



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA RESIDENCIAL VILLALOBOS NARANJO SITUADA EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

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

**AUTOR:** ENDARA, O.JORGE, O.

**DIRECTOR:** Ec. Diego Taboada

**Ibarra, Julio del 2013**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad con el nombre "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA RESIDENCIAL VILLALOBOS NARANJO SITUADA EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA". El proyecto se lo ha planteado de acuerdo a las condiciones técnicas y necesidades del servicio a ofertar. A continuación se expone una breve síntesis de lo tratado en cada fase o capítulos del informe final del trabajo de grado. El capítulo I, parte del diagnóstico situacional, objetivos, determinación de variables diagnósticas e indicadores, metodología de la investigación utilizada, técnicas de recopilación de la información, determinación del problema y justificación. Estos sirven de base para la formulación de políticas y estrategias, que se implementaran en el presente trabajo de grado. La información obtenida para realizar el estudio proviene de fuentes primarias, a través de encuestas y entrevistas. El capítulo II contiene el marco referencial y marco teórico, el mismo que formula corrientes y conceptos teóricos que se toman en cuenta en todo el proceso de elaboración de la tesis. En el Capítulo III desarrollo del estudio de mercado se determinó que existe demanda insatisfecha con relación a la oferta existente. Además se analiza la competencia y se plantean las estrategias de comercialización que deben realizarse para la introducción del servicio y de la residencial al mercado. En el Capítulo IV un estudio técnico (ingeniería del proyecto), el tamaño, ubicación, infraestructura de acuerdo al tipo de necesidades, distribución de las áreas y espacios que se requieran para la realización de las actividades en los que emprenda el proyecto, como también procesos de generación del servicios, costos y requerimiento de personal. El Capítulo V Desarrollo de un estudio Financiero para determinar La inversión que necesita el proyecto como: Estado de Resultados, Balance General y Flujo de Efectivo, éste último sirviendo de base para la evaluación financiera correspondiente

ayudándonos a determinar la Relación costo beneficio, la rentabilidad que genera el proyecto y la viabilidad financiera desde el punto de vista del inversionista. En el Capítulo VI se presenta la estructura organizacional de la empresa, se establecen las normas legales, el manejo administrativo y todos los requerimientos administrativos que requiere el nuevo proyecto. Estos aspectos relevantes fueron considerados como elementos importantes para el diseño de la propuesta. Por último los posibles impactos que tendrá la realización de este nuevo proyecto, en el aspecto Socio-económico, socio-cultural y ambiental. Concluye la exposición del trabajo de grado con las conclusiones y recomendaciones que la investigación realizada, destacándose en lo fundamental la factibilidad y sustentabilidad a través del tiempo o vida útil establecida para el proyecto planteado.

## EXECUTIVE SUMMARY

This feasibility study with the name Feasibility study for the expansion and implementation of new tourism services in the residential Naranjo Villalobos located in the parish of Canton Lita Ibarra Imbabura Province. The project has raised, according to the technical and service needs to provide. The following is a brief summary of what was discussed at each stage of the final report or chapters of the thesis, it has six chapters, conclusions and recommendations. The first chapter of the situation analysis, objectives, determination of diagnostic variables and indicators, the research methodology used, techniques of data collection, problem determination and justification. These elements form the basis for formulating policies and strategies, as well as the conclusions and recommendations were implemented this graduate work. The information collected for the study comes from primary sources, through surveys and interviews. Chapter II contains the reference framework and theoretical framework, the same formula and theoretical currents that are taken into account throughout the process of the thesis. In the course of the study and market analysis determined that there is unmet demand in relation to the existing supply. It also analyzes the competition and raise marketing strategies to be pursued for the introduction of the product and the company to market. The technical (engineering project), the size, location, infrastructure according to the type of needs, distribution of areas and spaces that are required for the implementation of activities in which to undertake the project, as well as processes of generation product, services, costs and staffing requirements. The investment needed for the project specified in chapter detailed financial study on pro-forma financial statements projects, including: Income Statement, Balance Sheet and Cash Flow, the latter serving as the basis for financial evaluation for helping us to determine cost-benefit ratio, profitability generated by the project and financial viability from the standpoint of the investor. The potential impacts that the implementation of this new project in the economic, social, educational, business and environmental.

**AUTORÍA**

Yo, **Jorge Oswaldo Endara Ortiz**, portador de la cédula de ciudadanía N° 100353177-7, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA RESIDENCIAL VILLALOBOS NARANJO SITUADA EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA", que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Requisitos y méritos suficientes para ser presentado a presentación pública y evaluación por parte del tribunal correspondiente que se sigue.

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

Firma

Jorge Oswaldo Endara Ortiz

CI: 100353177-7

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

**CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado, Sr. Jorge Oswaldo Endara Ortiz, para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA RESIDENCIAL VILLALOBOS NARANJO SITUADA EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA".

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

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



Ec. Diego Taboada.

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

(Firma):  
Nombre: Jorge Oswaldo Endara Ortiz  
Cedula: 100553177-9  
Ibarra, a los 10 días del mes de Mayo del 2013



BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

Yo, JORGE OSWALDO ENDARA ORTIZ, con cédula de identidad Nro. 100353177-7, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6 en calidad de autor de la obra o trabajo de grado dominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA RESIDENCIAL VILLOBOS NARANJO SITUADA EN LA PARROQUIA DE LITA CANTÓN IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: **DE INGENIERO COMERCIAL**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital de la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma): .....

Nombre: Jorge Oswaldo Endara Ortiz

Cédula: 100353177-7

Ibarra, a los 10 días del mes de Mayo del 2013



**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

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

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>Cédula de Identidad</b>	1003531777
<b>Apellidos y nombres</b>	ENDARA ORTIZ JORGE OSWALDO
<b>Dirección</b>	Borrero 10_85 y Julio Zaldumbide
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:Jorge_endara@hotmail.com">Jorge_endara@hotmail.com</a>
<b>Teléfono Fijo</b>	062-956-438
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>Título</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA RESIDENCIAL VILLALOBOS NARANJO SITUADA EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA
<b>Autor</b>	ENDARA ORTIZ JORGE OSWALDO
<b>Fecha</b>	2013 / 05 / 10
<b>SOLO PARA TRABAJO DE GRADO</b>	
<b>Programa</b>	<input type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado
<b>Título por el que opta</b>	Ingeniero Comercial
<b>Asesor / Director</b>	Econ. Diego Taboada

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

Yo **JORGE OSWALDO ENDARA ORTIZ** con cédula de Identidad Nro.1003531777, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la exposición de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

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

Ibarra a los 10 días del mes de Mayo del 2013

AUTOR:

Firma: 

Jorge O. Endara O.

C.I.: 100353177-7

ACEPTACIÓN:

Firma: .....

Ing. Betty Chávez

JEFE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---

## DEDICATORIA

El presente trabajo le dedico a Dios, a mis padres quienes me apoyaron en los momentos más difíciles, con su amor, su orientación con sus sabios consejos he logrado culminara mi carrera estudiantil para convertirme muy pronto en un profesional.

Con mucho cariño le dedico a mi esposa Verenice Arturo y mi hijo Martin Josué, son mi inspiración y mi fuerza para seguir en esta ardua labor pero hermosa tarea y a mis hermanos, en especial a mi bisabuelita Enriqueta Naranjo de Villalobos, que ha estado pendiente del trabajo que lo realicé, con ese mismo amor de madre me animaba, me motivaba, me guía en el trabajo ya que ella permitió que este trabajo sea factible de aplicarlo a su Residencial y siempre espera que sea un buen profesional.

A mi familia que de una u otra manera se han convertido en el apoyo en mi vida estudiantil y en mi vida cotidiana.

***Jorge Endara.***

## **AGRADECIMIENTO**

La Gratitude es lo más noble y hermoso del ser humano, yo quiero extender mi profundo agradecimiento primero a Dios, a mis padres, hermanos y demás familiares por todo el apoyo que me brindaron durante la vida estudiantil.

A mis maestros de la Universidad Técnica del Norte quienes con sus sabias enseñanzas permitieron que me convierta en una persona responsable, honesto capaz de poderme desempeñarme en mi vida profesional con eficiencia.

No podría faltar mi agradecimiento profundo a mi esposa Verenice Arturo y a mi bisabuelita Enriqueta Naranjo de Villalobos quienes me dieron un apoyo incondicional y contante hasta la culminación de este trabajo.

***Jorge Endara.***

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo es desarrollado en base a una investigación descriptiva de campo que ha permitido justificar la viabilidad y factibilidad en el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA RESIDENCIAL VILLALOBOS NARANJO SITUADA EN LA PARROQUIA DE LITA CANTÓN IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”, el mismo que consta de siete capítulos expuestos de la siguiente manera:

**Capítulo I:** Diagnóstico Situacional, que detalla la información de la parroquia de Lita y de ciudad de Ibarra mismo que permitió conocer a profundidad las circunstancias en las que se encuentra el mercado turístico , de donde se conocieron las fortalezas ,oportunidades, debilidades y amenazas llegando a concluir con la determinación del problema diagnóstico principal.

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

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

**Capítulo IV:** Propuesta, estructurada mediante propósitos que definen: aspectos técnicos para la ampliación e implementación de servicios en la residencial, micro y macro - localización, diseño de planta así como la descripción de áreas operativas de la pequeña empresa.

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

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

**Capítulo VII:** Finalmente se presenta un profundo análisis de los impactos más relevantes que genera el proyecto con su posterior ejecución.

## ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE SUMMARY	IV
AUTORÍA	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CERTIFICACIÓN	V
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	VIII
DEDICATORIA	X
AGRADECIMIENTO	XI
PRESENTACIÓN	XII
ÍNDICE GENERAL	XIV
ÍNDICE CUADROS	XXII
ÍNDICE GRÁFICOS	XXIV
INTRODUCCIÓN	26
JUSTIFICACIÓN	27
OBJETIVOS	29
OBJETIVO GENERAL	29
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	30

## CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	32
ANTECEDENTES	32
OBJETIVOS	33
OBJETIVO GENERAL	33
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	33
VARIABLES E INDICADORES DIAGNÓSTICOS	33
ANTECEDENTES HISTÓRICOS	33
PERSONAJES	33
FECHAS	33
ASPECTOS GEOGRÁFICOS	34
UBICACIÓN	34
LÍMITES	34
CLIMA	34
SUPERFICIE	34
INFRAESTRUCTURA VIAL	34
DEFORESTACIÓN	34
SITUACIÓN SOCIO-DEMOGRÁFICA	34
POBLACIÓN	34
GRUPOS DE EDAD	34
GÉNERO	34
SALUD	34
EDUCACIÓN	34
TECNOLOGÍA	34
CULTURA	34
SEGURIDAD	34

SERVICIOS BÁSICOS	34
SITUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA	34
AGRICULTURA	34
GANADERÍA Y PESCA	34
TURISMO	34
GASTRONOMÍA	34
COMERCIO	34
DEFORESTACIÓN	34
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA	35
INFORMACIÓN SECUNDARIA	36
ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA PARROQUIA DE LITA	36
ASPECTOS GEOGRÁFICOS	37
UBICACIÓN	37
LÍMITES	37
CLIMA	38
SUPERFICIE DE LAS PARROQUIAS URBANAS	38
INFRAESTRUCTURA VIAL	39
VIAS DE ACCESO	39
LA DEFORESTACION.	40
ASPECTOS SOCIO-DEMOGRAFICOS.	41
SALUD	44
EDUCACIÓN	46
TECNOLOGÍA	47
CULTURA	48
SEGURIDAD	49
SERVICIOS BÁSICOS	50
ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS	51
AGRICULTURA	51
GANADERÍA Y PESCA	52
TURISMO	53
GASTRONOMÍA	55
COMERCIO	56
TRANSPORTE.	56
DIAGNÓSTICO EXTERNO	57
PROBLEMA DIAGNÓSTICO	58

## **CAPÍTULO II**

BASES TEÓRICAS	60
MARCO TEORICO	60
LA ADMINISTRACIÓN	60
PLANEACIÓN	61
ORGANIZACIÓN	61
DIRECCIÓN	62
CONTROL	62
EMPRESA	62
LA PEQUEÑA EMPRESA	63
CARACTERISTICAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA	63

EMPRESA COMUNITARIA	64
REGISTROS Y LICENCIAS	65
REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)	65
INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL	65
MINISTERIO DE TRABAJO	65
LICENCIAS MUNICIPALES	66
CLIENTE	66
SERVICIO	66
SERVICIO AL CLIENTE	67
EL TURISMO	68
CLASIFICACIÓN DEL TURISMO	68
TURISMO EXTERNO	68
TURISMO SELECTIVO	69
TURISMO POPULAR	69
TURISMO SOCIAL	69
TURISMO ALTERNATIVO	70
SISTEMA ESTRUCTURAL DEL TURISMO	71
TURISMO EN EL ECUADOR	71
PRODUCTOS Y SERVICIOS TURISTICOS DISPONIBLES	71
EL ECOTURISMO	72
PERFIL DEL ECOTURISTA	72
OBJETIVOS DEL ECOTURISMO	72
TURISTAS, EXCURSIONISTAS, VIAJEROS Y VISITANTES	73
EL TURISTA	73
EL EXCURSIONISTA	73
VIAJEROS	74
VISITANTES	74
RESIDENCIAL	75
DEFINICION DE RESIDENCIAL	75
ESTUDIO DE MERCADO	75
SEGMENTACIÓN DE MERCADO	75
OFERTA	77
DEMANDA	77
DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	77
COMERCIALIZACIÓN	78
PRECIO	79
FACTORES QUE INFLUYEN EN SU DETERMINACIÓN	79
PRODUCTO	80
PLAZA	80
PUBLICIDAD	80
MENSAJE	81
PROMOCIÓN	81
COMPETENCIA	81
ESTUDIO TÉCNICO	82
PROYECTO	82
CICLO DEL PROYECTO	83
FACTIBILIDAD.	83
TAMAÑO OPTIMO DEL PROYECTO	84

LOCALIZACIÓN	84
MACRO-LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	85
MICRO-LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	85
INGENIERÍA DEL PROYECTO	86
DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	86
DETERMINACIÓN DEL ESPACIOFÍSICO	87
COSTOS Y GASTOS	87
ELEMENTOS DEL COSTO	87
MATERIA PRIMA DIRECTA	88
MATERIA PRIMA INDIRECTA	88
MANO DE OBRA DIRECTA	88
MANO DE OBRA INDIRECTA	89
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	89
CONTABILIDAD FINANCIERA	89
ESTUDIO FINANCIERO	90
PRESUPUESTO	90
ESTADO DE RESULTADOS	91
INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA	91
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	91
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	92
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	93
PUNTO DE EQUILIBRIO	94
RELACIÓN BENEFICIO – COSTO	94

### **CAPÍTULO III**

ESTUDIO DE MERCADO	96
ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO	96
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	97
OBJETIVO GENERAL	97
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	97
ESTRUCTURA DEL MERCADO ACTUAL	97
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	98
SERVICIOS QUE OFRECE ACTUALMENTE LA RESIDENCIAL	99
SERVICIOS QUE SE PRETENDE IMPLEMENTAR	99
DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIO	100
HABITACIONES	100
ÁREA DE RECREACIÓN	101
SERVICIO DE INTERNET WIFI	101
PASEO A CABALLO	102
PESCA DEPORTIVA	102
PLATOS TÍPICOS BAJO PEDIDO	103
BEBIDAS	103
DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR	104
DEMANDA DE TURISMO PROVINCIA DE IMBABURA	106
COMPORTAMIENTO A LA HORA DE VIAJAR POR PARTE DE LOS TURISTAS	107
VARIABLES DE MACRO SEGMENTACIÓN	108

VARIABLE DE MICRO SEGMENTACIÓN	108
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	109
TAMAÑO DE LA MUESTRA	109
HERRAMIENTA DE RECOPIACIÓN	110
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	110
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A TURISTAS QUE VISITAN LITA Y SE HOSPEDAN EN LAS RESIDENCIALES DE LITA.	111
ANÁLISIS DE LA OFERTA	122
FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA	122
RECIO ESPERADO	122
TECNOLOGÍA	122
NÚMERO DE EMPRESAS COMPETIDORAS	122
OFERTA REAL	124
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	125
DEMANDA ACTUAL	126
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	127
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	129
ANÁLISIS DEL PRECIO	130
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	132
PRODUCTO O SERVICIO	132
PRECIO	133
PLAZA	133
MEDIOS PUBLICITARIOS	133
PRESENTACIÓN DEL MENSAJE EN RADIO ACTIVA	134
PRESENTACIÓN DEL MENSAJE EN DIARIO LA HORA	134
PRESENTACIÓN DE HOJAS VOLANTES	135
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	136

#### **CAPÍTULO IV**

ESTUDIO TÉCNICO	138
TAMAÑO DEL PROYECTO	138
FACTORES QUE AFECTAN EL TAMAÑO	139
DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DEL PROYECTO	139
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	139
FIJACIÓN DE LA CAPACIDAD DE LA RESIDENCIAL	139
OBJETIVOS DE CRECIMIENTO	141
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	141
MACRO LOCALIZACIÓN	141
MICRO LOCALIZACIÓN	144
CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS	144
TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	145
VÍAS DE ACCESO	145
LO QUE SE PRETENDE IMPLEMENTAR	146
DISEÑO DE INSTALACIONES	146
INSTALACIONES EXISTENTES	146
ÁREA ADMINISTRATIVA Y RECEPCIÓN	146

ÁREA DE COCINA DE LA RESIDENCIAL	147
ÁREA DEL PARQUEADERO DE LA RESIDENCIAL	147
ÁREA DE ALOJAMIENTO	148
INSTALACIONES A IMPLEMENTAR	148
ÁREA DE COMEDOR	148
ÁREA DE RECREACIÓN	149
ÁREA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS	150
ÁREA DE SERVICIOS DE INTERNET	150
DISTRIBUCION DE LA PLANTA	151
SERVICIOS QUE OFRECE ACTUALMENTE LA RESIDENCIAL	151
SERVICIOS QUE SE PRETENDE IMPLEMENTAR	152
REMODELACIÓN DE INSTALACIONES	153
INGENIERÍA DEL PROYECTO	154
DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO	154
ALOJAMIENTO	155
RECREACIÓN	156
PASEO A CABALLO	157
PESCA DEPORTIVA	158
GUÍA TURÍSTICOS	159
ALIMENTACIÓN	160
TALENTO HUMANO REQUERIDO	161
HORARIO DE TRABAJO / JORNADA LABORAL	162
DISEÑO DE UNIFORMES	162
TAMAÑO DEL PROYECTO	163
MERCADO	163
DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS	164

## **CAPÍTULO V**

ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO	166
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	166
COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO	167
INVERSIONES	168
ACTIVOS FIJOS	168
TERRENO Y EDIFICIO	168
INFRAESTRUCTURA	169
MOBILIARIO, ENSERES Y EQUIPOS	170
MENAJE Y UTILERÍA	171
REQUERIMIENTO DE ÚTILES DE OFICINA	171
REQUERIMIENTO DE SUMINISTROS DE OFICINA	172
REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO	172
RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA	172
CAPITAL DE TRABAJO	173
RESUMEN DE LA INVERSIÓN	173
INGRESOS	174
INGRESOS PROYECTADOS	174
EGRESOS	175

COSTOS DE PRODUCCIÓN Y GASTOS	175
MATERIA PRIMA DIRECTA	175
MANO DE OBRA DIRECTA	176
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	177
GASTOS ADMINISTRATIVOS	177
SERVICIOS BÁSICOS	178
GASTOS DE VENTAS	178
GASTOS FINANCIEROS	178
FINANCIAMIENTO	179
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	180
ESTADOS PROFORMA	181
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	181
ESTADO DE RESULTADOS	182
FLUJO DE CAJA PREYECTADO	183
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	183
VALOR PRESENTE NETO (VPN)	183
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	184
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)	185
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	187

## **CAPITULO VI**

PROPUESTA ESTRATÉGICA	190
TIPO DE EMPRESA	190
DENOMINACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA	191
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	191
LOGOTIPO	191
ETIQUETAS	193
ESLOGAN	193
TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA	193
BASE FILOSÓFICA	193
MISIÓN	194
VISIÓN	194
ELEMENTOS DE LA VISIÓN	195
VALORES CORPORATIVOS	195
HONESTIDAD	196
ÉTICA.	196
CONFIANZA	196
COOPERACIÓN	196
PUNTUALIDAD	196
CALIDAD	197
OBJETIVO GENERAL	197
OBJETIVOS MICRO-EMPRESARIALES	197
POLÍTICAS DE LA RESIDENTIAL VILLALOBOS NARANJO	197
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA RESIDENTIAL VILLALOBOS NARANJO	198
MANUAL DE FUNCIONES	199
GERENTE	199

CONTADOR	200
RECEPCIONISTA	200
GUÍAS TURÍSTICOS	201
MAYORDOMO	202
CAMARERO	202
REQUISITOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO	203
PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO	203
REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL (RUC)	204
REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL POR PRIMERA VEZ	204
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE LOS BOMBEROS	205
AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE TURISMO	206
SEGUIMIENTO Y MONITOREO	206
BENEFICIARIOS	206

## **CAPITULO VII**

IMPACTOS	208
IMPACTO SOCIO-CULTURAL	208
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	209
IMPACTO AMBIENTAL	210
IMPACTO GENERAL	211
CONCLUSIONES	212
RECOMENDACIONES	214
BIBLIOGRAFÍA	215
LINCOGRAFÍA	216
ANEXOS	217

