONISTA"
 C.I: 1715167977

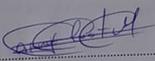
En caso de cambios en los domicilios antes pactados, las partes acuerdan que para que estos surtan plenos efectos deberán notificarse a la parte interesada con 15 (quince) días ordinarios de anticipación a la fecha de cambio del domicilio respectivo.

OCTAVO. -

Las partes convienen en que, para efectos de la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Acta, regirán las disposiciones aplicables de Ecuador y asimismo, voluntariamente, convienen sujetarse a la jurisdicción de los tribunales competentes de la Ciudad de Ibarra, fuera que pudiera corresponderles en razón de sus domicilios presentes o futuros o por la ubicación de sus bienes o de la sociedad.

El presente Compromiso es firmado por las partes que lo celebran en la fecha 08/03/2020.

.....
 "ALLPA NATURE" RESORT & SPA"
 Carrera Játiva Carla Vanessa
 Socio Administrador
 C.I: 1003745625



 Edgar Orlando Coronado Nites

"INVERSIONISTA"
 C.I: 10039102754

En caso de cambios en los domicilios antes pactados, las partes acuerdan que para que estos surtan plenos efectos deberán notificarse a la parte interesada con 15 (quince) días ordinarios de anticipación a la fecha de cambio del domicilio respectivo.

OCTAVO. -

Las partes convienen en que, para efectos de la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Acta, regirán las disposiciones aplicables de Ecuador y asimismo, voluntariamente, convienen sujetarse a la jurisdicción de los tribunales competentes de la Ciudad de Ibarra, fuera que pudiera corresponderles en razón de sus domicilios presentes o futuros o por la ubicación de sus bienes o de la sociedad.

El presente Compromiso es firmado por las partes que lo celebran en la fecha 08/03/2020.

.....
 "ALLPA NATURE" RESORT & SPA"
 Carrera Játiva Carla Vanessa
 Socio Administrador
 C.I: 1003745625



 Carmen Elizabeth Castillo Diaz

"INVERSIONISTA"
 C.I: 1734013050

Anexo 35. Requisitos para la construcción de un Resort

CONDICIONES MÍNIMAS
Contar con infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento
Contar con condiciones básicas de limpieza e higiene
REQUISITOS GENERALES
Contar con sistema de iluminación de emergencia
Contar con zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras, identificadas y señalizadas, según las disposiciones de la Autoridad competente
Contar en cada habitación y piso, con un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente
Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes
Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento
En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento
Contar con contenedores de desechos, éstos deben estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos
Contar con áreas asignadas para fumadores debidamente identificadas y señalizadas, en caso de existir
Contar con áreas con facilidades para personas con discapacidad debidamente identificadas
Contar con letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal
Contar con letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal
Contar con el número de piso debidamente identificado y señalizado
Contar con las habitaciones por piso debidamente identificadas y señalizadas
Contar con áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios debidamente identificadas y señalizadas
Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción
Contar con personal uniformado (con distintivo o atuendo)
Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped
Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo
Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU911
Contar con cámara de seguridad en al menos un área común. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo
Contar con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se proveerá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato

Contar con filtros de arena para aguas grises, en el caso de que el nuevo establecimiento esté ubicado en la franja Marino Costera
Contar con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos
Contar con instalaciones eléctricas cuyo voltaje es de 110V y 220V, debidamente señalizado
INFRAESTRUCTURA
Contar con accesos y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deben contar con personal entrenado que permita dar el servicio. Los nuevos establecimientos se sujetarán a la normativa de accesibilidad universal vigente
Contar con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento
Contar con ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas, y áreas de preparación de alimentos (siempre que el establecimiento brinde el servicio de alimentación)
Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento
Contar con materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas, áreas con uso de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuvieran estas últimas)
Contar con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuvieran estas últimas)
Contar con áreas para uso común y/o múltiple para los huéspedes
En caso de contar con áreas para fumadores, deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco
Contar con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos
Contar con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros)
Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros
Contar con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos
SERVICIOS
Contar con servicio de agua las veinticuatro horas
Contar con servicio de custodia de equipaje
Contar con servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio
Contar con botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento
Contar con servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas
Contar con servicio diario de limpieza
Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo

establecido por la Autoridad competente
CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES, QUE CUENTEN CON EXCELENTES CONDICIONES DE LIMPIEZA
Contar con cuartos de baño y aseo en áreas comunes debidamente identificados y señalizados por género.
Contar con cuartos de baño y aseo dimensionados de acuerdo a la capacidad del servicio a prestar
Contar con cuartos de baño y aseo equipados con: Inodoro con asiento y tapa; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Tomacorriente; Basurero con funda y tapa; Dispensador de jabón de pared o desechable; Jabón líquido; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables; Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo; Papel higiénico; Dispensador de desinfectante de manos dentro o fuera del servicio higiénico; Gel desinfectante de manos; Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso; Cartilla de control de limpieza.
HABITACIONES
Contar con un mínimo de 5 habitaciones
Contar con iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso
Contar con camas de acuerdo a las dimensiones determinadas en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza
Las habitaciones deben contar con el siguiente equipamiento: Colchón; Protector de colchón; Sábanas; Cobija(s); Cubrecama, edredón o plumón duvet; Almohada(s) por plaza; Protector de almohada; Al menos un velador o mesa de noche; Basurero
Contar con cobija extra a petición del huésped
Contar con al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes
Contar con teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico
Contar con informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación
Contar con agua para consumo en la habitación
CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO (PARA LOS CASOS QUE APLIQUE), QUE CUENTEN CON EXCELENTES CONDICIONES DE LIMPIEZA
Contar con cuartos de baño y aseo privados y/o compartidos equipados con: Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso; Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño; Lavamanos; Espejo sobre el lavamanos; Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso; Tomacorriente (excepción para establecimientos según sus políticas); Inodoro con asiento y tapa; Basurero con tapa; Toallero y/o gancho; Jabón en lavamanos; Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables (aplica para el caso de cuartos de baño y aseo compartidos); Porta papel dentro del área de cuarto de baño y aseo privado; Porta papel o dispensador de papel

higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo compartido; Papel higiénico. Vaso en cuarto de baño y aseo en habitación privada.
INSTALACIONES GENERALES
Contar con servicio de estacionamiento temporal para vehículo (embarque y desembarque de pasajeros), frente al establecimiento.
Contar con al menos el 50% de estacionamientos dentro de las instalaciones del establecimiento, en relación al número total de habitaciones con las que cuenta el establecimiento.
Contar con generador de emergencia para suministro general de energía eléctrica para todo el establecimiento
Contar con agua caliente centralizada, en lavabos de cuartos de baño y aseo en áreas comunes, las 24 horas.
El establecimiento debe contar con por lo menos 5 de los siguientes servicios: 1) Piscinas que atiendan a los tipos de usuarios (adultos y niños) y piscinas para actividades ofertadas (recreativas, salud, entre otras); 2) Hidromasaje; 3) Baño turco; 4) Sauna; 5) Gimnasio; 6) SPA; 7) Servicio de peluquería; 8) Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc., se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales; 9) Salones para eventos; 10) Salas lúdicas o de entretenimiento; 11) Áreas deportivas.
Contar con las siguientes actividades: Actividades lúdico - recreativas, Actividades culturales, Actividades físico -deportivas
Contar con al menos 2 espacios específicos destinados para el desarrollo de actividades lúdico - recreativas y culturales.
Contar con sistema de señalética interna relativa a los servicios y recintos de uso común de las instalaciones deportivas y recreativas
Contar con acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural.
Contar con las siguientes áreas de uso exclusivo del personal: Cuarto de baño y aseo, Duchas, Vestidores, Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros), Área de comedor, Área administrativa.
ACCESOS
Contar con una entrada principal al área de recepción para clientes y otra entrada de servicio.
ASCENSORES
En caso de que el establecimiento posea dos o más pisos, incluyendo planta baja. Contar con ascensor(es) para uso de huéspedes. No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales.
En caso de que el establecimiento posea dos o más pisos, incluyendo planta baja. Contar con ascensor de servicio. No aplica a establecimientos existentes, ni edificios patrimoniales.
Áreas de clientes - General
Contar con al menos 8 horas de servicio de asistencia al cliente para información sobre las dependencias, servicios y actividades, con atención en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés
Contar con centro de negocios con servicio de internet, al menos 8 horas