## ÍNDICE CUADROS

1. Matriz de Relación Diagnóstica	35
2. cantón Ibarra: superficie de las parroquias rurales	38
3. Tamaño de la población	41
4. Población por edad sexo parroquia de Lita	42
5. Población por genero parroquia de Lita	43
6. Dotación de servicios básicos	50
7. Análisis FODA	57
8. Cruce estratégico	58
9. Servicios que presta la residencial	99
10. Nuevos servicios a implementar.	99
11. Demanda de turismo provincia de Imbabura	106
12. Visitantes en el cantón Ibarra	106
13. Comportamiento a la hora de viajar por parte de los turistas	107
14. Variables de Macro segmentación	108
15. Variables de Micro segmentación	108
16. Frecuencia de visitas a Lita	111
17. Tipos de turismo para practicar	112
18. Desarrollo Económico	113
19. Nuevos servicios turísticos	114
20. Tipo de gastronomía	115
21. Turismo Ecológico	116
22. Costo de Alojamiento	117
23. Medios de promoción turística	118
24. Recomendaciones para con la Residencial	119
25. Servicio Innovador	120
26. Obstáculos en servicios Turísticos	121
27. Oferta de servicios	123
28. Capacidad instalada (competencia Lita)	124
29. Capacidad Instalada Residencial Villalobos Naranjo	124
30. Ocupación Real de la oferta Día	125
31. Proyección de la oferta al 100% año 2012-2016	126
32. Turismo receptivo de la parroquia de Lita	127
33. Aplicación del método de regresión Lineal	128
34. Proyección de la demanda en números de turistas	129
35. Determinación de la demanda insatisfecha	129
36. Servicios Turísticos	131
37. Precios de paquetes turísticos	131
38. Medios publicitarios	134
39. Calculo de la capacidad de atención anual	140
40. Demanda Insatisfecha	141
41. Servicios que ofrece actualmente la residencial	151
42. Servicios que se pretenden implementar	152
43. Mano de obra Directa	161
44. Mano de obra Indirecta	161
45. Uniformes del personal	163

46. Estructura de la Inversión	167
47. Coste de Oportunidad	167
48. Requerimiento de terreno	168
49. Construcción e instalaciones	169
50. Mobiliario Enseres y Equipo	170
51. Menaje y Utilería	171
52. Requerimiento Útiles de Oficina	171
53. Suministros de Oficina	172
54. Equipo de Computación	172
55. Inversión total en Activos Fijos	172
56. Capital de Trabajo	173
57. Inversión Pre Operacional	173
58. Ingresos Proyectados	174
59. Materia Prima Directa - Proyección Costo Total	175
60. Productos Terminados – Proyección Costo Total	176
61. Proyección Mano de Obra Directa	176
62. Proyección Materia Prima Indirecta Costo Total	177
63. Proyección Gastos Administrativos	177
64. Proyección Servicios Básicos	178
65. Proyección Sueldos Ventas	178
66. Proyección Gastos Financieros	179
67. Tabla de Amortización	179
68. Tabla de Depreciación	180
69. Estado de Situación Inicial	181
70. Estado de Resultados	182
71. Flujo de Caja con protección	183
72. Cálculo del Valor Presente Neto	184
73. Tasa Interna de Retorno	184
74. Periodo de Recuperación de la Inversión	186
75. Cálculos (PRI)	186
76. Relación Costo Beneficio Ingresos y Egresos Actualizados	187
77. Organigrama estructural de la Residencial Villalobos Naranjo	198
78. Manual de funciones Gerente	199
79. Manual de funciones Contador	200
80. Manual de funciones Recepcionista	200
81. Manual de funciones guías turísticos	201
82. Manual de funciones Mayordomo	202
83. Manual de funciones camarero	202
84. Impacto Socio Económico	208
85. Impacto Socio Cultural	209
86. Impacto Ambiental	210
87. Impacto General	211

## ÍNDICE GRÁFICOS

1. Mapa político parroquia de Lita	37
2. Deforestación	40
3. Población por edad y genero parroquia de Lita	42
4. Población por Genero en la parroquia de Lita	44
5. Sub centro de Lita	45
6. Atención Hospitalaria	45
7. Info-centro Lita	48
8. Población Awa	48
9. Patrullaje Militar	50
10. Arazá	51
11. Caña de azúcar	51
12. Ganadería	52
13. Pesca artesanal	53
14. Unión Rio Lita Rio Mira	54
15. La Bocana	54
16. Frutería Lita	56
17. Habitaciones de la residencial	100
18. Baño privado	100
19. Área de recreación	101
20. Servicio de internet	101
21. Paseo a caballo	102
22. Sector de Pesca	102
23. Zabaleta	102
24. Seco de pollo	103
25. Sancocho	103
26. Bebidas	103
27. Imágenes de la residencial	104
28. Rotulo de la residencial	104
29. Foto frontal de la residencial	104
30. Frecuencia de visitantes	111
31. Tipo de turismo para practicar	112
32. Desarrollo económico	113
33. Nuevos servicios turísticos	114
34. Tipo de gastronomía	115
35. Turismo Ecológico	116
36. Costo de alojamiento	117
37. Medios de promoción turística	118
38. Recomendaciones para con la residencial	119
39. Servicio Innovador	120
40. Obstáculos en servicios turísticos	121
41. Hoja volante	135
42. Interrogantes del estudio técnico	138
43. Mapa sur América	142
44. Mapa Imbabura	142
45. Límites de la parroquia de Lita	143

46. Ubicación de la Residencial	144
47. Área de cocina de la residencial	147
48. Área de parqueadero de la Residencial	147
49. Plano habitaciones Residencial	148
50. Área de comedor residencial	149
51. Área de recreación Residencial	149
52. Letreros ecológicos	150
53. Diagrama de flujo alojamiento	155
54. Diagrama de flujo paseo a caballo	157
55. Diagrama de flujo pesca deportiva	158
56. Diagrama de flujo guías turísticos	159
57. Diagrama de flujo alimentación	160
58. Logotipo Residencial Villalobos Naranjo	192

## INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente estudio es brindar nuevos servicios turísticos siendo la base principal el alojamiento y demás servicios complementarios de atención a los turistas, y actividades recreativas.

En la actualidad no se puede concebir el cumplimiento de un objetivo sin antes planificar como lograrlo, necesariamente se debe visualizar el futuro, teniendo la flexibilidad para adecuarle al comportamiento del mercado en un determinado momento en determinadas circunstancias dadas por situaciones a factores externos que no son controlables por el proyecto. El propósito de éste trabajo es de llegar a hacer un documento que sirva de herramienta en el momento de la toma de decisiones en una empresa turística.

La primera parte del documento se centra en abordar temas como el análisis de la situación actual en donde se va ejecutar (ubicación) el proyecto, mediante un diagnóstico, así como también una descripción general del negocio, en el resto del estudio se puede analizar el comportamiento del mercado, la competencia, y servicios que se oferta, procesos operativos de cómo se generan los productos , servicios e instalaciones con los que debe contar, y monto de la inversión de la nueva firma; para concluir con la estructura organizacional, administrativa, y el impacto que se pueda dar en diversas áreas.

Todo el estudio se basó en experiencias de cómo se debe tomar decisiones en una empresa turística ya que estas determinan la dirección y el éxito de las organizaciones. Si bien muchos de los encargados de tomar decisiones son los directores, gerentes, líderes, etc. hoy en día cada vez es más frecuente ver que los mandos medios también reciban esa responsabilidad. Esto es así porque las organizaciones cada vez son más horizontales que hace un tiempo.

El cliente además de ser impulsado por las fuerzas del cambio y la complejidad que son cada vez más intensas. Para el desarrollo del estudio existieron varias dificultades que se presentan al momento, como levantamiento de la información primaria y secundaria por la falta de colaboración por parte de las personas a las cuales se acudió, sin embargo se fueron solucionando en el camino hasta alcanzar el objetivo general y de esta manera terminar con éxito el estudio de investigación.

## **JUSTIFICACIÓN**

Considero que el presente proyecto es de vital importancia, ya que servirá de mucho para el crecimiento económico de la parroquia de Lita y se convierta en un referente en la prestación de servicios turísticos en la parroquia, en donde se pretende lograr que este segmento turístico se consolide como un atractivo que llame la atención de propios y extraños. Ante esta situación es importante señalar que este tipo de servicios son novedosos.

En la actualidad el turismo gastronómico nace tras la necesidad de ver al turista involucrado más directamente con la naturaleza y se hace más notorio ver cómo crece este tipo de turismo dentro del país, es decir que la población en general está adoptando nuevas costumbres turísticas en donde existen preferencias de consumo ya sea debido a gustos y/o preferencias o a su vez debido a las limitaciones de tiempo por cuestiones laborales otorgadas para visitar este tipo de lugares atractivos, en todo caso todos estos aspectos hoy en día contribuyen al apego de la sociedad hacia nuevas costumbres y contacto con la naturaleza.

Es importante que ante esta situación la oferta de servicios turísticos necesariamente tenga que innovarse y adaptar a las nuevas necesidades que hoy el cliente requiere, es por ello que al ejecutar el proyecto de servicios como pesca deportiva paseo a caballo, servicio de guía, se está

generando nuevas alternativas de consumo, en donde el turista tendrá nuevas opciones al tomar en cuenta que es un servicio que resultara atractivo y mayoritariamente novedoso , generando así hábitos distintos a los acostumbrados actualmente y conservando el cuidado del medio ambiente.

El proyecto se justifica debido a que proporciona una alternativa de servicios turísticos originales, innovadores y con gran potencial en el mercado de turismo ecológico de la provincia , por medio de la propuesta se pretende dar solución a los problemas de servicios turísticos que está generando la actual competencia , debido a que su oferta es estática y no diferenciada tomando en cuenta que el cliente actual está acostumbrándose a consumir servicios novedosos fuera de lo común y por ende estos deben ser de calidad y con mayores beneficios para quienes los requieren.

Por medio de una investigación de campo, se recogerá toda la información necesaria que conlleve a plantear un proyecto de ejecución viable, que tendrá como soporte la teoría y la práctica, de donde se tomaran las suficientes herramientas de orden administrativo, presupuestario, económico, financiero y ambiental que sustenten el estudio y la ejecución del proyecto.

Con la ejecución del proyecto se espera que su alcance involucre al entorno social, cultural y económico, en donde se pretende surjan pequeñas fuentes de trabajo las cuales serán sostenibles y rentables para todos quienes lo conformen, en donde la retribución por producción y trabajo se vean reflejados en el éxito de la empresa como tal y en la calidad de vida de sus empleados.

A su vez también resultara de mucha utilidad para la propietaria de la residencial, puesto que al resultar una actividad rentable se podrá obtener

un financiamiento total o parcial, lo cual resulta beneficioso para el fortalecimiento total de la empresa, que a su vez garantiza el desarrollo gradual del turismo y de las posibles fuentes de trabajo que en ella surjan.

Con el desarrollo del proyecto se tendrá una visión totalmente clara de lo que implica invertir en el campo micro-empresarial, lo que servirá de mucho para reflejar la forma de inversión que existe en la provincia, en donde se decide invertir pero sin herramientas de sustento, lo cual ha provocado que muchos proyectos terminen fracasando y no logren mantenerse en auge como antes lo suficientemente productivos que mejoren la economía del país.

Con todo lo expuesto con anterioridad, puedo describir a la propuesta productiva como innovadora, original y de mucha trascendencia en el mercado turístico, comercial y micro-empresarial de la parroquia de Lita y la provincia, toda vez que no existe una propuesta de similares características dentro del segmento de turismo ecológico a nivel de toda la parroquia.

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la ampliación e implementación de nuevos servicios turísticos en la Residencial Villalobos Naranjo situada en la parroquia de Lita, con el fin de prestar un servicio nuevo, innovador y de calidad en la parroquia, que garanticen la satisfacción plena de los turistas.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- a) Efectuar un diagnóstico situacional, con el fin de caracterizar el área de influencia del Proyecto, analizando aspectos tales como: antecedentes históricos de Lita, actividades económicas, datos socio-demográficos y, condiciones productivas.
- b) Establecer el marco teórico tomando de bases conceptuales y corrientes científicas que nos ayuden a conocer científicamente los temas a investigar que sirvan para fortalecer la propuesta de determinación de nuevos servicios turísticos en Lita.
- c) Realizar un estudio de mercado para encontrar nuestros posibles clientes y demanda existente en base de la oferta de servicios que ofrece el proyecto.
- d) Estructurar el estudio técnico que permita determinar la adecuada localización y el tamaño del proyecto, en función de la capacidad económica del mercado.
- e) Realizar la evaluación económica y financiera, mediante la utilización de diferentes técnicas y herramientas contables y financieras, que permitan establecer la factibilidad del proyecto.
- f) Determinar la estructura organizacional, que nos permita saber la forma en que se dividen agrupan y coordinan las actividades de la organización.
- g) Determinar los impactos que se derivan del proyecto considerando los aspectos socio-económico, ambientales, educativos, culturales, empresarial.

### **Metodología Utilizada**

La presente investigación tiene un enfoque de factibilidad en cuanto está dirigido a solucionar un problema específico y que responde a un interés de carácter social y económico; la presente investigación pretende determinar las principales bases para implantar un proyecto turístico

destinado a brindar servicios turísticos fuera de lo tradicional o común que resulta este tipo de servicio en nuestro medio.

El presente estudio se realizó mediante los métodos científico, inductivo, deductivo, analítico, sintético y de observación directa, por medio de los cuales se determinó los procesos, estrategias y avances para aceptar o rechazar la hipótesis planteada en la investigación de la prestación de nuevos servicios turísticos en la residencial Villalobos naranjo en Lita, así como también al momento de distinguir y determinar los elementos económico/financieros acordes a la realidad del proyecto.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. ANTECEDENTES**

La residencial Villalobos Naranjo empieza sus actividades en el año de 1950 por uno de los fundadores de la parroquia de Lita, viendo la gran acogida de turistas y de obreros que trabajaban en ese entonces en la construcción del ferrocarril Ibarra - San Lorenzo en donde no existía en ese tiempo hospedaje y se crea la residencial con 6 habitaciones y capacidad para 20 personas.

Hoy en la actualidad la residencial consta con 40 habitaciones con cuartos desde una cama hasta 5 camas, cuartos con baño privado, parqueadero, servicios de luz y agua potable las 24 horas del día.

Es una residencial con gran prestigio ya que es muy reconocida por todas las personas del pueblo y de quienes visitan Lita, cuenta con una buena atención a sus clientes y disponibilidad de servicios de alojamiento, su ubicación es en pleno centro de la parroquia, cuenta con una administración adecuada y con servicios básicos las 24 horas del día, y una buena infraestructura a pesar de los 63 años de existencia.

Lamentablemente en la actualidad la actividad del turismo en Lita está disminuyendo, para la mayoría de sus participantes, los ingresos económicos de esta actividad no les permiten vivir dignamente; factores para que se de esta crisis es la baja preparación académica, inadecuados mecanismos para fijar precios, ausencia de publicidad en los medios de comunicación, inadecuados mecanismos de servicios al turista y sobre todo el mal cuidado del medio ambiente, en la deforestación de bosques en su alrededor.

Por ello se pretende solucionar este problema a través de un estudio de factibilidad para la ampliación e implementación de nuevos servicios turísticos en la residencial Villalobos Naranjo, pues es algo innovador, novedoso y en un sector muy turístico y factible de realizarlo, puesto que mejoraría la calidad de servicio para los turistas ya sean nacionales o extranjeros y la calidad de vida de sus comerciantes y habitantes.

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Realizar un diagnóstico situacional del entorno turístico de la parroquia de Lita, que permita identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas para la implementación de los nuevos servicios turísticos en la Residencial “Villalobos Naranjo”.

### **1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- 1.2.2.1.** Establecer los antecedentes históricos de la parroquia de Lita.
- 1.2.2.2.** Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- 1.2.2.3.** Analizar datos socio-demográficos del área de la parroquia de Lita.
- 1.2.2.4.** Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.

## **1.3. VARIABLES E INDICADORES DIAGNÓSTICOS**

### **1.3.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

- 1.3.1.1.** Personajes.
- 1.3.1.2.** Fechas.

### **1.3.2. ASPECTOS GEOGRÁFICOS**

- 1.3.2.1. Ubicación.
- 1.3.2.2. Límites
- 1.3.2.3. Clima
- 1.3.2.4. Superficie.
- 1.3.2.5. Infraestructura vial
- 1.3.2.6. Deforestación

### **1.3.3. SITUACIÓN SOCIO-DEMOGRÁFICA**

- 1.3.3.1. Población
- 1.3.3.2. Grupos de edad
- 1.3.3.3. Género
- 1.3.3.4. Salud
- 1.3.3.5. Educación
- 1.3.3.6. Tecnología
- 1.3.3.7. Cultura
- 1.3.3.8. Seguridad
- 1.3.3.9. Servicios Básicos

### **1.3.4. SITUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA**

- 1.3.4.1. Agricultura
- 1.3.4.2. Ganadería y Pesca
- 1.3.4.3. Turismo
- 1.3.4.4. Gastronomía
- 1.3.4.5. Comercio
- 1.3.4.6. Deforestación

## 1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA

### MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA

Cuadro Nro. 1

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
Establecer los antecedentes históricos de la parroquia de Lita	Antecedentes Históricos	Personajes Fechas	Investigación bibliográfica- Documental	Junta parroquial de Lita, municipio de Ibarra
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación	Aspectos geográficos	Ubicación Limites Clima Superficie Infraestructura vial Deforestación	Fuentes secundarias  Internet Bibliográfica	Dirección de planificación del GPI, junta parroquial de Lita
Determinar los aspectos socio-demográficos de la parroquia de Lita.	Situación socio-demográfica	Población Grupos de edad Género Salud Educación Tecnología Cultura Seguridad Servicios Básicos	Investigación Fuentes Secundarias Bibliográfica	GADP( Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales), Investigación directa
Determinar los aspectos socio-económicos del área de influencia del proyecto a implantarse	Situación socio-económica	Agricultura Ganadería y Pesca Turismo Gastronomía Comercio Transporte	Fuentes secundarias Bibliográfica	GADP, Investigación directa, Junta parroquial de Lita

**Fuente:** Formulación de objetivos, variables e indicadores.

**Elaborado por:** El autor.

## **1.5. INFORMACIÓN SECUNDARIA**

### **1.5.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA PARROQUIA DE LITA**

Lita se encuentra ubicada al occidente de la provincia de Imbabura, en el trayecto intermedio en la vía Ibarra San Lorenzo es el sitio geográfico de confluencia de tres provincias Imbabura, Carchi y Esmeraldas

Dentro de su vegetación está en la zona de amortiguamiento de la reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas por lo que es considerado zona de amortiguamiento. Es una zona de transición entra la sierra y la costa que manifiesta una gran expresión de biodiversidad representada por una amplia gama de orquídeas, árboles madereros, diversidad de aves, animales y una gran cantidad de especies de mariposas y colinda con la Reserva Étnica de los Awas.

De acuerdo con el Archivo Nacional, en el registro Oficial de la Función Legislativa de 1950 en el tomo No 567, página 4720 y 4721, se describe que el caserío de Lita es elevado a categoría de Parroquia Rural el 17 de Julio de 1950, esta ceremonia fue llevada adelante en la sala de sesiones del Ilustre Ayuntamiento de Ibarra, el 13 de Junio de 1950, liderado por el alcalde del cantón el Dr. Alfonso Almeida y a cargo de la secretaría, el señor. Alejandro Cervantes.

Las Fiestas de la Parroquia en la actualidad son efectuadas desde el mes de agosto, en las cuales se celebra la parroquialización, 15 de agosto en honor a la virgen de tránsito.

En Lita existen solamente tres empresas que se dedican a la prestación de servicios de alojamiento lo cual indica que la Residencial Villalobos Naranja no cuenta con una competencia muy fuerte y es muy baja.

Otro aspecto importante de esta parroquia , es el potencial productivo de sus habitantes quienes enfocan su desarrollo económico en actividades de comercio, agricultura, destacándose así la pesca, la naranjilla, el plátano, papayas, cabuya, yuca, también la ganadería y la elaboración de productos artesanales, todas estas actividades constituye un sustento para la economía familiar.

## 1.5.2. ASPECTOS GEOGRÁFICOS

### 1.5.2.1. UBICACIÓN

Lita se encuentra ubicada en la Cordillera Occidental a 100 Km de la ciudad de Ibarra, y 92 Km. de San Lorenzo provincia de Esmeraldas con una población de 2.707 habitantes aproximadamente. Es el sitio geográfico de confluencia de tres provincias Imbabura, Carchi y Esmeraldas.

### 1.5.2.2. LÍMITES

#### Mapa Político Parroquia de Lita

Gráfico Nro. 1



Fuente: Junta Parroquial de Lita

Los límites de la parroquia de Lita son los siguientes.

- Al Norte con la provincia del Carchi.
- Al Sur con la parroquia La Merced de Buenos Aires.
- Al Oriente con la parroquia La Carolina.
- Al Occidente con la provincia de Esmeraldas.

### 1.5.2.3. CLIMA

Esta es una zona subtropical húmeda cuya temperatura promedio es de 22,5° C y 23,5° C, su precipitación anual es de 1300 m.m. y la humedad relativa oscila entre 87% y 89%. Los principales ríos que la atraviesan son el río Lita que confluye con el río Mira en el sector denominada La Bocana, son sus afluentes los ríos Cachaco, San Francisco y Verde,

### 1.5.2.4. SUPERFICIE DE LAS PARROQUIAS URBANAS

#### CANTÓN IBARRA: SUPERFICIE DE LAS PARROQUIAS RURALES

Cuadro Nro. 2

PARROQUIA	KM2	Nº HAB.
Angochagua	123.93	3.768
La Esperanza	32.68	6.677
San Antonio	29.07	13.987
Ambuquí	139.94	5.319
Salinas	39.67	1.694
La Carolina	308.49	2.875
Lita	209.46	2.707
Periferia	237.27	7.988
<b>TOTAL</b>	<b>1120.53</b>	<b>44.721</b>

Fuente: GADP (Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales)

Elaborado Por: El Autor.

La superficie total de la parroquia de Lita es de 209,46Km<sup>2</sup>.

#### **1.5.2.5. INFRAESTRUCTURA VIAL**

Para beneficio de los habitantes y turistas al límite con Esmeraldas como Salinas, Lita y La Carolina, en el año 2012 se realizó la reconstrucción de la carretera en una longitud de 424 km que atraviesa las provincias de Imbabura, Esmeraldas y conecta a Manabí.

Actualmente esta ruta E-15, que es la vía del Pacífico, la principal para unir la Sierra Norte con la Costa se encuentra en buen estado. Con el mantenimiento periódico del tramo Salinas - Lita de 75 km se da oportunidad a los habitantes y turistas de las parroquias rurales del cantón Ibarra para que tengan acceso a los servicios básicos con un ahorro de tiempo de al menos 3 horas.

A pesar del buen estado de las carreteras, la naturaleza juega un punto muy importante ya que al llegar el invierno se producen frecuentes deslaves a lo largo de la vía Salinas-Lita, obstaculizando el acceso a la parroquia.

El mejoramiento de las calles cambia la imagen de la parroquia de Lita que cada vez es más turística, pues miles de visitantes se trasladan desde Ibarra hasta las playas. Los pobladores dispondrán de calles debidamente arregladas para movilizarse sin ninguna dificultad, y trasladar, además, los productos típicos de la zona a los mercados más cercanos.

#### **1.5.2.6. VIAS DE ACCESO**

En la actualidad a fin de mejorar las vías de acceso a la Parroquia de Lita y a sus principales comunidades, así como también al considerarse un paso de interconexión entre las provincias del norte y sur del país, se viene planificando la ampliación de la vía Ibarra San Lorenzo la cual es el

principal acceso a las playas del Ecuador, esto influye mucho para el turista ya que tendrá mayores facilidades para su movilización y acceso a las instalaciones del proyecto.

Otra vía de acceso que se viene trabajando es la recuperación del ferrocarril Ibarra San Lorenzo factor fundamental y clave para atraer mayor acogida de turistas al sector, lo cual permitirá un acceso aún más rápido a las localidades del norte del país y en especial de la parroquia.

#### **1.5.2.7. LA DEFORESTACION.**

El tema del medio ambiente y la biodiversidad ha suscitado el interés mundial, al constatar los graves efectos que está sufriendo la humanidad por el cambio climático y el recalentamiento, lo cual ha producido severas alteraciones en el clima y la intensidad de las inundaciones, de las sequías y las temperaturas extremas, todo lo cual ha convocado a las conferencias mundiales y a un llamado a la conciencia sobre todo a estas personas sin escrúpulos que se dedica a este tipo de actividad lo cual perjudica al medio ambiente y todas las personas en general ya que los arboles son los pulmones del mundo y sin ellos se nos haría casi imposible sobrevivir.

#### **Deforestación- Lita**

#### **Gráfico Nro. 2**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** El Autor.

Sin embargo, todavía el país dispone de una gran riqueza forestal en Esmeraldas y la Amazonia, donde existen alrededor de 11 millones de hectáreas de bosques, que incluyen 4 millones de hectáreas en áreas protegidas. La deforestación altera el equilibrio ambiental al modificar el clima, la temperatura, el suministro de agua, la erosión, etc., por lo cual se han incrementado los deslaves y las inundaciones.

### 1.5.3. ASPECTOS SOCIO-DEMOGRAFICOS.

#### 1.5.3.1. POBLACIÓN

Es así que se proyectó el incremento poblacional de la parroquia con una tasa de crecimiento del 1.05% anual, obteniendo que para el año 2011 la parroquia contaría con 2.707 habitantes, además se realizó la pirámide poblacional donde se observa que la población en su mayoría es joven, presentándose representatividad entre los 0 a 14 años, por otro lado existe un porcentaje más alto de hombres que de mujeres, con un 54% de hombres y 46% de mujeres.

### TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

**Cuadro Nro. 3**

<b>TASA DE CRECIMIENTO DE LA PARROQUIA DE LITA</b>		
<b>Años</b>	<b>Población</b>	<b>Población proyectada con una tasa del 1.05% anual</b>
2003	2.464	2.490
2004	2.490	2.516
2005	2.516	2.542
2006	2.542	2.569
2007	2.569	2.596
2008	2.596	2.623
2009	2.623	2.651
2010	2.651	2.679
2011	2.679	2.707

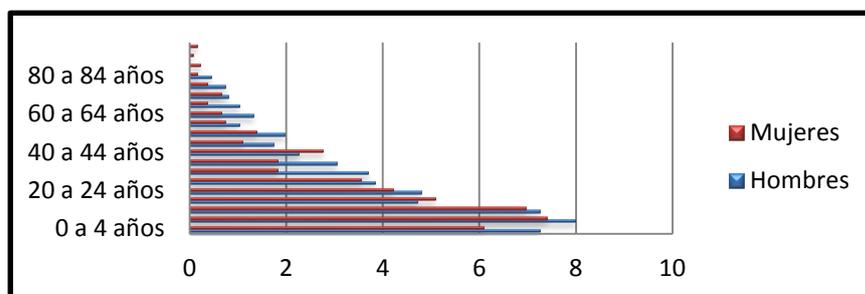
**Fuente:** GADP (Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales) <http://gadp-lita.gob.ec/index.php?option=com>  
**Elaborado por:** El Autor

### 1.5.3.2. GRUPOS DE EDAD

En la información levantada en la muestra poblacional de la parroquia de Lita, se determina que la edad de la población está distribuida por el 13,34% de menores de un año a 4 años, 15,37% de 5 a 9 años, 14,21% de 10 a 14 años.

### POBLACIÓN POR EDAD Y GÉNERO PARROQUIA LITA

**Gráfico Nro.3**



**Fuente:** <http://gadp-lita.gob.ec/index.php?option=com>  
**Elaborado por:** El Autor

### POBLACIÓN POR GRUPO DE EDAD Y SEXO, INFORMACIÓN PORCENTUAL

**Cuadro Nro. 4**

PARROQUIA DE LITA			
Rango	Hombres	Mujeres	Total %
0 a 4 años	7.25	6.09	13.34
5 a 9 años	7.98	7.40	15.37
10 a 14 años	7.25	6.96	14.21
15 a 19 años	4.71	5.08	9.79
20 a 24 años	4.79	4.21	8.99
25 a 29 años	3.84	3.55	7.40
30 a 34 años	3.70	1.81	5.51
35 a 39 años	3.05	1.81	4.86
40 a 44 años	2.25	2.76	5.00

45 a 49 años	1.74	1.09	2.83
50 a 54 años	1.96	1.38	3.34
55 a 59 años	1.02	0.73	1.74
60 a 64 años	1.31	0.65	1.45
65 a 69 años	1.02	0.36	1.09
70 a 74 años	0.80	0.65	1.45
75 a 79 años	0.73	0.36	1.09
80 a 84 años	0.44	0.15	0.58
85 a 89 años	0.00	0.22	0.22
90 a 94 años	0.00	0.07	0.07
95 años y mas	0.00	0.15	0.15
TOTAL	53.81	46.19	100

**Fuente:** <http://gadp-lita.gob.ec/index.php?option=com>

**Elaborado por:** El Autor

El gráfico poblacional de Lita muestra que la edad de la población esta con mayor representatividad en la conformada por niños de 5 a 14 años, seguida por la de los jóvenes de 15 a 19 años, denota esta tendencia a que la población infantil y juvenil a futuro son el precedente de trabajo para la parroquia.

### 1.5.3.3. GÉNERO

La información obtenida de la muestra poblacional de la parroquia de Lita determina que el 54% de la población está conformada por hombres y el 46% mujeres.

## POBLACIÓN POR GÉNERO EN LA PARROQUIA DE LITA

**Cuadro Nro. 5**

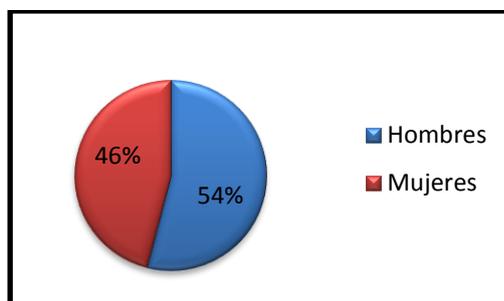
Años	Porcentaje	Población
Hombres	54%	1462
Mujeres	46%	1345
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>2707</b>

**Fuente:** <http://gadp-lita.gob.ec/index.php?option=com>

**Elaborado por:** El Autor

## POBLACIÓN POR GÉNERO EN LA PARROQUIA DE LITA

Gráfico Nro. 4



Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: El Autor

La distribución porcentual de la población por género es un factor de estabilidad y de crecimiento dentro de la parroquia. Generalmente, en el sector rural los fenómenos migratorios de la juventud de mujeres en la lucha por una situación mejor en las ciudades, hace que los valores porcentuales de la población femenina bajen, sin embargo en Lita la situación se mantiene en similitud entre hombres y mujeres.

### 1.5.3.4. SALUD

Los indicadores como tasa de mortalidad infantil que es del 15.3%, la infraestructura de salud, que consta de un sub centro de salud que pertenece al Ministerio de Salud Pública ubicado en la cabecera parroquial, gracias al aporte de organismos internacionales sobre todo de España, se inauguró la nueva sala de atención materno infantil del sub-centro de salud de la parroquia de Lita.

Dos salas de parto (una intercultural), dos consultorios, una oficina para el Inspector Sanitario, una sala de recuperación de post parto, una sala de evaluación pre parto y un espacio (ambiente) de alojamiento para los acompañantes de los pacientes son parte de la nueva estructura.

El aporte beneficia a más de 2 mil mujeres de las comunidades que forman parte de esta parroquia, dedicada en su mayoría a la agricultura. Con la infraestructura, se podrá atender de mejor manera partos así como a los recién nacidos en un espacio físico adecuado y con los implementos necesarios.

### Sub Centro de Lita

Gráfico Nro. 5



### Atención Hospitalaria

Gráfico Nro. 6



**Fuente:** Investigación directa, Sub centro de la Parroquia de Lita

**Elaborado Por:** El Autor

Con esta ampliación se sumará también al servicio, la atención del Parto Culturalmente Atendido, siendo las beneficiarias las mujeres de la población local, comunidades cercanas, comunidades Awa, incluso la parte sur de las provincias de Esmeraldas y Carchi.

El Ministerio de Salud fue la encargada de dotar de insumos así como el personal médico para el funcionamiento de la unidad médica y del nuevo servicio de atención, 4 médicos, 2 odontólogos, 4 enfermeras y 1 auxiliar de enfermería laboran en el sub-centro.

Por otro lado es evidente observar que gran parte de la población, confía mucho en la medicina tradicional, las enfermedades más comunes son la gripe y la irritación a la vista.

Es muy importante recalcar que dentro de la salud interviene la recolección de basura y desechos orgánicos, el cual es muy importante que se implemente basureros en senderos y sitios más visitados por los turistas en la parroquia.

#### **1.5.3.5. EDUCACIÓN**

La cabecera parroquial cuenta con un colegio eco turístico. El colegio Isidro Ayora, es una institución fiscal de educación secundaria que ofrece dentro de su proceso de formación la especialidad de eco-turismo, a fin de buscar nuevas alternativas para fomentar usos sustentables de los recursos naturales en la parroquia de Lita.

Se trabaja con los jóvenes desde el segundo año de bachillerato dándoles una formación especializada en el tema de guías turísticos y recursos naturales, con los jóvenes del tercer año de bachillerato se realizan actividades prácticas la oferta turística consiste en actividades recreativas en el río Lita como el uso de boyas en sus vados, caminatas por senderos ecológicos visitas a las áreas naturales y actividades de turismo de aventura.

Esta iniciativa comenzó en el año 2007 y ha recibido el apoyo del gobierno provincial de Imbabura, mediante capacitaciones específicas en turismo de aventura, aviturismo, rescate acuático y primeros auxilios se busca mejorar la oferta turística existente mediante diversificación de actividades y mejora en la calidad de los servicios.

En esta operación turística participan estudiantes propietarios de kioscos de servicios de alimentación de fincas con vocación agro turística o que tienen algún servicio turístico para ofertar.

La escuela fiscal Gonzalo Zaldumbide y el jardín de infantes de la casa de la cultura forman parte de la educación primaria de la parroquia.

#### **1.5.3.6. TECNOLOGÍA**

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información MINTEL junto al Gobierno Provincial de Imbabura inauguró, oficialmente, el Infocentro en la parroquia de Lita.

A través de la implementación del Infocentro, el MINTEL impulsa el desarrollo social e incluyente de la población, con el objeto de establecer procesos de socialización que promuevan el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Con la implementación del Infocentro, la junta parroquial de la parroquia de Lita se integra y utilizará estas herramientas como un espacio de participación social y tecnológica, que le posibilite generar apropiación de las tecnologías, interacción social y mejoras en la calidad de vida personal y comunitaria de los habitantes con miras a erradicar el analfabetismo digital.

Con la implementación del Infocentro en la parroquia se benefician 3000 personas. El Infocentro posibilitará que los ciudadanos accedan a educación on-line, interactividad, participación comunitaria con otras localidades, a través del acceso a Internet, telefonía, capacitación en el Plan Nacional de Alistamiento Digital y capacitación de programas especiales. Además, los ciudadanos podrán generar sus propios sitios Web, así como periódicos virtuales digitales comunitarios, que promocionen su región, encuentros comunitarios y eventos. Por otra parte es importante recalcar que dentro de las TIC, la parroquia cuenta con telefonía fija y celular, televisión satelital y televisión por cable.

## Info-centro Lita Gráfico Nro. 7



**Fuente:** investigación Directa  
**Elaborado por:** El Autor

### 1.5.3.7. CULTURA

Respecto a la etnia de la parroquia el 54% son mestizos, seguidos por un porcentaje representativo de indígenas con un 29%, Territorio conocido por su gente mestiza, afro ecuatoriana y donde la comunidad AWA ocupa el 30% de la población, por otro lado respecto al idioma la mayor parte de la población habla idioma español, sin embargo un 10% habla el idioma Awa.

## Población Awa Gráfico Nro. 8



**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** El Autor

La parroquia de Lita está integrada por 15 comunidades: Santa Cecilia, Parambas, Palo Amarillo, Cachaco, Santa Rosa, Santa Rita, Getsemaní, Río Verde Bajo, Río Verde Medio, Río Verde Alto, La Colonia, La Chorrera, Palmira, San Francisco, La Esperanza de Río Verde.

Forman parte de la cultura del pueblo de Lita los cursos de música, poesía, pintura, escultura, teatro, agrupaciones, conjuntos, bandas, experimentales, amateurs, danza, las cuales son dirigidas por la administración de la junta parroquial del pueblo de Lita.

#### **1.5.3.8. SEGURIDAD**

Personal policial y militar, trabajan de lunes a domingo en la parroquia de Lita, para brindar tranquilidad a los moradores del sector. Actualmente cuentan con ocho policías. El cuartel militar que está ubicado en Lita. También existe la supervisión por parte de un oficial en San Jerónimo. Todo con el fin de reforzar la seguridad en Lita, parroquia fronteriza con la provincia de Esmeraldas.

Los fines de semana hay mayor cantidad de personal, porque la gente del campo sale a la parroquia para realizar sus actividades comerciales, hacer compras, adquirir medicamentos, entre otros. Esta acción permite velar por la tranquilidad de la gente en la parroquia. Además, se está haciendo un control permanente a los extranjeros que llegan a la localidad.

**Patrullaje Militar**  
**Gráfico Nro. 9**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado Por:** El Autor

Gracias a las gestiones de la Junta Parroquial de Lita se logró incrementar policías en el sector y un patrullero nuevo. Los militares también brindan seguridad, ya que trabajan incluso los fines de semana. Existen refugiados colombianos, tienen su documentación y son controlados por el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR). Uno de los mayores inconvenientes es el alto índice de consumo de licor y hasta altas horas de la noche. Eso provoca inseguridad.

**1.5.3.9. SERVICIOS BÁSICOS**

La parroquia de Lita cuenta con los siguientes servicios que se mostrarán en el siguiente cuadro:

**Dotación de Servicios Básicos**

**Cuadro Nro. 6**

<b>AGUA POTABLE</b>	Poseen una planta de tratamiento de agua potable, que distribuye a toda la Parroquia.
<b>LUZ ELÉCTRICA</b>	Cuenta con un sistema interconectado de luz eléctrica.

<b>ALCANTARILLADO</b>	Existe un sistema de alcantarillado hacia el río Mira.
<b>RECOLECCIÓN DE BASURA</b>	La parroquia cuenta con un sistema de recolección de basura, pero el destino de la basura contamina las aguas del río Lita.

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

#### 1.5.4. ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS

##### 1.5.4.1. AGRICULTURA

Se mantienen cultivos de plátano, papaya, yuca, verde, naranjilla, chonta, guayaba, mamey, mandarina, plátano, fruta de pan, caña agria, bejuco, platanillo, papaya, guineo seda, caña dulce la cual se pretende mejorar el aprovechamiento de sus derivados sin descuidar el medio ambiente con el apoyo de los organismos correspondientes, entre otros tenemos zapote, limón, arazá, noni, borjój, caimito, chirimoya, anona, guanábana, café, maní, camote, maracuyá, naranjilla, achotillo.

Entre las metas que se han propuesto en lo que se refiere a la agricultura es lograr que los agricultores de la parroquia conozcan mejores técnicas de cultivo y promocionar la oferta de estos productos dentro y fuera de la parroquia.

**Arazá**

**Gráfico Nro. 10**



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

**Caña de Azúcar**

**Gráfico Nro. 11**



#### 1.5.4.2. GANADERÍA Y PESCA

Uno de los rubros de producción de mayor importancia económica para los productores agropecuarios de Lita, provincia de Imbabura, es la ganadería bovina de carne; cuya alimentación está basada en pastizales que tienen rendimientos muy bajos debido a que estas gramíneas adolecen de una baja capacidad de recuperación de intervalos de pastoreo muy largos, lo que reduce notablemente el rendimiento de materia verde destinada a la alimentación bovina. Esto hace que el ganado demore un largo tiempo de 2 a 3 años para salir al mercado, lo que repercute negativamente en la economía del ganadero.

#### Ganadería Gráfico Nro. 12



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

Por este motivo algunos objetivos en lo que se refiere a ganadería en la parroquia tenemos los siguientes.

- Organizar a los ganaderos de la zona para lograr el control de precios, creación de mercados comunes, y con el apoyo de los organismos competentes.
- Estimular la competitividad y el mejoramiento del ganado en la parroquia.
- Promocionar el plan de apoyo a los ganaderos de la zona.

- Mejorar los canales de negociación para obtener mejores rendimientos.

En lo que se refiere a pesca Lita cuenta con gran variedad de pescados como Liza, Zabaleta, Sábalo, Barbudo, Guaña, Picudo los mismos que sirven de alimento para los moradores de la parroquia y turistas que visitan Lita y su entretenimiento es el de la pesca.

### **Pesca Artesanal**

#### **Gráfico Nro. 13**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** El Autor.

Cuenta con otros tipos de animales como Venado, Puerco Sajino, Tatabra, Puerco espín, Guanta, Guatuso, Tigrillo, Mico, Mono machin, Murciélago, Lagartija, Serpiente Equis, Chonta, Mariposas, Ranas, Sapos.

#### **1.5.4.3. TURISMO**

##### **a. Actividades Turísticas**

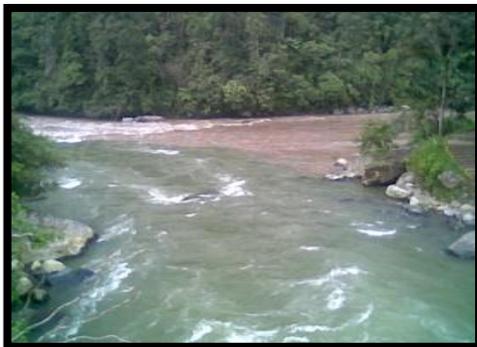
Interpretación ambiental de la zona, Observación de aves y algunos mamíferos, caminata por la orilla del río, fotografía del entorno, recreación, pesca deportiva. El río Lita es un lugar donde puedes realizar varias actividades de recreación para el turista nacional o extranjero, donde pueden refrescarse, y pasar los feriados a la orilla del río.

## **b. Atractivos**

La Bocana que es la unión de los dos ríos: El Mira y El Lita que ofrece un lindo espectáculo para una sesión fotográfica o la pesca y punto de partida para visitar el bosque húmedo de las provincias del Carchi, Esmeraldas o Imbabura, lugar con hermosos paisajes y túneles con mamíferos nocturnos (murciélagos) de variadas especies.

### **Unión Rio Lita – Rio Mira**

**Gráfico Nro. 14**



### **La Bocana**

**Gráfico Nro. 15**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** El Autor.

Gracias a todos estos atractivos naturales que ofrece la parroquia de Lita, el turista nacional y extranjero tiene una gran acogida ya que puede disfrutar de una recreación sana en medio de la naturaleza.

## **c. FERROCARRIL IBARRA - SAN LORENZO.**

La construcción del ferrocarril del Ecuador constituye un símbolo de unidad nacional que fomentó el progreso del Ecuador para inicios de los años 1900. El tren recorrió por varios años las rutas de Quito – Durán, Quito- Ibarra, Guayaquil – Salinas, Ibarra – San Lorenzo, Cuenca y otras más, formando una columna vertebral que comunicaba al norte con el sur y a la sierra con la costa. Durante 37 años el ferrocarril estuvo en manos de la compañía estadounidense “The Guayaquil and Quito Railway

Company”, hasta que en 1945, el entonces Presidente de la República, José María Velasco Ibarra nacionalizó a la compañía y paso a llamarse Empresa Nacional de Ferrocarriles del Estado (ENFE).