Contar con área de vestíbulo que incluye: recepción con mobiliario e Internet; conserjería y salas
Contar con las facilidades necesarias para prestar atención a personas con discapacidad, que se encuentren ubicadas en la recepción.
Contar con al menos 1 restaurante tipo buffet y 1 restaurante de especialidad. Dicho servicio debe estar ofrecido mediante carta en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.
Contar con servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimenticias bajo pedido del huésped
Contar con servicio de cafetería dentro de las instalaciones del establecimiento, con atención por 12 horas
Contar con bar en zona diferenciada del área del restaurante y con instalaciones propias, dentro del establecimiento
Contar con una superficie mínima de al menos el 20% de terrazas y áreas verdes equivalente al total del terreno.
Contar con área equipada para la práctica de juegos infantiles al aire libre (columpios u otros)
Contar con sistema de sonido ambiental en áreas interiores y exteriores
Contar con equipos para la intercomunicación con todos los recintos del establecimiento
Áreas de clientes - Habitaciones
Contar con el 2% de habitaciones para personas con discapacidad, del total de habitaciones con las que cuenta el establecimiento. Según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.
Contar con al menos 2 diferentes tipos de estándar en acomodación (suite presidencial, suite y habitación superior).
Contar con habitaciones con cuarto de baño y aseo privado
Contar con habitaciones insonorizadas, para los nuevos establecimientos
Contar con acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.
Contar con internet en todas las habitaciones
Contar con luz de velador o cabecera por plaza
Contar con caja de seguridad en habitación
Contar con cerradura para puerta de acceso a la habitación
Contar con almohada extra a petición del huésped
Contar con frigobar
Contar con portamaletas
Contar con clóset y/o armario
Contar con escritorio y/o mesa
Contar con silla, sillón o sofá
Contar con funda de lavandería
Contar con servicio telefónico de discado directo (interno, nacional e internacional) en cada habitación, con atención en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés (en caso que exista disponibilidad del servicio telefónico)
Las habitaciones del establecimiento deben contar con cortina completa y visillo o blackout y visillo. El blackout

o la cortina completa pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.
Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo en habitaciones
Contar con agua caliente centralizada, disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado, las 24 horas.
Contar con iluminación independiente sobre el lavamanos
Contar con espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos
Contar con secador de cabello
Ofrecer toalla de cuerpo y de manos por huésped
Contar con toalla de piso para salida de tina y/o ducha
Contar con los siguientes amenities de limpieza: Champú, Jabón, Acondicionador, Papel higiénico de repuesto.
Contar con los siguientes amenities de cuidado personal: Crema, Pañuelos desechables, Cotonetes.
Contar con los siguientes amenities adicionales: Gorro de baño, Peinilla, Costurero.
SERVICIOS
Contar con servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación
Contar con servicio de lavandería propio o contratado
Contar con servicio de planchado propio o contratado
Contar con servicio de alimentos y bebidas a la habitación las 16 horas. Servicio ofrecido mediante carta definida en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.
Al menos el 20% del personal del establecimiento cuenta con certificación en competencias laborales o son profesionales, y se encuentran en las áreas operativas y administrativas del establecimiento. Para el cumplimiento del 20%, el establecimiento deberá contar con personal profesional o con certificación en competencias laborales de forma progresiva, de acuerdo a lo siguiente: Primer año: 10% del personal profesional o certificado en competencias laborales, Segundo año: 10% del personal profesional o certificado en competencias laborales.
Al menos el 15% del personal del establecimiento habla al menos un idioma extranjero, y se encuentran en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped. Para el cumplimiento del 15%, el establecimiento deberá contar con personal que hable al menos un idioma extranjero de forma progresiva, de acuerdo a lo siguiente: Primer año: 5% de personal que hable al menos un idioma extranjero, Segundo año: 10% de personal que hable al menos un idioma extranjero.
Contar con personal bilingüe que brinde el servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas
En caso de que el establecimiento se encuentre ubicado en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, debe contar con sistema de tratamiento de aguas residuales (NO OBLIGATORIO)
Contar con servicio de alimentación bajo las modalidades de: buffet, servido a la mesa y snacks
Contar con servicio de guardería infantil
Contar con servicio de toallas en áreas húmedas
Contar con tienda de souvenirs, material de lectura y artículos de salud y cuidado personal
Contar con servicio médico para emergencias propio o contratado

Contar con servicio de transfer, propio o contratado, puerto o aeropuerto - establecimiento y viceversa
Contar con equipo de animadores propio o contratado
Contar con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers
Contar con circuito cerrado de cámaras de seguridad con capacidad de almacenamiento de al menos 30 días
Contar con silla de ruedas disponible para uso del huésped
Contar con los siguientes servicios adicionales a petición del huésped: Cama extra, Cuna, Silla de bebé.
Contar con servicios, facilidades, accesos y equipamientos exclusivos para personas con discapacidad, para todas las áreas del establecimiento
Contar con equipamiento de seguridad para actividades planificadas dentro del establecimiento
Contar con personal capacitado para las diferentes actividades ofrecidas en el establecimiento
Contar con personal de seguridad
Contar con personal entrenado en atención de emergencias

Fuente: MINTUR (2019)

Anexo 36. Gastos Constitución, Ingresos por ventas***Amortización de activos intangibles*****ACTIVOS INTANGIBLES****AÑOS**

DETALLE	COSTO TOTAL	1	2	3	4	5
Gastos de constitución	\$2.005,80	\$401,16	\$401,16	\$401,16	\$401,16	\$401,16
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	\$2.005,80	\$401,16	\$401,16	\$401,16	\$401,16	\$401,16

Fuente: Las autoras (2020)

Ingresos por ventas

FASE	OPERACIÓN				
AÑO	1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTAS	\$1.018.983,45	\$1.041.936,50	\$1.077.339,13	\$1.126.420,85	\$1.190.929,31

Fuente: Las autoras (2020)

Anexo 37. Depreciación de activos fijos

Depreciación de activos fijos			AÑOS						DEPRECIACIÓN ACUMULADA POR ACTIVO	VALOR EN LIBROS
DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	0	1	2	3	4	5		
Vehículo	\$15.340,00	5	20%	3.068,20	3.068,20	3.068,20	3.068,20	3.068,20	15.341,00	1,00
Equipo de Oficina	\$5.193,54	10	10%	519,35	519,35	519,35	519,35	519,35	2.596,77	2.596,77
Equipo de Computo	\$3.325,00	3	33%	1.108,33	1.108,33	1.108,33	-	-	3.325,00	-
Maquinaria y Equipo	\$18.014,44	10	10%	1.801,44	1.801,44	1.801,44	1.801,44	1.801,44	9.007,22	9.007,22
Muebles y Enseres	\$14.313,06	10	10%	1.431,31	1.431,31	1.431,31	1.431,31	1.431,31	7.156,53	7.156,53
Menaje	\$7.518,12	5	10%	1.503,62	1.503,62	1.503,62	519,35	519,35	5.549,58	-
TOTAL	\$63.704,16			9.432,26	9.432,26	9.432,26	7.339,66	7.339,66	42.976,10	18.759,52
DEPRECIACIÓN ACUMULADA ANUAL				9.432,26	18.864,52	28.296,78	35.636,44	42.976,10		

Fuente: Las autoras (2020)

Anexo 38. Prototipos de la fachada del Resort

Fuente: Arq. José Paz (2020)



Fuente: Arq. José Paz (2020)



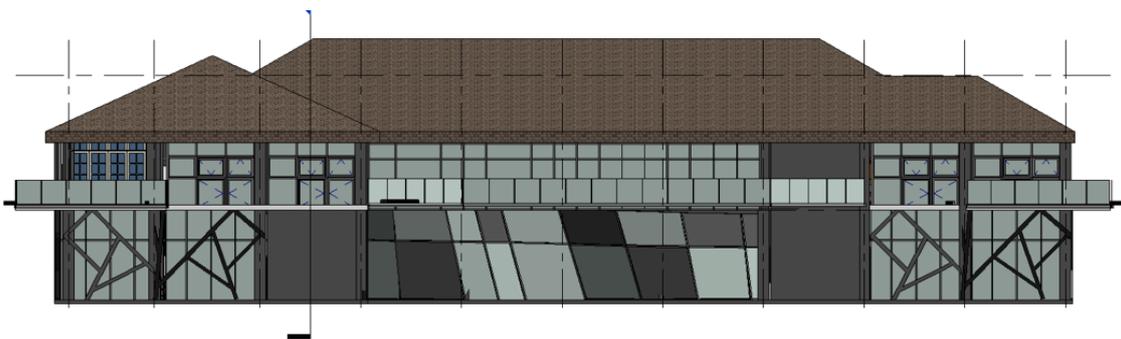
Fuente: Arq. José Paz (2020)



Fuente: Arq. José Paz (2020)



Fuente: Arq. José Paz (2020)



Fuente: Arq. José Paz (2020)