Después de muchos años de olvido, con pocas locomotoras funcionando en vías férreas limitadas y proyectos fallidos de algunos gobiernos de turno; en el 2007 el gobierno nacional ecuatoriano inicia un proceso de rehabilitación de las vías férreas. Actualmente el sentido del tren en el Ecuador está siendo orientado al ámbito turístico, utilizando varias rutas llamativas como lo es la ruta Ibarra – Salinas, como atractivo turístico, donde se pueda apreciar la belleza de los paisajes, la cultura local y la historia. El proyecto es habilitar toda la ruta desde Ibarra pasando por Lita y llegar a san Lorenzo, que no está muy lejano a que suceda ya que con la ayuda del gobierno este es un proyecto muy factible y muy pronto estaremos disfrutando de este servicio.

#### **1.5.4.4. GASTRONOMÍA**

La parroquia de Lita, oferta a los visitantes, deliciosos platos típicos y una variedad de frutas y productos del campo.

Tiene un variado menú que va desde el tradicional caldo de gallina criolla, el sancocho de gallina y pescado, pasando por el auténtico majado elaborado con plátano verde, queso rallado, acompañado de torta de huevo y sin olvidar una taza de café bien caliente. En cuanto a frutas, las papayas, plátanos, mandarinas, naranjas no faltan. La yuca es casi un símbolo de esta localidad. La prefieren cocinada con la sopa o junto a fritada de guanta. Para la sed los jugos naturales están a la orden.

#### 1.5.4.5. COMERCIO

La parroquia de Lita cuenta con un mercado actualmente remodelado, pequeños restaurantes, tiendas, mecánicas, gasolinera, negocios y residencias, además es importante mencionar los recursos naturales, agricultura, pesca, silvicultura, manufactura, que forman parte del comercio y del desarrollo del pueblo de Lita. El servicio de telefonía pública, tv cable, telefonía celular, internet forma parte esencial del comercio de la parroquia de Lita.

#### Frutería - Lita

#### Gráfico Nro. 16



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor.

#### 1.5.4.6. TRANSPORTE.

En el área de transporte la parroquia de Lita cuenta con una amplia red vial, lo que involucra la diversificación de cooperativas de transporte público así como privado en la prestación de servicios de movilidad ciudadana y de medios o recursos.

Es decir este factor resulta de vital importancia para establecer la ubicación óptima del proyecto ya que este genera la cadena de abastecimiento no solamente de los insumos necesarios para el

funcionamiento de la Residencial sino del factor clave para que el negocio funcione en este caso son los turistas.

## 1.6. DIAGNÓSTICO EXTERNO

**Cuadro Nro. 7  
ANALISIS FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención Personalizada.</li> <li>• Prestigio y reconocimiento</li> <li>• Disponibilidad de productos y servicios.</li> <li>• Carácter humano y valores por parte de la propietaria.</li> <li>• Acogida por parte de los turistas</li> <li>• Su Ubicación.</li> <li>• Administración adecuada.</li> <li>• Cuenta con servicios básicos las 24 horas del día.</li> <li>• Cuenta con parqueadero privado</li> <li>• Su infraestructura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descontrol en el manejo de sus ingresos.</li> <li>• Falta de promoción.</li> <li>• Carencia de adecuación en la infraestructura y mobiliario.</li> <li>• Planificación y administración Deficiente.</li> <li>• Horarios de atención al cliente.</li> <li>• Inadecuada atención al cliente por falta de personal</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La rehabilitación del ferrocarril Ibarra San Lorenzo</li> <li>• Poca competencia</li> <li>• Mercado potencial amplio</li> <li>• Existencia de servicios de transporte</li> <li>• Existencia de control militar</li> <li>• Cerca de la costa y playas del norte del Ecuador.</li> <li>• Suelos fértiles y Clima cálido</li> <li>• Colegio de ecoturismo Isidro Ayora</li> <li>• Ríos y cascadas en la comunidad, con potencialidad de realizar deportes de aventura.</li> <li>• Lita tiene una gran biodiversidad de floras y fauna.</li> <li>• Riqueza étnica con las culturas Awa. Negros y mestizos.</li> <li>• Carreteras asfaltadas en buen estado.</li> <li>• Creación del infocentro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios climáticos que afectan la producción de servicios turísticos</li> <li>• Competencia desleal.</li> <li>• Inexistencia de incentivos para impulsar el turismo</li> <li>• La delincuencia, posibles robos a turistas.</li> <li>• Deslaves frecuentes en la vía</li> <li>• La deforestación tala indiscriminada de los bosques.</li> <li>• La contaminación ambiental y el manejo de desechos.</li> <li>• La extracción de minerales por la empresa privada. Como el oro.</li> <li>• Gran población de refugiados en la parroquia.</li> <li>• La falta de gestión turística por parte de gobiernos seccionales</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado Por:** El Autor.

## CRUCE ESTRATÉGICO

Cuadro Nro. 8

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>OF</b>	<b>OD</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Con la rehabilitación del ferrocarril Ibarra San Lorenzo la Acogida y afluencia por parte de los turistas incrementaría</li><li>• Al existir un mercado potencial amplio, la disponibilidad de servicios incrementaría</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La poca competencia en Lita hace que no se incrementen las promociones por parte de la residencial</li></ul>
<b>AMENAZAS</b>	<b>AF</b>	<b>AD</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• La falta de gestión turística por parte de gobiernos seccionales genera que la disponibilidad de servicios que presta la residencial no sean explotados a su máximo nivel.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La delincuencia, posibles robos a turistas. Y el alto índice de consumo de Licor. hace que se genere un mayor índice de inseguridad, lo cual hace que los Horarios de atención al cliente sean cortos.</li></ul>

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado Por:** El Autor.

### 1.7. PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Después de haber realizado el diagnóstico situacional y el FODA, se concluye que en la parroquia de Lita existen las condiciones suficientes para la formulación de un proyecto de implementación de servicios turísticos.

En Lita son reconocidas tres residenciales, las mismas que en su totalidad únicamente ofertan el servicio de alojamiento.

Los precios de servicio de alojamiento en Lita se mantienen en un promedio que es altamente aceptado por los clientes. Las residenciales y paraderos no ofertan servicios innovadores que complementen la oferta del turista en el sector, lo que es necesario considerar que la inversión para la producción de servicios turísticos innovadores tiene un buen nivel de margen de éxito.

El comercio de la parroquia mejoraría y se formularía más plazas de negocios y de trabajo para los habitantes del sector.

Por lo tanto para dar solución a esta problemática, es necesario plantear un proyecto que permita hacer un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA RESIDENCIAL VILLALOBOS NARANJO, SITUADA EN LA PARROQUIA DE LITA CANTON IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

## CAPÍTULO II

### 2. BASES TEÓRICAS

A continuación respetando las fuentes bibliográficas se estructuran las bases teórico-científicas, con definiciones importantes relacionadas al objeto de estudio que sustenta el desarrollo temático de la investigación efectuada. Se registran también opiniones del autor del presente trabajo de grado.

#### 2.1. MARCO TEORICO

**Fidias Arias (2007), El proceso de la investigación Científica (Pág. 32-34): define el marco teórico como** “el grupo central de conceptos y teorías que se utilizan para formular y desarrollar un argumento(o tesis), Marco Teórico que no es más que una revisión exhaustiva de las teorías más recientes que describen todo lo que se sabe o se ha investigado ya sobre el fenómeno o evento que tenemos que investigar.

En este sentido el Marco Teórico es una investigación preliminar sobre documentos y libros (es decir, documental y bibliográfica) para tomar decisiones en el diseño de la investigación de campo y para orientar el análisis de los datos recogidos en terreno donde averiguamos que se ha dicho o investigado ya sobre el tema o fenómeno que tendremos que investigar.

#### 2.2. LA ADMINISTRACIÓN

**HELLRIEGEL. Jackson, S. (2009): (Pág. 8); afirma que:** “La administración significa tomar las decisiones que guiaran a la organización por las etapas de planeación, organización, dirección y control”.

Considerando la presente definición, considero que la administración se refiere a planear, organizar, dirigir y controlar la asignación del talento humano, recursos materiales, financieros y de información con el objeto de poder alcanzar las metas de la organización.

### **2.2.1. PLANEACIÓN**

**J. Friedman (2007). Planificación (Pág. 59); afirma que:** Planificación es el proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos. La planificación estratégica se aplica sobre todo en actividades de negocios. Dentro de los negocios se usa para proporcionar una dirección general a una compañía llamada Estrategia empresarial en estrategias financieras, estrategias de desarrollo de recursos humanos u organizativas, en desarrollos de tecnología de la información y crear estrategias de marketing para enumerar tan sólo algunas aplicaciones.

Planeación es un método por el cual el administrador ve hacia el futuro y descubre los alternativos cursos de acción, a partir de los cuales establece los objetivos propuestos.

### **2.2.2. ORGANIZACIÓN**

**HELLRIEGEL. Jackson, S. (2009): (Pág. 6); afirma que:** “La organización es un grupo formal y coordinado de personas, el cual opera para alcanzar metas, específicas”.

En torno a dicha apreciación, puedo definir a la organización como una unidad funcional que posee estructura y lucha por llegar alcanzar metas, considerando que si las personas actuaran solas serían inalcanzables

### **2.2.3. DIRECCIÓN**

**CHIAVENATO, Adalberto, (2007), Introducción a la teoría general de la Administración. (3ª Ed.): (Pág. 57); afirma que:** “Dirección Es conducir a la empresa teniendo en cuenta los fines y buscando obtener las mayores ventajas posibles de todos los recursos que disponga. Su objetivo es alcanzar al máximo el rendimiento de todos los empleados”

Dirección es un proceso de la administración que busca influir sobre todos los empleados de la empresa para lograr las metas a través de una buena comunicación.

### **2.2.4. CONTROL**

**Derkra College, (01-2010): Teoría de la organización(Pág. 23) afirma que:** “El control es la función administrativa por medio de la cual se evalúa el rendimiento. El control es un elemento del proceso administrativo que incluye todas las actividades que se emprenden para garantizar que las operaciones reales coincidan con las operaciones planificadas”.

Control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización.

### **2.3. EMPRESA**

**GARCÍA, Julio y CASANUEVA, Cristóbal. (2009), Prácticas de la Gestión Empresarial. Mc Graw Hill (Ed.). (Pág. 3.).Definen la empresa como:** “Entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o

servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados”.

Empresa es el instrumento empleado para producir y poner en manos del público la mayor parte de los bienes y servicios existentes en la economía, para tratar de alcanzar sus objetivos, la empresa obtiene del entorno los factores que emplea en la producción, tales como materias primas, capital, maquinaria y equipo, mano de obra.

## **2.4. LA PEQUEÑA EMPRESA**

**GARCÍA, Julio y CASANUEVA, Cristóbal. (2009), Prácticas de la Gestión Empresarial. (Pág. 8.). definen que :** La pequeña empresa está comprendida de personas de escasos ingresos. Posee de 1 a 6 integrantes involucrados, aproximadamente, Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.

Quienes componen la microempresa van desde la señora que vende empanadas en su casa, pasando por el joven, padre de familia que decide instalar un rudimentario taller en la marquesina de su casa, por otro lado, también existe el criterio de utilizar la densidad de capital para definir los diferentes tamaños de la Micro y Pequeña Empresa.

### **2.4.1. CARACTERÍSTICAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

**FLEITMAN Jack: las características principales de la pequeña empresa son las siguientes:**

- Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.

- Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan.
- Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos especialmente si son digitales, como software y libros digitales y servicios.
- Está en plena competencia con empresas similares otras pequeñas empresas que ofrecen productos o servicios similares o parecidos.
- Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.

## **2.5. EMPRESA COMUNITARIA**

**Empresas Comunitarias. (Artículo). 17 de Junio del 2010. SIERRA CORRALES, Francisco (Pág. 124.): afirma que** “La empresa comunitaria, es una forma de producir, en donde todos sus socios son propietarios, trabajadores y gerentes a la vez; pero esta empresa comunitaria, no se quedará en ella misma, cual si fuera una cooperativa, en donde la propiedad se traslada a sus socios, pero siempre bajo un reparto de ganancias o utilidades para sus socios y socias únicamente”.

La empresa comunista, es una figura organizativa, aparte de tener una dirección colectiva, en donde todos son trabajadores y jefes al mismo tiempo, está ligada con la comunidad o entorno social, en donde está, participa en la empresa como socio, es decir, que la membrecía en la empresa colectiva es abierta y no cerrada; y en donde la empresa participa en el desarrollo de esta, invirtiendo parte de sus ganancias en el

desarrollo comunitario, ya sea en inversión social o en desarrollo industrial o comercial.

## **2.6. REGISTROS Y LICENCIAS**

**KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz, (2009), (Pág. 11):** “Los registros y licencias son otorgados a través de sus Ministerios y Organismos Desconcentrados. La finalidad de éstos es cautelar y supervisar la actividad empresarial para evitar perjuicios a la colectividad, así como controlar y fiscalizar el cumplimiento de obligaciones tributarias y laborales”.

Los registros a los que debe acudir toda empresa que inicia operaciones son:

### **2.6.1. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)**

El trámite se realiza ante el Servicio de Rentas Internas.

### **2.6.2. INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL**

Obtención de la cédula patronal para realizar los pagos de los derechos laborales, seguro médico y pensión.

### **2.6.3. MINISTERIO DE TRABAJO**

Inscripción de trabajadores en la Inspectoría de Trabajo, las licencias del gobierno central más importantes son:

### **2.6.3.1. LICENCIAS MUNICIPALES**

**IMI (2009) expresa:** “Las licencias municipales Tienen por finalidad velar por el crecimiento ordenado y seguro de la actividad empresarial dentro de su competencia territorial, aunque en algunos casos se trata simplemente de un impuesto”.

### **2.7. CLIENTE**

**En el libro "Marketing de Clientes McGraw-Hill Interamericana de España, 2007, (Pág. 1). ¿Quién se ha llevado a mi cliente?" se menciona lo siguiente:** "La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer”

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

### **2.8. SERVICIO**

**El marketing de Servicios Profesionales», de Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, Editorial Paidós SAICF, 2007, (Págs. 9 y 10).Definen un servicio como:** "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico complementando ésta definición, cabe señalar que según los mencionados autores, los servicios abarcan una amplia gama, que va desde el alquiler de una habitación de hotel, el depósito de dinero en un

banco, el viaje en avión a la visita a un psiquiatra, hasta cortarse el cabello, ver una película u obtener asesoramiento de un abogado. Muchos servicios son intangibles, en el sentido de que no incluyen casi ningún elemento físico.

Entre las características propias de un servicio que permiten diferenciarlo de un producto aparecen:

- **Intangibilidad.**- un servicio no puede verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra.
- **Heterogeneidad.**- dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales.
- **Inseparabilidad.**- la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos, un servicio no se puede almacenar.
- **Propiedad.**- los compradores de un servicio adquieren el derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo.

## 2.9. SERVICIO AL CLIENTE

**El marketing de Servicios Profesionales», de Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, Editorial Paidós SAICF, 2007, (Págs. 13).Definen un servicio al cliente como:** El conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo,

El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing, ha sido una de las herramientas más usadas por las empresas para diferenciarse de su competencia y desarrollar ventaja competitiva sostenible es el servicio al cliente. Suena extraño que la estrategia de servicio al cliente esté ligada al producto pero así es, y muy directamente.

## **2.10. EL TURISMO**

**SENA “Servicio Nacional de Aprendizaje”. (2007) Pág. 19; Afirma que:** “El turismo es la suma de muchos servicios que inician cuando el turista decide realizar su viaje, desplazarse al destino elegido y regresar satisfecho a su residencia habitual, para iniciar en próximas oportunidades y de acuerdo a sus experiencias, nuevos desplazamientos turísticos.”

Se puede decir que el turismo consiste un fenómeno de carácter económico, social y cultural consistente en el desplazamiento voluntario y temporal de forma individual o grupal, del lugar de residencia habitual a otro, con motivos de recreación, descanso, cultura o salud.

### **2.10.1. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO**

**SENA “Servicio Nacional de Aprendizaje”. (2007) (Pág. 21); Afirma que:** Las clasificaciones que se han dado del turismo son varias, en concordancia con una serie de características relevantes en materia de planeación, de los cuales se cita los siguientes.

#### **2.10.1.1. TURISMO EXTERNO**

**Antología Turismo y Medio Ambiente magdalena Morales Gonzales (2011); (Pág. 59); Define al turismo externo como:** Desplazamiento de nacionales de un país determinado hacia otro país dejando o cruzando los límites geográficos de su propio territorio; esta actividad genera divisas extranjeras. El turismo externo o agresivo son aquellos residentes o nacionales que viajan a otro país.

#### **2.10.1.2. TURISMO SELECTIVO**

**Antología Turismo y Medio Ambiente magdalena Morales Gonzales (2011); (Pág. 63); Define al turismo selectivo como:** Es aquel segmento de elite, con buen poder económico que busca alternativas a su medida. Destinos poco difundidos, hoteles con características especiales, lujo. Se trata del turismo que realizan grupos reducidos de personas pertenecientes a distintos estratos sociales.

#### **2.10.1.3. TURISMO POPULAR**

**Antología Turismo y Medio Ambiente magdalena Morales Gonzales (2011); (Pág. 66); Define al turismo popular como:** Se les llama así a todos los viajeros nacionales y extranjeros que son de escasos recursos económicos por lo que siempre buscan ofertas y gangas en hoteles, restaurantes, tiendas. En muchos lugares turísticos es el más rentable por la mayor cantidad de personas.

#### **2.10.1.4. TURISMO SOCIAL**

**Antología Turismo y Medio Ambiente magdalena Morales Gonzales (2011); (Pág. 69); Define al turismo Social como:** “Afirma en su dictamen acerca del Turismo social que existe una actividad de turismo social siempre que se den tres condiciones”.

**a).** Se detecte una situación real de incapacidad total o parcial de ejercer plenamente el derecho al turismo. Ello puede provenir tanto de condiciones económicas, de discapacidades físicas o mentales, de condiciones de aislamiento personal o familiar, de movilidad reducida, de dificultades geográficas y más causas que en definitiva suponen un obstáculo real.

**b).** Alguien ya sea institución pública o privada, empresa, sindicato o simplemente un grupo organizado de personas, se proponga actuar y actúe en el sentido de vencer o reducir ese obstáculo que impide a una persona ejercer su derecho al turismo.

**c).** Esa actuación tenga efectividad real y contribuya a que un grupo de personas haga turismo en las condiciones y bajo los valores de sostenibilidad, accesibilidad y solidaridad.

#### **2.10.1.5. TURISMO ALTERNATIVO**

**Antología Turismo y Medio Ambiente magdalena Morales Gonzales (2011); (Pág. 75); Define al turismo Alternativo como:** “Turismo alternativo Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”.

El turismo alternativo tiene como finalidad poner en contacto al turista con las distintas actividades que se realizan en comunidades locales de países exóticos y de costumbres muy diferentes a las nuestras, donde se puede participar en las tareas rurales, degustación de productos de las diferentes tierras, en su religión. También es posible realizar caminatas con bajas dificultades, actividades combinadas, observación de fauna y paisajes.

## **2.10.2. SISTEMA ESTRUCTURAL DEL TURISMO**

### **2.10.2.1. TURISMO EN EL ECUADOR**

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra centro y la Amazonía, presentan una gran riqueza,

Las zonas que vas a visitar, se caracteriza por la producción petrolera, maderera, agrícola y ganadera en la región amazónica, en cuanto a la región sierra, se tiene una producción agrícola, ganadera y florícola.

Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2001 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %. La mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa en especial de Alemania y América Latina mayoritariamente colombianos.

También hay turismo interno, el cual viaja por vacaciones (24 %) o por negocio trabajo (62 %).

### **2.10.2.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS TURISTICOS DISPONIBLES**

**BARROSO GONZALES FERRER, Jorge Ramón. (2007). “Conceptualización del Producto Turístico, Económicas y Jurídicas,(Contrapunteo entre el viaje y los bienes y servicios):(Pág. 90-96);** Aquella realidad integral que percibe y capta el turista durante su viaje y estancia fuera de su residencia habitual –experiencia turística, el cual está formado por una serie de bienes y servicios, tanto públicos como privados”.

Al hablar de servicios turísticos nos referimos a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje, empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas.

### **2.10.3. EL ECOTURISMO**

**El Dr. Peter Björk, (2010); de la Escuela Sueca de Economía y Administración de Negocios Turísticos (Pág.: 124): Define al ecoturismo como:** Turismo basado principalmente en recursos naturales y arqueológicos, tales como aves, u otra fauna, áreas paisajísticas, arrecifes, cuevas, sitios con fósiles, sitios arqueológicos, humedales y áreas de especies en peligro de extinción.

#### **2.10.3.1. PERFIL DEL ECOTURISTA**

Es viajar por áreas naturales sin perturbarlas, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar tanto sus atractivos naturales paisajes, flora y fauna silvestres, como las manifestaciones culturales que allí puedan encontrarse.

#### **2.10.3.2. OBJETIVOS DEL ECOTURISMO**

**El Dr. Peter Björk, de la Escuela Sueca de Economía y Administración de Negocios Turísticos (2010); (Pág.: 126): Menciona que los objetivos del ecoturismo son:**

- Promover el ecoturismo como un instrumento eficaz para la conservación de la naturaleza y los recursos naturales Estimular el desarrollo del ecoturismo.

- Ofrecer principios y lineamiento precisos para la realización de proyectos eco turísticos.
- Elaborar modelos y patrones para el desarrollo del ecoturismo en las áreas protegidas.
- Proporcionar una orientación correcta a los planes y proyectos de infraestructura física y equipamiento eco turístico, con énfasis en la aplicación de eco técnicas al diseño arquitectónico y sistemas constructivos.
- Impulsar el desarrollo de programas modelo de interpretación ambiental

#### **2.10.4. TURISTAS, EXCURSIONISTAS, VIAJEROS Y VISITANTES**

##### **2.10.4.1. EL TURISTA**

**La Organización Mundial del Turismo (2010), Define al Turista como:**

“Aquel que se aleja de su entorno actual con fines de ocio u otros por más de 24 horas y realiza el pernocte en un ámbito distinto al de su hogar, consume servicios derivados del lugar de destino y paga un valor por estos beneficios consumidos”.

Se conoce popularmente con el término de turista a aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo.

##### **2.10.4.2. EL EXCURSIONISTA**

**La Organización Mundial del Turismo (2010), Define al Excursionista como:** El visitante que permanece en un destino menos de 24 horas. Este escapa habitualmente a las estadísticas turísticas ya que su paso no queda registrado en los hoteles y otras vías informativas, su presencia se

estima a partir de datos indirectos cajeros de autopistas, parkings, entradas a museos pero desde sus comienzos quienes lo practican lo orientan más hacia la recreación que a los deportes extremos. Se puede practicar a pie, caballo, bicicleta. Si bien la actividad de recorrer el medio natural es practicada desde tiempos remotos por el hombre, desde el siglo XVIII se dan las condiciones para que podamos considerar al excursionismo como una actividad física recreativa o un deporte.

#### **2.10.4.3. VIAJEROS**

**La Organización Mundial del Turismo (2010). Define al viajero como:** Toda persona que se desplaza entre dos o más países distintos o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual”.

Se puede decir que viajero es aquella persona que deja su lugar de origen, y se traslada a otro lugar diferente cualquiera sea este.

#### **2.10.4.4. VISITANTES**

**La Organización Mundial del Turismo (2010). Define al visitante como:** “Una persona que visita por no más de un año un país diferente de aquél en el cual tiene de ordinario su residencia y cuyo motivo principal para la visita es distinto del de ejercer una ocupación remunerada en el mismo país que visita”.

Se puede decir que un visitante es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

## **2.11. RESIDENCIAL**

### **2.11.1. DEFINICION DE RESIDENCIAL**

**Larousse Editorial, S.L. (2009): (Pág. 23).- Define a una residencial como** “Un establecimiento público para huéspedes, un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos”.

Las residenciales proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos tienen servicios de conferencias y animan a grupos.”

## **2.12. ESTUDIO DE MERCADO**

**Para Kotler, Bloom y Hayes (2008), (Pág.4): Nos dice que el estudio de mercado consiste** "En reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"

He considerado el criterio de este autor ya que nos indica claramente que para la puesta en marcha de un proyecto es indispensable realizar un estudio tanto de la oferta como demanda, con el propósito de determinar la cantidad del bien que se va a producir o elaborar, así como la aceptación del mismo en el mercado. Las principales áreas de investigación son: consumidores, productores, mercados y comunicación.

### **2.12.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

**Según Patricio Bonta y Mario Farber, Del Curso Práctico de Técnicas Comerciales (2009), de Ediciones Nueva Lente, Fascículo Nro. 27,**

**(Pág. 525) .La segmentación del mercado se define como:** "el proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada características, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento".

En el mercado turístico al igual que en todo mercado interviene la Oferta y la Demanda; y en nuestro caso del Mercado Total o Potencial. Que es un mercado imperfecto: ni la libre competencia ni los organismos gubernamentales emanan normas o disposiciones legales claras que regulen precios, calidades y controles de mercado, se cree que el segmento de Mercado al cuál va dirigido nuestro servicio corresponde al sector de la economía catalogado como medio alto, que dispone de ingresos económicos suficientes para invertir parte de sus ingresos en una sana distracción y fundamentalmente en salud mental, física y espiritual.

El segmento de mercado debe disponer de medios económicos suficientes para costearse no solo un ingreso a una Área recreacional, de alojamiento, pesca deportiva, juegos infantiles, etc.

Sino debe disponer de fondos para disfrutar del resto de servicios de la residencial como son Hospedaje, paseo a caballo y los demás servicios ofertados: esto es básico dentro del proyecto; no se quiere estar dentro del 70% de los negocios de la competencia que solo ofrecen servicio de alojamiento, sino captar el segmento de turistas que ocupan los demás servicios y no constituir a la residencial.

### **2.12.2. OFERTA**

**BACA, Gabriel. (2010): (Pág. 41); menciona que:** “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

En base a lo antes mencionado es importante señalar, que el estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer los bienes o servicios similares a la del proyecto que se desea implementar. La oferta puede ser analizada desde el punto de vista histórico, actual, futuro; al igual que la demanda se puede utilizar los mismos métodos de proyección.

### **2.12.3. DEMANDA**

**PARKIN, Michael. (2009): (Pág. 61); afirma que:** “La demanda es la cantidad demandada de un bien o servicio que los consumidores planean comprar durante un periodo de tiempo dado a un precio específico”.

Es necesario decir que la demanda es vista como la cantidad de productos y/o servicios que un mercado está dispuesto a consumir y a pagar por ello a fin de cubrir sus principales necesidades.

### **2.12.4. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA**

**BACA, Gabriel. (2010): (Pág.: 43); menciona que:** “La demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.

Puedo afirmar que la demanda potencial insatisfecha constituye aquella cantidad de bienes o servicios que la demanda no alcanza a consumir, por tanto ningún producto actual puede satisfacer si las condiciones de mercado son las mismas, es decir que al existir demandantes insatisfechos en cualquier producto o servicio esto es concebido como una oportunidad para emprender un negocio destinado a cubrir parte de estas necesidades.

#### **2.12.5. COMERCIALIZACIÓN**

**URBINA, Baca; 2007;(Pág.: 78), afirma que la comercialización:** “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

El análisis de la comercialización es un factor esencial en la marcha de una empresa, ya que permite establecer la forma de cómo llegar con el producto o servicio en un tiempo y lugar oportuno, teniendo en cuenta la necesidad, el alcance y la satisfacción del consumidor.

Entre los principales puntos a considerarse en el proceso de comercialización son: la necesidad que presenta el consumidor, instalaciones adecuadas para el manejo del producto o servicio, canal de distribución (desde el sitio de producción hasta el lugar de consumo), cantidad y tipo de artículo o servicio, publicidad, promoción, entre otras, las cuales lleven a un contacto entre productores y consumidores.

## **2.12.6. PRECIO**

**KOTLER P. AMSTRONG G. (2008) (Pág. 355); expresa que:** “El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de poseer o utilizar el producto o servicio”.

Cabe señalar, que el precio es el valor expresado en dinero, ya sea de un bien y/o servicio ofertado en un mercado de consumo. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos proyectados y reales.

### **2.12.6.1. FACTORES QUE INFLUYEN EN SU DETERMINACIÓN**

**URBINA, Baca; 2007, afirma que: El precio se determina tomando en cuenta lo siguiente:**

- Costo de producción, administración y ventas.
- Demanda potencial del producto y condiciones económicas del país.
- Reacción de la competencia frente a un nuevo competidor.
- Comportamiento del revendedor.
- Estrategia de mercadeo.
- Control de precios por parte del Gobierno

Luego de un minucioso análisis de todos los factores que forman parte del costo de un producto, y sumado el margen de utilidad se fija el precio de venta al público. Todo esto es un proceso delicado y trascendental para toda empresa ya que de ello depende el futuro y posicionamiento en el mercado.

### **2.12.7. PRODUCTO**

**KOTLER P., ARMSTRONG G., (2008) (Pág. 199); expresa que:** “El producto es cualquier cosa que pueda ofrecer un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o necesidad”.

Al tomar en cuenta dicha apreciación cabe señalar, que el producto es cualquier bien y/o servicio que puede ofrecerse en atención al mercado para su posterior adquisición, uso y/o consumo, que pueda satisfacer un deseo o una necesidad; incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, e ideas que de por sí tendrán cierto valor monetario

### **2.12.8. PLAZA**

**KOTLER P., ARMSTRONG G., (2008) (Pág. 203); expresa que:** Incluye las actividades que hace la empresa para que el producto esté disponible para sus clientes objetivos. Es importante contestarse preguntas, cómo y dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. La distribución permite que el producto llegue al lugar, momento y condiciones adecuadas.

Luego de analizar las condiciones favorables que reúnan cada una de las alternativas para la residencial se escogerá la que mejor oportunidad le brinde, para que éste proyecto cumpla con los objetivos planteados.

### **2.12.9. PUBLICIDAD**

**Stanton, Walker y Etzel, autores del libro "Fundamentos de Marketing"(2008), la publicidad es (pág.125)** "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más

habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos diarios y revistas. Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet"

#### **2.12.9.1. MENSAJE**

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

#### **2.12.10. PROMOCIÓN**

**Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad"(2011), (pág. 25): Expresan que la promoción es:** "El conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados"

#### **2.12.11. COMPETENCIA**

**BENJAMIN, Enrique. FINCOWSKY, Franklin. (2009):(Pág. 37); menciona:** "La competencia constituye un grupo de organizaciones que interactúan en el medio con la organización materia de estudio; por su estructura u objeto tienen funciones y propósitos similares, por lo que sus experiencias constituyen un factor decisivo para lograr resultados".

Con base en mencionada afirmación convengo en señalar, que la competencia viene a ser la razón de la formación de una empresa, debido a que sin la formación de ellas dicho término no posee validez alguna, y

que da la pauta para innovarse y buscar calidad en un producto y/o servicio.

### **2.13. ESTUDIO TÉCNICO.**

**URBINA, Baca; 2007; (Pág. 92 ) señala:** “El Estudio Técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo cómo y con qué producir lo que se desea”.

Para el autor esta etapa permite determinar aspectos relacionados con el funcionamiento y operatividad del proyecto, para lo cual se debe considerar los siguientes puntos:

Como la residencial ya existe para los servicios que se pretende implementar, ya se analizó y se tomó en cuenta factores como: disponibilidad y costo de terreno e infraestructura, acceso a servicios básicos, vías y medios de transporte, cercanía a fuentes de abastecimiento y mercado, entre otras.

El tamaño en cambio está relacionado con la capacidad de producción de un bien o servicio, lo cual dependerá de la localización, disponibilidad del recurso material, humano, tecnológico y financiero. Posteriormente definiremos aspectos básicos referentes a la instalación y funcionamiento de la planta, siendo estos: determinación de la inversión para la adquisición de los recursos necesarios para un normal funcionamiento, diseño y distribución de la planta, proceso productivo, organización general de la empresa y recurso humano.

#### **2.13.1. PROYECTO.**

**Daniel Mateo Campoy (2010), como gestionar y planificar un proyecto en la empresa( Paj.126) afirma que :** Un proyecto dentro de

una empresa es una tarea compleja, precisamente por que nos enfrentamos a algo inexistente algo a lo que daremos forma o medida que avancemos en la manera de ir edificando el proyecto que en este momento tengamos en mente, definir un problema es emperezar a solucionarlo sobre todo en el ámbito empresarial un entorno en el que la incertidumbre y el riesgo van a estar siempre presentes.

### **2.13.2. CICLO DEL PROYECTO.**

**Jack Gido, James P. Clements (2007), Administración exitosa de proyectos (Paj.24): afirma que:** El ciclo de vida de un proyecto y la cantidad relativa de esfuerzo y tiempo dedicado a cada fase , a medida que el proyecto avanza por todo su ciclo de vida las distintas organizaciones personas y recursos, juegan papeles preponderantes . Los proyectos nacen cuando el cliente identifica una necesidad el cliente es la persona u organización dispuesta a proporcionar los fondos para lograr satisfacerla, la segunda etapa es el desarrollo de una propuesta de solución a la necesidad o problema mientras que la tercera fase del ciclo será la implementación de la solución propuesta y como última fase del proyecto tenemos es concluirlo esta fase es ya cuando se a completado la propuesta del proyecto.

#### **2.13.2.1. FACTIBILIDAD.**

**Deisy Rosset (Enero 2012), Marín Monteagudo (Paj.96) Afirma que:** LaFactibilidad: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos: básicos:

- Operativo.
- Técnico.
- Económico.

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores.

Estudio de Factibilidad: Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

Objetivos de un Estudio de Factibilidad.

- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- Cubrir las metas con los recursos actuales en las áreas técnicas, económicas y operativas.

### **2.13.3. TAMAÑO OPTIMO DEL PROYECTO**

**BACA, Gabriel. (2010) Pág. 75; menciona:** “El tamaño óptimo del proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año, se considera optimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”.

Convento en señalar, que el tamaño óptimo del proyecto es básicamente la definición de la capacidad instalada que posee un proyecto para producir cierta cantidad de unidades terminadas en un periodo determinado, siempre y cuando estos procesos impliquen la minimización de costes y la maximización de la rentabilidad.

### **2.13.4. LOCALIZACIÓN**

**BACA, Gabriel. (2010): (Pág. 86); menciona que :** “La localización optima del proyecto es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”.

La localización óptima del proyecto consiste básicamente en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo

#### **2.13.4.1. MACRO-LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

**Deisy Rosset (Enero 2012), Marín Monteagudo (Paj.73) Afirma que:**

La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social. Así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región.

En general la macro-localización del proyecto es la definición en general de la zona en donde se instalará la empresa o negocio, tomando en cuenta principalmente el aspecto geográfico, topográfico y climático de la región en donde se pretende ejecutar el proyecto.

#### **2.13.4.2. MICRO-LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

**BACA, Gabriel. (2007) Pág. 108; menciona:** “La micro-localización del proyecto es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta de producción, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario”.

La micro –localización del proyecto es términos generales consiste en la definición del punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará de forma definitiva la empresa o negocio.

#### **2.13.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

**BACA, Gabriel. (2007) Pág. 10; menciona:** “La Ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”.

La ingeniería del proyecto es básicamente el estudio que identifica, los procesos que se deben seguir para transformar la materia prima en artículos mediante una determinada función de manufactura, así como también se define la tecnología que se empleará, es decir, se entenderá a éste como un conjunto de conocimientos técnicos que se emplearán para desarrollar una determinada función.

#### **2.13.6. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA**

**BACA, Gabriel. (2010):(Pág. 94); menciona que :** “La distribución de planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores”.

La distribución de planta es básicamente la determinación del espacio de trabajo de las diferentes unidades operativas del proyecto, definiendo principalmente el espacio físico y las condiciones de seguridad de cada área.

### **2.13.7. DETERMINACIÓN DEL ESPACIO FÍSICO**

**BENJAMIN, Enrique. FINCOWSKY, Franklin. (2009): ( Pág. 196);** menciona que: “El espacio físico es la disposición física de los puestos de trabajo, de sus componentes materiales y a la ubicación de las instalaciones para la atención y servicios al personal y a los clientes”.

La determinación del espacio físico comprende la definición gradual y técnica de áreas y puestos de trabajo en la planta, las cuales deben ser ajustadas al individuo y a la actividad a realizar por este.

### **2.13.8. COSTOS Y GASTOS**

**CHILQUINGA, Manuel (2008): (Pág. 9). manifiesta que:** La Contabilidad de Costos es una fase amplificada de la contabilidad general o financiera de una entidad industrial o mercantil, que proporciona rápidamente a la gerencia los datos relativos a los costos de producir o vender cada artículo o de suministrar un servicio particular”.

La contabilidad de costos tiene como objetivos facilitar un oportuno y eficaz servicio de información y el control de todo lo que se relaciona con la producción.

### **2.13.9. ELEMENTOS DEL COSTO**

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

### **2.13.9.1. MATERIA PRIMA DIRECTA**

**CHILQUINGA, Manuel (2008): (Pág. 10).manifiesta que:** “Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semi-elaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado”.

Al ser la Materia Prima un rubro de fácil identificación dentro del producto se convierte en el más representativo dentro del costo, como ejemplo tenemos: tela, hierro, madera, entre otras.

### **2.13.9.2. MATERIA PRIMA INDIRECTA**

**CHILQUINGA, Manuel (2008): (Pág. 10), afirma que:** Estos pueden o no formar parte del producto terminado. Estos son los costos que le dan imagen al producto luego de su proceso de transformación, entre los cuales podemos citar: hilos, suelda, envases, embalajes, etiquetas, y más.

### **2.13.9.3. MANO DE OBRA DIRECTA**

**CHILQUINGA, Manuel (2008): (Pág. 11) dice que:** “Fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervienen manualmente o accionando una máquina”.

Es el talento humano con el que cuenta la empresa para transformar la materia prima en un producto semi-terminado o terminado, y pueda continuar con el proceso de acabados.

#### **2.13.9.4. MANO DE OBRA INDIRECTA**

**CHILQUINGA, Manuel (2008): (Pág. 11) afirma que:** “Fuerza de trabajo que participa indirecta en la transformación de un producto.” Viene a ser el personal de apoyo que tienen las fábricas para dar los acabados finales al producto.

Es el talento humano con el que cuenta la empresa para brindar un servicio de calidad, al momento dar a conocer el mismo.

#### **2.13.9.5. GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN**

**CHILQUINGA, Manuel (2008): (Pág. 11), afirma que:** “Llamados También carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifican con un solo producto o proceso productivo”.

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

#### **2.13.10. CONTABILIDAD FINANCIERA**

**CHILQUINGA, Manuel (2008): (Pág. 12), manifiesta que:** “Constituye un instrumento de la actividad empresarial, que se ocupa principalmente de los estados financieros para uso externo de quienes proveen recursos de la entidad y de personas que puedan tener intereses en las operaciones financieras de la empresa. Entre los proveedores de fondos se encuentran los accionistas (propietarios) y los acreedores (quienes proporcionarán préstamos). Los inversionistas y los analistas financieros, también se interesan en los informes financieros”.

Es la forma más idónea de interpretar todas y cada una de las transacciones empresariales, que a su vez nos permite dar un diagnóstico de cómo se encuentra la empresa o negocio, previa toma y aplicación de acertadas decisiones.

## **2.14. ESTUDIO FINANCIERO**

**Riesgos Financieros y Económicos de Francisco Venegas Martínez (2008); (Pág.24); Manifiesta que:** El Estudio Financiero está direccionado al análisis de los fondos con que se cuenta para el proyecto, es importante señalar en forma ordenada las fuentes de inversión (aporte propio, crédito) y determinar su identificación (inversión fija, inversión variable), presupuesto de ingresos y egresos.

En esta parte del proyecto es donde analizaremos los recursos con los que cuentan las personas que van a invertir para la ejecución del mismo, y definiremos la estructura del financiamiento, que está compuesta por la inversión propia y la financiada. Así como también después de la aplicación de los evaluadores financieros establecer su factibilidad.

## **2.15. PRESUPUESTO**

**Luis Muñiz (2009), Control Presupuestario, Planificación, elaboración y seguimiento de presupuestos (Pág. 41) Afirma que:** El presupuesto es una herramienta de planificación, que de una forma determina, integra y coordina las áreas, actividades, departamentos y responsable de una organización, y que expresa en términos monetarios los ingresos gastos y recursos que se generan en un periodo determinado para cumplir con los objetivos fijados en la estrategia.

## **2.16. ESTADO DE RESULTADOS**

**Luis Muñiz (2009), Control Presupuestario, Planificación, elaboración y seguimiento de presupuestos (Pág. 78) Afirma que:** El Estado de Resultados es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se mide el rendimiento que ha generado la actividad de la empresa. La utilidad neta se genera cuando los ingresos superan a los gastos, en caso contrario, se presenta una pérdida neta.

## **2.17. INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA**

Para la Evaluación Financiera de un proyecto se consideran los siguientes indicadores.

- Valor Actual Neto
- Tasa Interna de Retorno
- Periodo de Recuperación de la Inversión
- Punto de Equilibrio
- Relación Beneficio Costo

Para el cálculo de los índices señalados primero se deberá calcular el Costo de Capital y la Tasa de Rendimiento Medio.

### **2.17.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

**María Dolores López López, (2010) Fundamentos de la Economía, Empresa, Derecho, Administración y Metodología de la Investigación Aplicada, (Pág.96) define al VAN como:** La suma de valor actual de los cobros y pagos que genere la inversión, una inversión será viable si el resultado de esta suma es positivo. Por lo que en síntesis es similar al

criterio de flujo neto de caja por unidad comprometida, pero la diferencia es que los FNC son valorados financieramente.

Mide el flujo del dinero en el momento presente, es decir la rentabilidad de la inversión en moneda real, tomando en cuenta una tasa de rendimiento promedio de mercado. Si el valor actual es positivo, significa que la inversión es atractiva o rentable, y si es negativo no es procedente la inversión, si tenemos un valor cero en cambio es independiente.

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

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

**SIMBOLOGÍA:**

<b>FNE =</b>	Flujo Neto de Efectivo
<b>i =</b>	Tasa de Rendimiento
<b>-P =</b>	Inversión inicial
<b>VS =</b>	Valor de salvamento
<b>^ =</b>	Tiempo u horizonte de la vida útil del proyecto o inversión

### 2.17.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

**María Dolores López López, (2010) Fundamentos de la Economía, Empresa, Derecho, Administración y Metodología de la Investigación Aplicada, (Pág.102) define al TIR como:** Se define como el tanto de actualización, que hace que el valor actual de los cobros y pagos que genere la inversión sea igual a cero, bajo este criterio una inversión es

viable si el TIR es mayor que el rendimiento mínimo exigido a la inversión.

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

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

De donde:

$$TIR = \frac{-I + \sum_{i=1}^n F_i}{\sum_{i=1}^n i * F_i}$$

### 2.17.3. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

**María Dolores López López, (2010) Fundamentos de la Economía, Empresa, Derecho, Administración y Metodología de la Investigación Aplicada, (Pág.102) define al PRI como:**“El período de recuperación de la inversión permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados”.

El Período de Recuperación de la Inversión sirve para medir en cuanto tiempo se recupera la inversión empleada en un período de tiempo determinado. Mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión, el proyecto tiene mejores características de aceptación.

El período de recuperación de la inversión se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$PRI = \text{Inv. Inicial} * \text{Nro. De años proyectados} / \Sigma FC$$

#### 2.17.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

**CHILQUINGA, Manuel (2008): (Pág. 12) manifiesta que:** “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en éste punto la empresa no gana ni pierde”.

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

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{MC}$$

Dónde:

**CF** = Costo fijo

**MC** = Margen de contribución

El Margen de contribución es igual a: Precio de Venta - Costo Variable.

#### 2.17.5. RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

**María Dolores López López, (2010) Fundamentos de la Economía, Empresa, Derecho, Administración y Metodología de la Investigación Aplicada, (Pág.102) define a la Relación Costo Beneficio como:** "Una manera práctica de evaluar la conveniencia de proyectos en los que es importante tener una visión de largo alcance y una visión amplia es decir, implica la enumeración y evaluación de todos los costos y beneficios pertinentes".

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

El cálculo se realiza con el siguiente procedimiento:

**SIMBOLOGÍA:**

**B/C** = Beneficio – Costo = 1.71

Sumatoria Ingresos (i)	= Total Ventas Proyectadas
Sumatoria Egresos (i)	= Total costos y Gastos de Producción Proyectadas

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

## **CAPÍTULO III**

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

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

El mercado de productos y servicios es uno de los principales aspectos en un proyecto, por lo que hay que determinar con exactitud cada uno de sus componentes.

Este capítulo se enfoca al análisis de la demanda, oferta, precios, competencia. En lo referente a las actividades de los servicios turísticos y gastronómicos de la parroquia de Lita perteneciente al cantón Ibarra.

La parroquia de Lita es muy conocida en el norte del Ecuador gracias a sus atractivos turísticos, ríos, vegetación, diversidad de aves y plantas, exquisito plato típico, satisfaciendo a propios y extraños; lo que le ha permitido ser un aporte turístico para el cantón y la provincia.

Tomando en cuenta a la competencia existente y dando gusto a las preferencias del cliente, además se contará con espacios de recreación que sirvan de esparcimiento para las personas que visitan la residencial.

De esta manera los turistas nacionales y extranjeros se sentirán a gusto visitando la parroquia y cómodos con una buena atención y servicios de calidad que generen curiosidad y ganas de volver a visitar la comunidad.

## **3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar el mercado que permita identificar el volumen de oferta y demanda de los servicios que ofrece el proyecto y determinar los potenciales clientes para la renovada residencial en la Parroquia de Lita.

### **3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- 3.2.2.1.** Analizar la oferta y la demanda de los servicios a colocar en el mercado turístico local.
- 3.2.2.2.** Conocer la demanda potencial insatisfecha a fin de determinar la capacidad que tendrá la residencial para operar.
- 3.2.2.3.** Establecer y segmentar el mercado objetivo para la venta del servicio turístico como hospedaje y pesca deportiva en la parroquia de Lita.
- 3.2.2.4.** Formular estrategias de comercialización y el grado de competencia que permitan el ingreso y posicionamiento del servicio que ofertará la residencial a turistas internos y externos.

## **3.3. ESTRUCTURA DEL MERCADO ACTUAL**

Basados en el ambiente competitivo en el que se desenvolverá la residencial, se enmarca al turismo ecológico, ya que no es un producto que se consume de una vez, por el contrario, está formado por un amplio conjunto de bienes y servicios ofrecidos por diferentes empresas que se combinan, a su vez, con los recursos turísticos.

Por cuanto en la parroquia, cantón y provincia existen una gran cantidad de ríos, cascadas, paisajes senderos, restaurantes, especialmente en el sector en donde se ejecutará el proyecto. Sin embargo de ello la población consumidora de este tipo de servicios es lo suficientemente amplia por la gran afluencia turística, tanto de extranjeros, como nacionales, propiciado por el desarrollo de la parroquia de Lita.

Por tanto en la actualidad el sector tiene una alta competencia con servicios de calidad y diversificados precios competitivos haciéndose cada vez más difícil introducirse en este mercado, por ello se habla del carácter mixto del producto turístico, que está formado por un conjunto heterogéneo de bienes y servicios. Los turistas no consumen solamente productos característicos del turismo, sino que su gasto puede abarcar prácticamente a la totalidad de las actividades económicas que venden bienes y servicios a los consumidores.

### **3.4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

Al hablar de Turismo Ecológico Alternativo, lo relacionamos con la ecología. Este tiene como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales, siendo su eje central disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

Bajo esta relación el Turismo Ecológico Alternativo se postula en el mundo como una alternativa económica, insertada en los principios del manejo sustentable de los recursos naturales, integrando aspectos fundamentales como: la conservación del ambiente, fortalecimiento de su identidad cultural y los recursos económicos derivados de toda actividad turística, hoy en día el turismo alternativo es una actividad económica en crecimiento.

Los servicios que se busca ofrecer es el de proveer soluciones a las necesidades del turista cuando visita la parroquia de Lita.

Las principales soluciones que se quieren brindar ante los imprevistos que pueden suscitarse son: brindar un tipo de alojamiento de calidad, si el turista necesita comunicarse con el exterior brindar servicio de internet inalámbrico dentro de la residencial, como entretenimiento también: caminatas, paseos en caballo, pesca deportiva, entre otros servicios que de alguna manera harían que la economía de la parroquia de Lita aumente y se incremente fuentes de trabajo.

### 3.4.1. SERVICIOS QUE OFRECE ACTUALMENTE LA RESIDENCIAL

#### Servicios que Presta la Residencial

**Cuadro Nro. 9**

<b>Nro.</b>	<b>Servicio</b>	<b>Descripción del Servicio</b>	<b>Mercado</b>
1	Alojamiento y Parqueadero Privado	Habitaciones desde una persona hasta seis con baño privado. Y parqueadero privado y televisión.	Habitantes del sector turistas nacionales y extranjeros.
2	Sala de actos y conferencias	Para realizar reuniones y eventos por parte de quien lo requiera capacidad para 130 personas.	Habitantes del sector turistas nacionales y extranjeros.

**Fuente.** Investigación directa

**Elaborado por.** El Autor

### 3.4.2. SERVICIOS QUE SE PRETENDE IMPLEMENTAR

#### Nuevos Servicios a Implementar

**Cuadro Nro. 10**

<b>Nro.</b>	<b>Servicio</b>	<b>Descripción del Servicio</b>	<b>Mercado</b>
1	Guía turístico	Quien ara conocer los lugares más visitados de lita como sus ríos cascadas túneles etc.	Habitantes del sector turistas nacionales y extranjeros
2	Pesca deportiva	En las afluencias del rio lita y rio mira y el baboso en la mañana o noche	Habitantes del sector turistas nacionales y extranjeros
3	Internet	Modem de internet inalámbrico	Personas en general

	Inalámbrico	dentro de toda la residencial de alta velocidad	que estén hospedadas en la residencial
4	Paseos a caballo	Cabalgata por senderos de la parroquia	Público en general que requiera del servicio mayores de 6 años
5	Alimentación: Platos típicos, bebidas. Solo por pedidos	Solo bajo pedido platos típicos de la parroquia	Público en general que requiera del servicio mayores de 6 años
6	Área de recreación	Dentro de la residencial Juegos infantiles para los niños	Niños de 3 a 13 años de edad

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

### 3.5. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIO

#### 3.5.1. HABITACIONES

##### Habitaciones De La Residencial

**Gráfico Nro. 17**



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor.

##### Baño Privado

**Gráfico Nro. 18**



Habitaciones cómodas y confortables con baño privado, con camas desde una plaza y, plaza y media y cuartos con capacidad hasta seis personas con baño privado.

### 3.5.2. ÁREA DE RECREACIÓN

#### Área de Recreación

Gráfico Nro.19



Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor.

Un área de recreación infantil con diversos juegos como resbaladera, sube y baja, llantas, túneles, columpios, al alcance de los niños de tres años hasta once años, con el motivo de distracción.

### 3.5.3. SERVICIO DE INTERNET WIFI

#### Servicio de Internet

Gráfico Nro. 20



Fuente:[www.google.com/int.glob/](http://www.google.com/int.glob/)

Se pretende instalar dentro de la residencial el servicio de wi-fi de gran velocidad, para mayor acceso a la comunicación por parte de los turistas que nos visitan hacia sus lugares de destino adicional 4 computadoras

más que estarán ubicadas en la recepción para las personas que necesiten el servicio de internet

#### **3.5.4. PASEO A CABALLO**

##### **Paseo a Caballo**

**Gráfico Nro. 21**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** El Autor.

Este servicio como forma de recreación consiste en una cabalgata o paseo a caballo por los diferentes senderos o lugares más visitados en la parroquia de Lita.

#### **3.5.5. PESCA DEPORTIVA**

##### **Sector De Pesca**

**Gráfico Nro. 22**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** El Autor.

##### **Zabaleta**

**Gráfico Nro. 23**



Esta pesca deportiva se la hará en las afluencias del Río Lita, Río Mira y el Río el Baboso cercano a la parroquia de Lita, se la puede realizar durante el día o en la noche según el gusto del turista.

### 3.5.6. PLATOS TÍPICOS BAJO PEDIDO

#### Seco de Pollo

Gráfico Nro. 24



#### Sancocho

Gráfico Nro. 25



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** El Autor

Cómo alternativa vamos a tener el caldo de gallina de campo que es muy apetecida por su sabor y valor nutricional, también el seco de pollo, sancocho y pescados propios del sector, estos platos se ofrece bajo pedidos.

### 3.5.7. BEBIDAS

#### Bebidas

Gráfico Nro. 26



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** El Autor

Gran variedad de bebidas a disposición del turista, para calmar su sed en vista del caluroso clima de la parroquia, entre ellas tenemos agua mineral con gas y sin gas colas, jugos.

### **Imágenes de la Residencial**

**Gráfico Nro. 27**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** El Autor

**Rotulo De La Residencial**

**Gráfico Nro. 28**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** El Autor

**Frente De La Residencial**

**Gráfico Nro. 29**



Se observa imágenes de la residencial del lado frontal con el respectivo rótulo, es aquí donde se pretende implementar los nuevos servicios turísticos.

### **3.6. DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR**

El consumidor o cliente final es base fundamental para la creación de una nueva empresa o unidad productiva. Para la residencial que se encuentra

ubicada en la parroquia de Lita con la idea de recibir clientes ya sean locales, nacionales o extranjeros, cobrando por los servicios prestados, además de buscar mejorar la calidad de vida de las personas que trabajan directa o indirectamente en la residencial y propiciando el desarrollo de la parroquia.

Según información recopilada en el Ministerio de Turismo al Ecuador llegaron aproximadamente 1.140.978 visitantes extranjeros en el año 2011, de los cuales lo hacen por los aeropuertos de Quito el 40% y el 20% por el de Guayaquil, y el 40 %, restante por los otros medios como jefaturas de migración o terrestre. Esto sucede porque el Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo gracias a su mega diversidad, esta se expresa en la variedad de atractivos culturales y naturales.

Ecuador ofrece algo que muy pocos países tienen, su diversidad cultural, su variedad de lenguas y la hospitalidad de su gente, es un territorio pequeño que es imposible ignorar esta gran diversidad, esto es lo que permite que el Ecuador sea un destino turístico y capte un buen porcentaje de mercado extranjero que se va incrementando año tras año.

Las áreas más visitadas en el país son los sitios Naturales con un 24,5% de turistas que practican el Ecoturismo o estudian la naturaleza, el 24,1% se dirigen a la costa ecuatoriana a visitar las playas, 15,2% visita los Balnearios y Aguas termales ya sea por un turismo de salud o relajación, sitios de diversión 8,3%, sitios de comida 19,20%, fiestas religiosas 2,5%, parques nacionales 1,5%, Museos 1,3%, zonas históricas 1% y sitios arqueológicos 0,3%.

La provincia de Imbabura tiene aceptable acogida turística del mercado local, esto se debe principalmente al desarrollo comercial de los cantones Otavalo por la feria de artesanías que es una de las principales ferias del

Ecuador, con la tradicional plaza de los ponchos, el cantón Cotacachi por la producción de artículos de Cuero, y Antonio Ante por la producción textil, en la actualidad es uno de los cantones turísticos de la provincia y va incrementando la afluencia de visitantes propiciando el desarrollo de negocios, fortalecido a través de sus ferias textiles, la especialidad gastronómica. Los datos estadísticos que ven en la siguiente tabla corresponden al flujo de turismo receptivo de la provincia de Imbabura desde el año 2006 al 2010.

### 3.6.1. DEMANDA DE TURISMO PROVINCIA DE IMBABURA

#### Demanda de Turismo Provincia De Imbabura

**Cuadro Nro. 11**

<b>AÑOS</b>	<b>Turismo Interno</b>
2006	310.050
2007	380.602
2008	388.544
2009	397.699
2010	429.012
<b>Total</b>	<b>.2.006.905</b>

**Fuente:** Ministerio de Turismo de Imbabura.

**Elaborado por:** El Autor

Según información proporcionada por el Ministerio de Turismo, se desprende que del total de visitantes a la provincia de Imbabura llegan al cantón Ibarra el 36%, en promedio cada año, cantidad que se especifica en el siguiente cuadro.

#### Visitantes en el Cantón Ibarra

**Cuadro Nro. 12**

<b>Años</b>	<b>Turismo receptivo de Ibarra</b>
<b>2006</b>	139.876
<b>2007</b>	143.172

<b>2008</b>	147.447
<b>2009</b>	157.769
<b>2010</b>	168.847
<b>TOTAL TURISTAS</b>	<b>836.898</b>

**Fuente:** Ministerio de Turismo

**Elaborado por:** El Autor

En base a los datos del cuadro N° 12 se puede determinar que el 62% de las personas que visitan Ibarra atraídos por la diversión, compras y gastronomía, motiva a los ecuatorianos a desplazarse de su lugar de residencia, según datos del Ministerio de Turismo, porcentaje que muestra un escenario optimista para realizar el proyecto.

### **3.6.2. COMPORTAMIENTO A LA HORA DE VIAJAR POR PARTE DE LOS TURISTAS**

**Cuadro Nro. 13**

<b>FIN DE SEMANA</b>	<b>PUENTES</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>VACACIONES</b>
De 1 a 2 noches	De 2 a 3 noches	De 6 a 7 noches	De 3 a 4 noches
19%	40%	25%	16%

**Fuente:** Ministerio de Turismo

**Elaborado por:** El Autor

Se puede observar que el mayor porcentaje de visitas es en los puentes de feriados con un 40% y en vacaciones con un 25 %, además El gasto promedio total por visitante estimado por día oscila entre US\$42 y US\$52 en el 2010, según datos obtenidos del Ministerio de Turismo.

Adicional a lo dicho anteriormente, extendiéndose el área geográfica que cubre el mercado local. La oferta de los servicios está orientada al sector de clase media y media alta preferentemente, debido a que un servicio de calidad requiere de materia prima e insumos de calidad, haciendo que encarezca el servicio final.

### 3.6.3. VARIABLES DE MACRO SEGMENTACIÓN

En la macro segmentación el tipo de variable que se escogió, es el que se lo denominará “Turismo Ecológico” y los segmentos escogidos comparativos son:

#### Variables de Macro Segmentación

Cuadro Nro. 14

<b>Criterios de Segmentación</b>	<b>Segmentos de Mercado</b>
Nombre de la Variable	Turismo Ecológico
Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Parroquia	Lita
Sector	Límite entre Imbabura , Carchi y Esmeraldas

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

### 3.6.4. VARIABLE DE MICRO SEGMENTACIÓN

En las variables de micro segmentación se ha escogido la variable demográfica denominada “Tipo receptivo” de donde nacen los segmentos: nacional y extranjero.

#### Variable de Micro Segmentación

Cuadro Nro. 15

<b>Demográfica</b>	<b>Descripción</b>
<b>Edad</b>	Sin excepción
<b>Genero</b>	Masculino y Femenino
<b>Segmento</b>	Visitantes locales, nacionales, extranjeros.
<b>Variables Socio-Económicas</b>	Se encuentren en nivel económico medio-alto

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

### 3.6.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

El estudio identifica a los turistas que se hospedan y visitan la parroquia de Lita, delimitados por la población incluyente sin distinción de sexo y edad con capacidad de demanda de servicios turísticos en la parroquia. Luego la población objeto de estudio comprende el tamaño del universo de donde se determina los posibles clientes que requieren de los servicios de la residencial, por lo tanto para la determinación de la población objeto de estudio se consideró el turismo receptivo que visita la parroquia de Lita. El número de personas que se ha considerado para la determinación de la muestra es de 5000 turistas nacionales y extranjeros, correspondiente al año 2011 según los resultados de las encuestas realizadas a los propietarios de las residenciales existentes en Lita.

### 3.6.6. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Comprende el número de personas que componen la muestra extraída de una población y para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

Fórmula de aplicación:

$$n = \frac{(5000)(0.25)(1.96)^2}{(0.05)^2(5000 - 1) + (0.25)(1.96)^2}$$

En donde:

“**n**”= tamaño de la muestra

“**N**”= tamaño de la población

“**α**”= nivel de error = 5%

“**Z**” = nivel de confianza (95% dos colas)= 1.96

“**0.25**” = máximo valor de error estándar

$$n = \frac{4802}{12.4975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{4802}{13.4579}$$

*n= 357 Personas*

### **3.6.6.1. HERRAMIENTA DE RECOPIACIÓN**

Para la recopilación de los datos con los que se ha trabajado, la herramienta que se utilizó fue la encuesta, ya que es un material sencillo y fácil de manejar pero de mucha precisión al momento de obtener datos específicos del mercado meta.

Adicional a la encuesta se realizó una entrevista a la propietaria de la residencial Villalobos - Naranjo. También se recurrió a información secundaria procesada en las estadísticas del Ministerio de Turismo.

### **3.6.7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Para el análisis de la información, los datos obtenidos de las encuestas se organizan en tablas estadísticas, las mismas que son presentadas con un gráfico demostrativo en el que se observa el comportamiento de cada uno de los indicadores de las variables consultadas. Se calcula los porcentajes de cada indicador, los datos se someten a evaluación y análisis en la línea del servicio y atención turística.

Resultados obtenidos de las encuestas dirigidas a los turistas que visitan Lita. Para determinar la factibilidad para la creación e implementación de nuevos servicios turísticos en la residencial Villalobos - Naranjo en Lita, se realizaron 357 encuestas.

### 3.6.8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A TURISTAS QUE VISITAN LITA Y SE HOSPEDAN EN LAS RESIDENCIALES DE LITA.

Para determinar la factibilidad para la creación e implementación de nuevos servicios turísticos en la residencial Villalobos Naranjo en Lita, estas encuestas fueron hechas a turistas que frecuentan el terminal de Ibarra y en buses que se dirigen a Lita y a turistas nacionales y extranjeros que fueron encontrados en la parroquia de Lita.

#### 3.6.8.1. ¿Con qué frecuencia usted visita Lita?

##### Frecuencia de Visitas A Lita

Cuadro Nro. 16

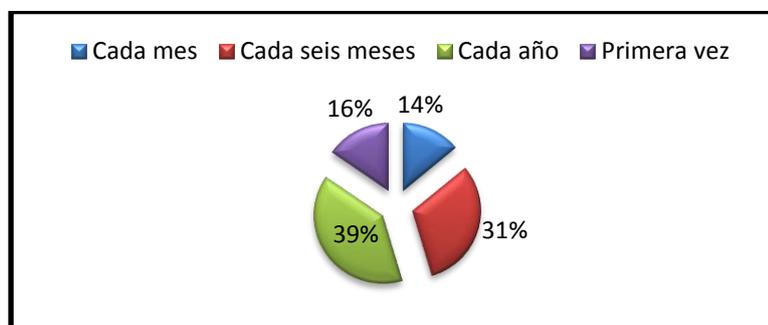
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Cada mes	50	14%
Cada seis meses	112	31.37%
Cada año	140	39.21%
Primera vez	55	16%
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercado/aplicación de encuestas

Elaborado por: El Autor

##### Frecuencia de Visitas

Gráfico Nro. 30



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

a) **Análisis:** Los mayor parte de turistas encuestados nos dicen que visitan Lita cada año, mientras que los que visitan Lita cada 6 meses se ubican en segundo lugar, nos indica que los turistas que visitan Lita cada mes son pocos con los turistas que nos visitan por primera vez. El cual nos indica que el turismo en la parroquia aumenta cada vez más y la frecuencia de turismo es muy buena.

### 3.6.8.2. ¿Qué tipo de turismo le gustaría practicar a usted?

#### Tipo de Turismo Para Practicar

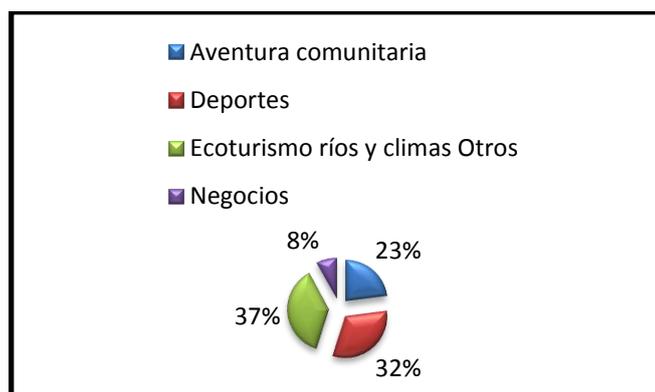
Cuadro Nro. 17

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Aventura comunitaria	82	22.96%
Deportes	114	31.93%
Ecoturismo ríos, climas y Otros	133	37.25%
Negocios	28	7.84%
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de mercado/aplicación de encuestas  
**Elaborado por:** El Autor.

#### Tipo de Turismo Para Practicar

Gráfico Nro. 31



**Fuente.** Investigación directa  
**Elaborado por.** El Autor

b) **Análisis:** La mayor parte de turistas encuestados nos dice que el tipo de turismo que mas les gustaría practicar es el ecoturismo, en

segundo lugar nos dice que eligen al turismo deportivo, el turismo de aventura comunitaria se ubica en tercer lugar mientras que el turismo de negocios no tiene tanta acogida. Siendo así el tipo de turismo ecológico el más relevante y el que más les gustaría practicar a los turistas.

**3.6.8.3. ¿Cree usted que el turismo ayuda a incentivar el desarrollo económico de una comunidad?**

**Desarrollo Económico**

**Cuadro Nro. 18**

Respuestas	Frecuencia	%
SI	357	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercado/aplicación de encuestas  
Elaborado por: El Autor

**Desarrollo Económico**

**Gráfico Nro. 32**



Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor

**c) Análisis:** Todos los turistas nos manifiestan que el turismo ayuda a incentivar el desarrollo económico de una comunidad, lo cual es muy importante fortalecerlo e incrementar el desarrollo turístico para que existan nuevas alternativas de negocio para los habitantes de la parroquia de Lita.

3.6.8.4. ¿En este momento de existir la oferta de nuevos servicios turísticos en la residencial Villalobos -Naranjo en Lita que le enseñe los beneficios del Turismo Ecológico estaría usted interesado a acceder al mismo?

### Nuevos Servicios Turísticos

Cuadro Nro. 19

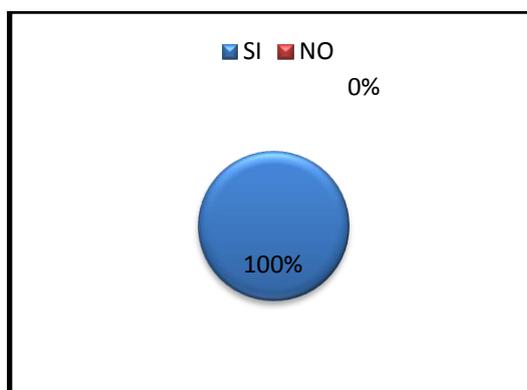
Respuestas	Frecuencia	%
SI	357	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación de mercado/aplicación de encuestas

Elaborado por: El Autor

### Nuevos Servicios Turísticos

Gráfico Nro. 33



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

**d) Análisis:** Todos los turistas nos manifiestan que de existir la oferta de la incrementación de nuevos servicios turísticos en la residencial Villalobos naranjo en Lita que le enseñe los beneficios del Turismo Ecológico si estarían interesados en acceder al servicio, al cumplirse esto la residencial se convertiría en la pionera en incrementar este tipo de servicios.

**3.6.8.5. ¿Qué tipo de comida le gustaría obtener en la visita a la parroquia de Lita?**

**Tipo de Gastronomía**

**Cuadro Nro. 20**

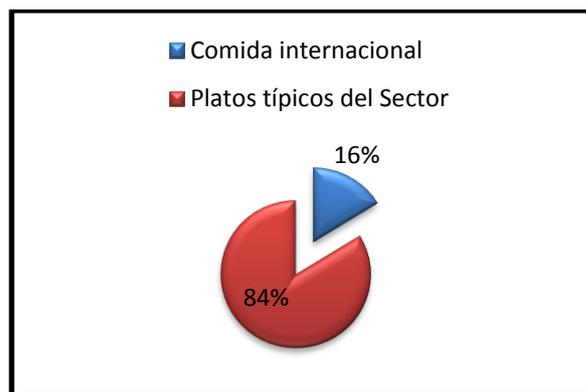
Respuestas	Frecuencia	%
Comida internacional	58	16.24%
Platos típicos del Sector	299	83.75%
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Tipo de Gastronomía**

**Gráfico Nro. 34**



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

**d) Análisis:** La mayoría de los turistas encuestados nos dice que prefieren comer platos típicos que se dan en el pueblo de Lita, mientras que los demás manifiestan que prefiere comer comida internacional. El cual podemos ver que la mayoría escoge la comida típica del sector haciendo así que se fortalezca la gastronomía en la parroquia lo cual es muy bueno.

**3.6.8.6. ¿Cuáles son los motivos por los cuales le interesa el turismo ecológico comunitario?**

**Turismo Ecológico**

**Cuadro Nro. 21**

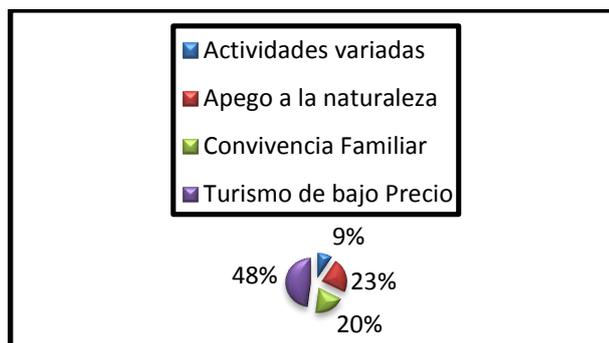
<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Actividades variadas	33	9.24%
Apego a la naturaleza	82	22.97%
Convivencia Familiar	71	19.88%
Turismo de bajo Precio	171	47.9%
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Turismo Ecológico**

**Gráfico Nro. 35**



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

**e) Análisis:** La mayoría de los turistas encuestados afirman que los motivos por los cuales le interesa el turismo ecológico comunitario es el turismo de bajo precio, y por apego a la naturaleza, mientras que por convivencia familiar y por actividades varias tienen los porcentajes más bajos. Es importante recalcar que el turismo de bajo precio es el que más le interesa al turista al momento de realizar este tipo de turismo, sin dejar a un lado también al apego y acogida que tiene la naturaleza.

**3.6.8.7. ¿Cuanto estaría de acuerdo en pagar por una noche de alojamiento en la residencial?**

**Costo de Alojamiento**

**Cuadro Nro. 22**

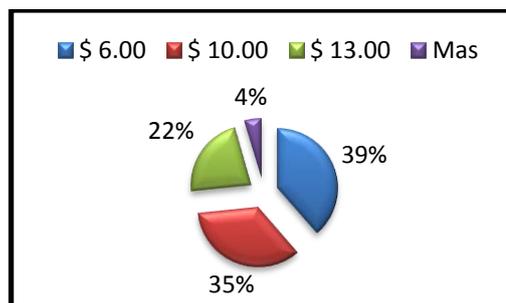
<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
\$ 15.00	138	38.65%
\$ 20.00	124	34.73%
\$ 25.00	79	22.12%
Mas	16	4.48%
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Costo de Alojamiento**

**Gráfico Nro. 36**



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

**g) Análisis:** Cuanto estaría de acuerdo en pagar por una noche de alojamiento en la residencial con respecto a esta pregunta los turistas nos dicen que con la mayoría estarían de acuerdo a pagar entre 15 y 20 dólares, un gran numero también dispuestos a pagar 25 dólares, y una minoría a pagar más de 25 dólares. Por lo que la mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar entre 15 y 20 dólares por la noche de alojamiento.

**3.6.8.8. ¿A través de qué medio de comunicación se entera de los lugares turísticos?**

**Medios de Promoción Turística**

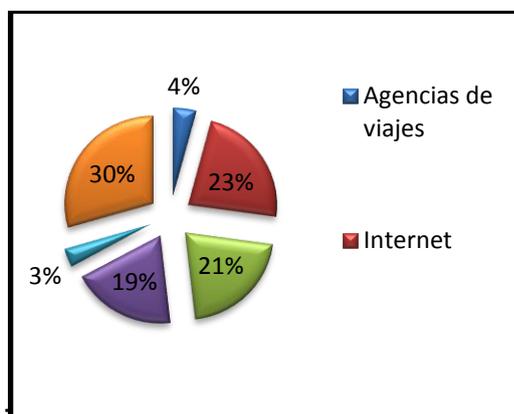
**Cuadro Nro. 23**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Agencias de viajes	15	4.20%
Internet	82	22.96%
Televisión o Radios	75	21.00%
Prensa Escrita	68	19.04%
Guía turísticas Publicadas	12	3.36%
Recomendación de amigos-familiares	105	29.41%
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercado/aplicación de encuestas  
Elaborado por: El Autor

**Medios de Promoción Turística**

**Gráfico Nro. 37**



Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor

**h) Análisis:** La mayoría de los turistas nos manifiestan que el mayor medio de comunicación en el cual ellos se enteran de los servicios turísticos es por recomendación de amigos y familiares en segundo lugar se encuentra el internet como tercer medio tenemos a la radio y televisión

es el medio por el cual se enteran de los lugares turísticos, por prensa. Esto nos indica que los medios de comunicación juega un papel muy importante al momento de promocionar servicios turísticos ya que el mayor porcentaje de turistas se enteran a través de este medio.

**3.6.8.9. ¿Recomendaría usted a las demás personas que visiten nuestra residencial cuando viajen a Lita?**

**Recomendaciones Para con la Residencial**

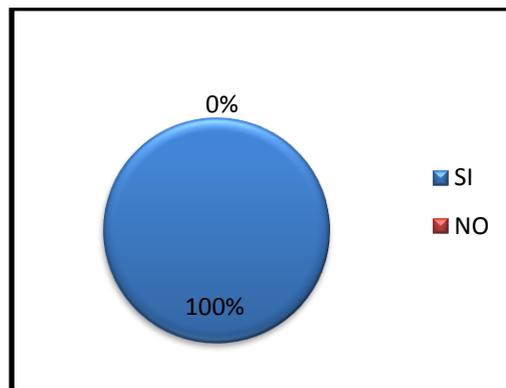
**Cuadro Nro. 24**

Respuestas	Frecuencia	%
SI	357	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación de mercado/aplicación de encuestas  
Elaborado por: El Autor

**Recomendaciones Para con la Residencial**

**Gráfico Nro. 38**



Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor

**Análisis:** Todos los turistas en general nos manifiestan que si recomendarían a los demás personas que visiten nuestra residencial cuando viajen a Lita.

**3.6.8.10. ¿Cuál de los servicios que se pretende implementar es el que más le llamo la atención?**

**Servicio Innovador**

**Cuadro Nro. 25**

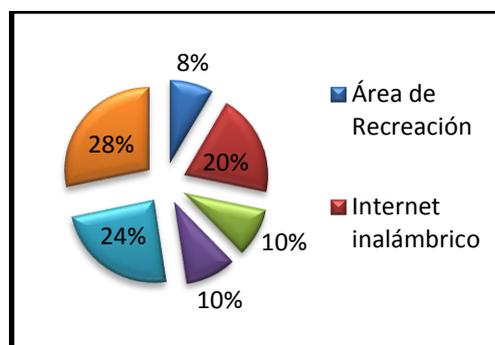
<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Área de Recreación	30	8.4%
Internet inalámbrico	71	19.88%
Guías Turísticos	34	9.52%
Habitaciones con televisor	35	9.80%
Paseo a Caballo	86	24.08%
Pesca Deportiva	101	28.29%
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El Autor.

**Servicio Innovador**

**Gráfico Nro. 39**



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

**J) Análisis:** El servicio que más les llamo la atención que se pretende brindar es de la pesca deportiva, seguido por el del paseo a caballo, en tercer lugar se ubica el de internet inalámbrico, un poco prefiere habitaciones con televisor, el servicio de guías turísticos y con menor acogida prefieren el área de recreación. Estos forman parte de los servicios que se pretende implementar en la residencial para brindar mayor acogida a nuestros visitantes y mejorar la atención.

**3.6.8.11 ¿Indique cuáles son los principales obstáculos existentes que impiden un eficiente servicio turístico?**

**Obstáculos en Servicios Turísticos**

**Cuadro Nro. 26**

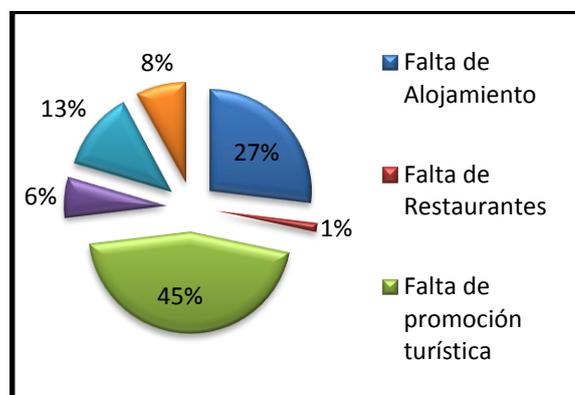
<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Falta de Alojamiento	96	26.89%
Falta de Restaurantes	5	1.40%
Falta de promoción turística	160	44.81%
Falta de transporte	23	6.44%
Falta de telecomunicaciones	45	12.60%
Carreteras en mal Estado	28	7.84%
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**Obstáculos en Servicios Turísticos**

**Gráfico Nro. 40**



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

**k) Análisis:** Es muy evidente que la falta de promociones turísticas son los principales obstáculos que impiden un eficiente servicio turístico en la región, seguidos por la falta de alojamiento, pocos nos dicen que por la falta de telecomunicaciones, y por carreteras en mal estado, una minoría por falta de transporte, Estos aspectos forman parte de los obstáculos

que impiden un normal funcionamiento en el turismo de Lita, y en los cuales la junta parroquia tiene que tomar cartas en el asunto.

### **3.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

En el análisis de la oferta se hace relación entre la cantidad de bienes o servicios ofrecidos por los productores y el precio del mercado actual.

#### **3.7.1. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA**

La oferta se define como el número de unidades económicas, que se encuentran ofrecidas en bienes o servicios a un precio determinado en un mismo mercado para que los consumidores o usuarios adquieran sus productos o utilicen sus servicios de una manera efectiva.

Los factores que afectan a la curva de la oferta son los siguientes:

##### **3.7.1.1. PRECIO ESPERADO**

La expectativa de un alza futura en el precio de un bien desplaza la curva de la oferta hacia la izquierda y sucede lo contrario con la expectativa de una baja futura.

##### **3.7.1.2. TECNOLOGÍA**

A mayor tecnología, mayor ahorro de costos, y por ende, mayor oferta.

##### **3.7.1.3. NÚMERO DE EMPRESAS COMPETIDORAS**

La oferta histórica y actual es la población identificada como clientes estimados de consumidores, los productores u oferentes del servicio de paraderos turístico que reciben turistas y brindan alojamiento en Lita, son

en un número de cuatro residenciales. Por lo tanto, de acuerdo a sus registros y a la encuesta realizada a los propietarios de las 3 empresas existentes y que se consideran como competencia, se concluye que la capacidad total instalada es de 47 personas de las cuales llegan en un promedio de 35 personas semanales y 5 diarias.

### Oferta del Servicio

**Cuadro Nro. 27**

Nombre de la empresa	Dirección	Servicios que presta
Residencial "Aguirre"	Plaza central de Lita	Alojamiento
Paradero "Anita"	Frente a la pana a 1 minutos del pueblo	Alojamiento y alimentación
Paradero S/N	Frente a la iglesia	Alojamiento

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

El costo por la prestación de estos servicios fluctúa entre \$4.00; \$6,00 y \$8.00 por persona por el motivo solo de alojamiento, por noche.

Esta cifra es considerable porque supera ampliamente al crecimiento poblacional, por lo que se estima que si es rentable este tipo de negocio. Ya que no son cifras exactas varían más aun en las fechas de feriados, vacaciones, fines de semana y en las festividades de la parroquia de Lita que aumenta en un 100% la cantidad de visitantes llegando a ocupar el 100% de la capacidad de dichas residenciales.

### 3.7.2. OFERTA REAL

#### Capacidad Instalada Competencia - Lita.

Cuadro Nro. 28

Nombre de la empresa	Capacidad Instalada
Residencial Aguirre	22
Paradero Anita	15
Paradero sin nombre	10
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>

**Fuente.** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

Del cuadro anterior se observa que la capacidad instalada es de 47 personas, considerando que sería la ocupación plena de los tres oferentes al 100% de su capacidad Total.

#### Capacidad Instalada de La Residencial Villalobos Naranjo – 100%

Cuadro Nro. 29

Nombre de la Empresa	Oferta Actual
Residencial Villalobos Naranjo	75
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>

**Fuente.** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor.

Del cuadro anterior se observa que la capacidad instalada es de 75 personas, considerando que sería la ocupación plena de la Residencial Villalobos Naranjo al 100% de su capacidad Total.

### Ocupación Real de la Oferta Día– 0.11%

**Cuadro Nro. 30**

<b>Nombre de la Empresa</b>	<b>Oferta actual</b>
Residencial Aguirre	2
Paradero Anita	2
Paradero sin nombre	1
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

En el cuadro anterior se puede observar que la cobertura real de la competencia es del 0.11% diario, lo cual implica que existe un 0.89% de demandantes que requieren del servicio de alojamiento. Vale recalcar que la demanda es diaria.

#### **3.7.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

El objetivo de la proyección es identificar cual será el comportamiento de la oferta a futuro, siempre y cuando se utilice datos reales del pasado y presente. Para su proyección se estima para un año, que es el año 2011, el cual sería el año base, con 52 semanas, teniendo una capacidad instalada para atender a 2444 clientes al año ( $47 \times 52$ ), siendo este el número referente para realizar su proyección.

Para el caso es necesario recalcar que la oferta es constante, esto debido a que la capacidad instalada no va a crecer salvo que las demás residenciales se amplíen o a su vez se creen nuevos paraderos turísticos dedicados a la prestación de servicios de alojamiento.

## Proyección de la Oferta Al 100% Año 2012 - 2016

**Cuadro Nro. 31**

<b>Años</b>	<b>Proyección</b>
2012	2444
2013	2444
2014	2444
2015	2444
2016	2444

**Fuente:** Estudio de Mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El Autor

### **3.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Es importante el análisis de la demanda ya que se define la cantidad y calidad de servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por los distintos consumidores. Es decir, delimita los potenciales clientes que están dispuestos a consumir los servicios.

Los factores que afectan la demanda son el ingreso, productos sustitutos, cantidad de población, precio del bien y gustos.

#### **3.8.1. DEMANDA ACTUAL**

La determinación de la demanda se realizó en base a la información obtenida de la estimación de turistas recibidos en años pasados por parte de la Residencial Villalobos Naranjo y otros paraderos turísticos de los años 2006 a 2010 ya que el Ministerio de Turismo y la junta parroquial de Lita no brindan ninguna información al respecto.

## Turismo Receptivo de la Parroquia de Lita

Cuadro Nro. 32

Años	Turismo receptivo dela parroquia de Lita
2006	2670
2007	3070
2008	3530
2009	4060
2010	4669
2011	5369

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### 3.8.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La importancia de la proyección de la demanda es determinar a futuro un acercamiento a datos reales de lo que podría ser la demanda en años posteriores con un profundo análisis de la demanda histórica y actual.

Para la proyección de la demanda, se utilizó el método de regresión lineal ajustando la información histórica al comportamiento de la ecuación de la recta, cuya fórmula es  $y = a + bx$ ; para determinar los valores de “a y b” se iguala a las ecuaciones de los mínimos cuadrados. Para realizar estos cálculos se elabora la base de datos partiendo de los datos históricos de la variable escogida.

A continuación presentamos los datos de ajuste que sirve de base para la proyección de la demanda.

## Proyección de la Demanda

### Cuadro Nro. 33

#### Aplicación del Método de Regresión Lineal

Años	X	Y	X <sup>2</sup>	XY
2006	1	2670	1	2670
2007	2	3070	4	6140
2008	3	3530	9	10590
2009	4	4060	16	16240
2010	5	4669	25	23345
2011	6	5369	36	32214
	<b>Σ X = 21</b>	<b>Σ Y = 23368</b>	<b>Σ X<sup>2</sup> = 91</b>	<b>Σ XY = 91199</b>

Fuente: Cuadro N: 26

Elaborado por: El Autor

Con la obtención de estos datos se sustituye y se iguala en las ecuaciones de los mínimos cuadrados

$$a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Sustituyendo valores tenemos que:

$$a = \frac{91(23368) - 21(91199)}{6(91) - (21)^2} = \frac{211309}{105} = 2012.4666$$

$$b = \frac{(6)(91199) - (21)(23368)}{6(91) - (21)^2} = \frac{56466}{105} = 537.77$$

**Proyección de la Demanda en Número de Turistas al Año 2012 - 2016**

**Cuadro Nro. 34**

<b>Años</b>	<b>Proyección Demandantes</b>
2012	5776.85
2013	6314.67
2014	6852.44
2015	7390.21
2016	7927.98

**Fuente:** Estudio de Mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El Autor

**3.9. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

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

$$DI = D - O$$

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = \text{DEMANDA} - \text{OFERTA}$$

**Determinación de la Demanda Insatisfecha**

**Cuadro Nro. 35**

<b>Demanda Insatisfecha</b>				
<b>Años</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>D. Insatisfecha</b>	<b>% cobertura. Demanda 61%</b>
1	5777	2444	3333	2033
2	6315	2444	3871	2361
3	6852	2444	4408	2689
4	7390	2444	4946	3017
5	7928	2444	5484	3345

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor

En el cuadro anterior es notable que existe una demanda insatisfecha muy alta, ello a raíz de que la residencial Villalobos Naranjo no se incluye dentro de la oferta general ya que para sí misma no se considera competencia.

Considerando la capacidad instalada que tiene la residencial en la actualidad se determinó el porcentaje de captación al año que es del 61% sobre el 89% que no avanza a cubrir la competencia, estas cifras son anuales.

### **3.10. ANÁLISIS DEL PRECIO**

Los compradores y los vendedores se ponen de acuerdo sobre el precio de un bien de forma que se producirá el intercambio de cantidades establecidas de ese bien por una determinada cantidad de dinero.

En el caso de la creación de la implementación de los nuevos servicios turísticos en la residencial el precio se establece considerando la aceptación que expresa la mayoría de los clientes en concordancia con los objetivos que tiene la empresa.

Por lo cual es recomendado hacer uso de los paquetes turísticos y ofertas que se pretenden brindar para que exista una disminución en los precios, los paquetes van de diferentes motivos, gustos y precios convenientes y accesibles para los turistas.

## Servicios Turísticos

Cuadro Nro. 36

Nombre del servicio	Precios por persona
Bebidas.	\$0.75 a \$2.25
Aérea de recreación	Gratuito
Pesca deportiva	\$15.00.
Sala de Actos y Conferencias	\$25.00
Alojamiento	\$16.00a por persona \$ 25.00 /matrimoniales \$ 45 Familiares.
Internet.	\$0.80
Guía turístico	\$15.00
Paseo a caballo	\$14.00
Alimentación	\$3.00 a \$8.00

**Fuente.** Investigación directa

**Elaborado por.** El Autor

## Precio de Paquetes Turísticos

Cuadro Nro. 37

NOMBRE DEL PAQUETE	PRECIOS
Hospedaje, desayuno almuerzo y merienda : guía turístico, pesca deportiva y todos los servicios	\$60.00
Hospedaje, guía turístico, pesca deportiva.	\$40.00
Hospedaje, Pesca deportiva, paseo a caballo desayuno	\$46.00
Hospedaje y pesca	\$28.00

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El Autor.

Para establecer el precio de este tipo de servicio se tomó en cuenta el costo de producción, el precio de la competencia para los productos sustitutivos y el precio que los consumidores están dispuestos a

pagar, considerando un margen de utilidad que permita a la residencial seguir produciendo y solventando todas las expectativas planteadas.

### **3.11. CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

La Residencial ha considerado que el sistema que va a utilizar para hacer llegar el servicio al consumidor, es con intermediarios, lo que permitirá tener un precio final moderado, debido a que su segmento de mercado está integrado por los turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia de Lita que se encuentren fuera del índice de pobreza de consumo.

El objeto de este canal de distribución es colocar el servicio a disposición del cliente en el momento oportuno. Se piensa que para los próximos años se pueda utilizar otros canales de comercialización con el único fin de posicionarle potentemente al servicio en el mercado.

#### **3.11.1. PRODUCTO O SERVICIO**

Como estrategia de marketing la residencial implementará lo siguiente:

- Entregar un servicio de calidad, en un ambiente acogedor, en el que incluirá amabilidad, responsabilidad y experiencia.
- Dará a notar la importancia que tiene la gastronomía tradicional para el desarrollo turístico de la zona, así como los servicios complementarios como será la pesca deportiva, cabalgata y espacios para que los niños también se diviertan.
- Se entregará una disposición de servicios cuando el cliente así la requiera al momento que escoja cada una de ellos.

### **3.11.2. PRECIO**

La estrategia para determinar el precio estará basada en la competencia, diferenciación, temporada.

**Competencia.-** Se analizará los precios de la competencia para así poder establecer un buen precio en el mercado sin alejarse de lo normal y sin llegar a lo exagerado.

**Calidad y diferenciación.-** Enfatizará en la calidad y diferenciación del servicio con relación a la competencia generando una imagen que le haga diferente de los demás.

**Temporada.-** “La Residencial” no aumentará sus precios en temporadas altas.

### **3.11.3. PLAZA**

La plaza es el lugar geográfico y estratégico donde se entregará el producto y servicio, por lo tanto “La Residencial” estará ubicada, en la parroquia de Lita, perteneciente al cantón Ibarra, provincia de Imbabura. La ubicación del proyecto es un lugar estratégico para el cliente, ubicado a una cuadra del parque central de la parroquia.

### **3.11.4. MEDIOS PUBLICITARIOS**

Este es uno de los elementos fundamentales para dar a conocer, informar y atraer los clientes de los diferentes cantones de la provincia de Imbabura, en una actitud favorable a largo plazo, que finalmente conduce a la oferta del servicio.

Para la publicidad del proyecto se van a utilizar los siguientes medios publicitarios.

- Diseñar una página WEB.
- Realizar alianzas estratégicas con las agencias de viaje y operadoras turísticas para entregarles una comisión por número de clientes.

### Medios Publicitarios

Cuadro Nro. 38

Concepto	Nº	Valor Mensual	2012
Diario La Hora	15 días	80	960
Radio Activa	15 días	75	900
Hojas volantes	600	15	180
<b>Total</b>		<b>170</b>	<b>2040</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

#### 3.11.4.1. PRESENTACIÓN DEL MENSAJE EN RADIO ACTIVA

La publicidad se realizara en la radio de mayor sintonía como es la radio Activa por medio de la cual se pasara 40 cuñas comerciales por un mes, dando a conocer los servicios que ofrecemos como son hospedaje, pesca deportiva, paseo a caballos, internet.

#### 3.11.4.2. PRESENTACIÓN DEL MENSAJE EN DIARIO LA HORA

Se realizara publicidad en el diario La Hora por ser de mayor acogida por la ciudad de Ibarra, en el cual se dará a conocer los servicios turísticos que ofrece la residencial.

### 3.11.4.3. PRESENTACIÓN DE HOJAS VOLANTES

Se dará a conocer el servicio por medio de hojas volantes que serán distribuidas en el centro y el terminal de la ciudad de Ibarra ofreciendo el servicio.

#### HOJA VOLANTE

Gráfico Nro. 41



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Además de lo anotado para reforzar la publicidad y promoción se implementarán técnicas apropiadas de venta, su finalidad estimular la demanda en base de los siguientes elementos, siendo estos:

- a) Concursos
- b) Incentivos
- c) Regalos

d) Valor / Descuento.

### **3.12. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Tanto la oferta como la demanda de nuevos servicios turísticos ha logrado un incremento sostenido en cuanto al mercado, Lita va creciendo en turismo tanto por el prestigio gastronómico que ha logrado, como por la visita permanente de turistas que acuden a la provincia de Imbabura para comercializar servicios turísticos, agropecuarios entre otros que aprovechan la oportunidad para visitar la parroquia.

.  
Por lo que, se establece que existe la demanda insatisfecha de este servicio, que determina la viabilidad favorable de que el proyecto logre alcanzar una rentabilidad y posicionamiento en el mercado, mediante la oferta de un servicio que será ofrecido a los visitantes, para la producción extra, mientras que se mantendrá un registro de ventas promedio para la disposición de materia prima, que garantice la atención a la demanda que en este caso es muy alta.



## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

En el desarrollo de este capítulo se plantea las siguientes interrogantes.  
¿Qué especificaciones? ¿Cuánto? ¿En qué lugar se va a desarrollar el proyecto? ¿Cómo se va a desarrollar los Procesos?

#### Interrogantes Del Estudio Técnico

Gráfico Nro. 42



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado:** El Autor.

#### 4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

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

#### **4.1.1. FACTORES QUE AFECTAN EL TAMAÑO**

El análisis de estos factores permite determinar un panorama claro con respecto a cuan viable o riesgoso resulta la implementación del proyecto. Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista.

#### **4.1.2. DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DEL PROYECTO**

Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de tres aspectos.

##### **4.1.2.1. MATERIAS PRIMAS E INSUMOS**

En el medio existe suficiente cantidad de materia prima e insumos para este tipo de actividad económica. La residencial que ya existe y brinda el servicio de alojamiento. Además reúnen las condiciones de excelente calidad y de acuerdo a lo que el mercado requiera para satisfacer su demanda. Al igual, se procederá a seleccionar proveedores para la adquisición de insumos complementarios que se utilizarán para la implementación de los servicios.

##### **4.1.2.2. FIJACIÓN DE LA CAPACIDAD DE LA RESIDENCIAL**

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

### **a).- DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS**

Para la implementación del proyecto se cuenta con un espacio de 727,44 m<sup>2</sup>, área de construcción de 707,26 cuyo valor comercial es de 67,00 USD por m<sup>2</sup>, equivalente a un valor predial de USD. 49.644,88; valor del terreno es de 10.000 USD dando un valor de construcción de 59.644,88 USD la diferencia se accederá a un crédito en las instituciones del sistema financiero.

### **b).- EL TAMAÑO DEL MERCADO**

La tasa de crecimiento en los últimos 4 años ha sido del 86.9%, un porcentaje alto que ha hecho que para el año 2012 la demanda insatisfecha sea de 3333 que necesitan de este servicio de alojamiento, esto permitirá implementar el proyecto y lograr una permanencia y estabilidad.

Para continuar con el estudio del proyecto debemos conocer con certeza el periodo de mantenimiento a realizar durante un año, según el espacio y la tecnología disponible se podrá atender a un 61% sobre el 89 % de la demanda insatisfecha que existe en Lita y que no alcanza a cubrir la competencia.

### **Cálculo de la Capacidad de Atención Anual**

**Cuadro Nro. 39**

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Capacidad</b>
<b>1</b>	3333	61%
<b>2</b>	3871	61%
<b>3</b>	4408	61%
<b>4</b>	4946	61%
<b>5</b>	5484	61%

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor.

### 4.1.2.3. OBJETIVOS DE CRECIMIENTO

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

#### Demanda Insatisfecha

**Cuadro Nro. 40**

Demanda Insatisfecha				
Años	Demanda	Oferta	D. Insatisfecha	% cobertura Demanda 61%
1	5777	2444	3333	2033
2	6315	2444	3871	2361
3	6852	2444	4408	2689
4	7390	2444	4946	3017
5	7928	2444	5484	3345

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior los objetivos de crecimiento planteados respecto a la demanda insatisfecha alcanza el 61%, lo que demuestra una gran expectativa respecto al proyecto.

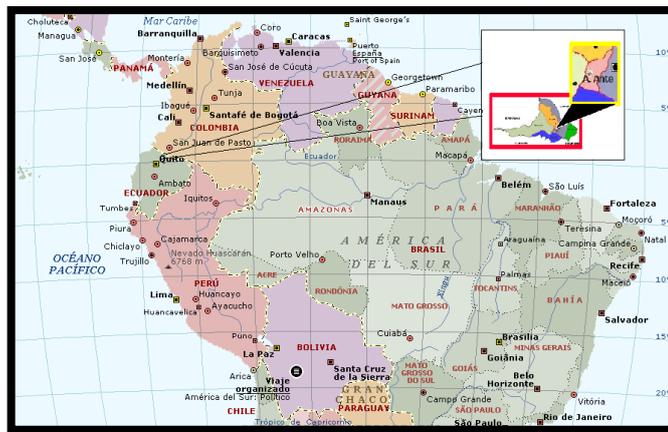
El precio se estableció de acuerdo al análisis realizado anteriormente; elemento indispensable para estimar los ingresos anuales que alcanzará el proyecto.

## 4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### 4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La Macro localización de la Residencial Villalobos Naranjo está ubicada en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia de Lita.

## Mapa Sur América Gráfico Nro. 43



Fuente: [www.google.com/maps](http://www.google.com/maps). América del sur

El país tiene una extensión de 283.561 km<sup>2</sup> y una población de 14 483 499 personas. El territorio ecuatoriano se divide en 24 provincias, las cuales se dividen en cantones, los mismos que se dividen en parroquias, las que a su vez se dividen en urbanas y rurales.

Actualmente en el Ecuador existen 7 regiones o zonas administrativas mismas que han sido conformadas a fin de descentralizar la función administrativa de la capital Quito.

## Mapa de Imbabura Gráfico Nro. 44



Fuente: Dirección de Planificación - GPP

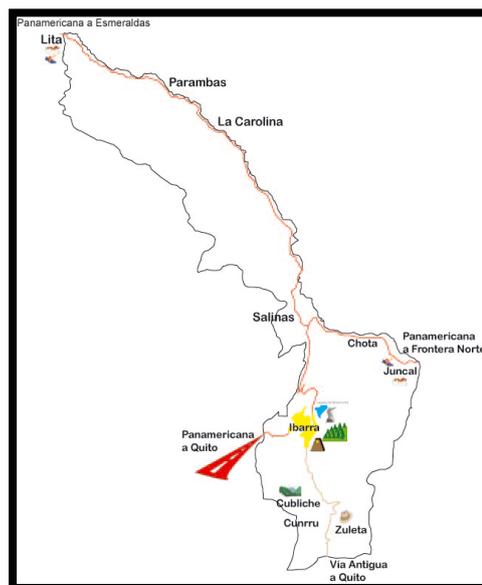
La provincia de Imbabura, cuenta con una superficie de 4609 km<sup>2</sup>, limita al norte con la provincia del Carchi, al sur con la provincia de pichincha, al este con la provincia de Sucumbíos, mientras que al oeste con la provincia verde Esmeraldas.

A nivel de la provincia existen 6 cantones; Otavalo, Cotacachi, Atuntaqui, Urcuquí y Pimampiro en donde se encuentran redistribuidas 36 parroquias rurales que conforman de forma general la provincia de Imbabura.

La ciudad de San Miguel de Ibarra es adyacente a la frontera norte, y a pesar de que no tienen frontera directa con el hermano país de Colombia, por su cercanía con la misma si hace parte de la zona fronteriza junto con las provincias de la denominada zona norte 1. Se encuentra a dos horas de trayecto por la carretera panamericana, tanto de Quito como de Tulcán, en el eje sociocultural que forma el macizo montañoso del sur de Colombia y la sierra norte del Ecuador, históricamente ha sido eje de una relación comercial y sociocultural intensa y fluida entre las dos naciones.

### Límites De La Parroquia

Gráfico Nro. 45



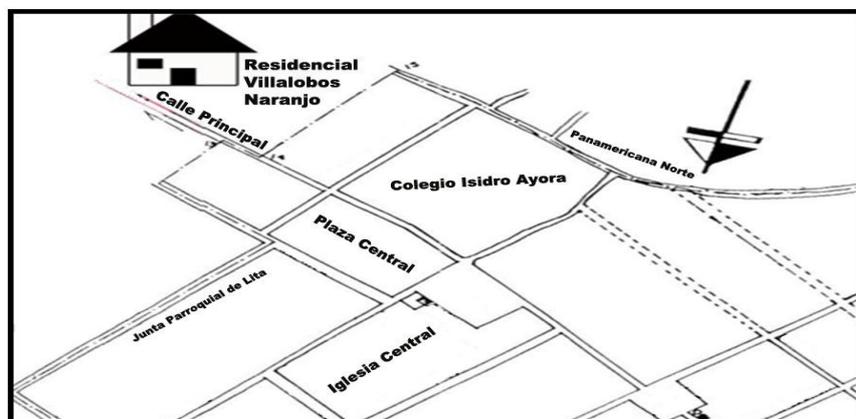
Fuente: Plan Estratégico Imbabura

Lita se encuentra ubicada en la Cordillera Occidental a 100 Km. de la ciudad de Ibarra y 92 Km. de San Lorenzo Provincia de Esmeraldas. Está estratégicamente ubicada en el centro de la parroquia de Lita, cerca de Quito, Capital de la República a 208 Km., a 135 Km., de la frontera con la República de Colombia; en el sentido perpendicular, es un eje comunicador entre, la costa y la Sierra Norte.

#### 4.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN

La infraestructura de la Residencial Villalobos Naranjo se encuentra en La Parroquia Rural de Lita, A 600 metros de la panamericana Ibarra San Lorenzo, y a dos cuadras al norte del parque central, frente a la escuela Gonzalo Zaldumbide de Lita.

**Ubicación de la Residencial**  
**Grafico Nro. 46**



**Fuente:** Archivo General de la Junta Parroquial de Lita

#### 4.2.3. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS

El factor más relevante para escoger este punto de ubicación, es el hecho que la Residencial ya está ubicada en este sector, y los turistas consideran que es el punto estratégico ideal para su funcionamiento, es notorio que el turista prefiere alojarse en un lugar tranquilo que brinde

variedad de servicios y lo más importante tener el contacto con la naturaleza, y a su vez degustar de alimentos típicos del sector de ahí la importancia de incrementar los nuevos servicios turísticos en la Residencial Villalobos Naranjo.

#### **4.2.3.1. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN**

En el área de transporte la parroquia de Lita cuenta con una amplia red vial, lo que involucra la diversificación de cooperativas de transporte público así como privado en la prestación de servicios de movilidad ciudadana y de medios o recursos.

Es decir este factor resulta de vital importancia para establecer la ubicación óptima del proyecto ya que este genera la cadena de abastecimiento no solamente de los insumos necesarios para el funcionamiento de la Residencial sino del factor clave para que el negocio funcione en este caso son los turistas.

#### **4.2.3.2. VÍAS DE ACCESO**

En la actualidad a fin de mejorar las vías de acceso a la Parroquia de Lita y a sus principales comunidades, así como también al considerarse un paso de interconexión entre las provincias del norte y sur del país, se viene planificando la ampliación de la vía Ibarra San Lorenzo la cual es el principal acceso a las playas del Ecuador, esto influye mucho para el turista ya que tendrá mayores facilidades para su movilización y acceso a las instalaciones del proyecto.

Otra vía de acceso que se viene trabajando es la recuperación del ferrocarril Ibarra San Lorenzo factor fundamental y clave para atraer mayor acogida de turistas al sector, lo cual permitirá un acceso aún más rápido a las localidades del norte del país y en especial de la parroquia.

#### **4.2.3.3. LO QUE SE PRETENDE IMPLEMENTAR**

El proyecto implica una nueva adaptación de servicios turísticos, lo cual incrementaría la llegada de turistas a Lita, dentro de estos servicios comprende la implementación de internet inalámbrico, guías turísticos, pesca deportiva, paseo a caballo, juegos infantiles, alimentación, los cuales no existen en Lita y la Residencial Villalobos Naranjo quiere ser la pionera en brindar este tipo de servicios y así incrementar sus ingresos y de los habitantes del pueblo en general.

#### **4.3. DISEÑO DE INSTALACIONES**

##### **4.3.1. INSTALACIONES EXISTENTES**

La residencial tendrá como eje principal el servicio de hospedaje y complementarios, los servicios que se pretenden incrementar como son pesca deportiva, guía, paseo a caballo, bajo estos aspectos se describirán y determinaran los requerimientos que van a proveer el desarrollo óptimo del proyecto.

Para que el desarrollo de todas estas actividades sea óptimo, es importante tomar en cuenta los siguientes aspectos, Para el óptimo funcionamiento de éste proyecto, con un buen servicio de calidad requiere contar con las siguientes áreas. A continuación se puede apreciar el plano de la Residencial y la distribución existente; esta en relación a lo que quiere realizar con la implementación de este proyecto.

##### **4.3.1.1. ÁREA ADMINISTRATIVA Y RECEPCIÓN**

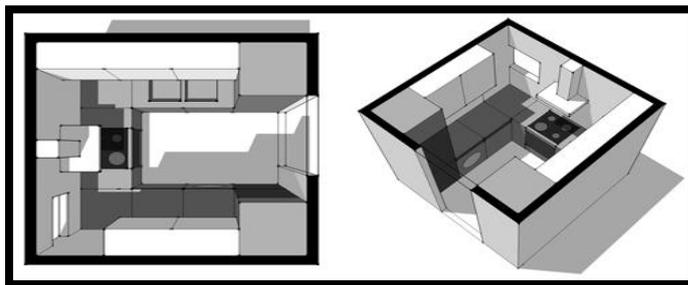
Esta área está destinada a la recepción de turistas, así como también a la administración de la residencial y todas sus áreas operativas.

#### 4.3.1.2. ÁREA DE COCINA DE LA RESIDENCIAL

El área de la cocina debe estar en condiciones adecuadas para brindar el servicio a los propietarios y empleados de la residencial. La cocina tiene un área de 3 metros de ancho por 6 de largo dándonos un promedio de 18 metros cuadrados, esta servirá para la atención de nuestros turistas.

#### Área de Cocina - Residencial

Gráfico Nro.47



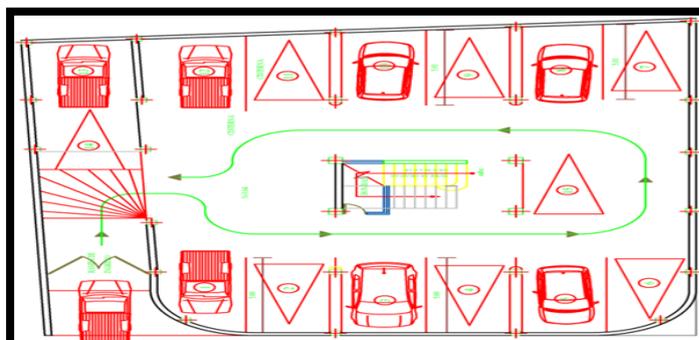
Fuente: Plano arquitectónico del local  
Elaborado: El Autor.

#### 4.3.1.3. ÁREA DEL PARQUEADERO DE LA RESIDENCIAL

El parqueadero cuenta con un área de 84 metros cuadrados, en el cual pueden ingresar la cantidad de hasta 15 vehículos. Este es exclusivo solo para turistas que se alojen en la residencial.

#### Área de Parqueadero - Residencial

Gráfico Nro. 48



Fuente: Plano arquitectónico del local  
Elaborado: El Autor.

#### 4.3.1.4. ÁREA DE ALOJAMIENTO

Estas son las habitaciones que existen actualmente en la residencial las cuales se pretenden amoblar con camas y veladores de acuerdo a la capacidad de cada habitación, se utilizara camas de 2 plazas, y camas literas de 1 plaza con veladores cada una ventilación, y lámparas estos accesorios serán nuevos para dar una mayor acogida a los turistas.

#### Plano Completo Habitaciones - Residencial

Gráfico Nro. 49



Fuente: Plano arquitectónico del local  
Elaborado por: El Autor.

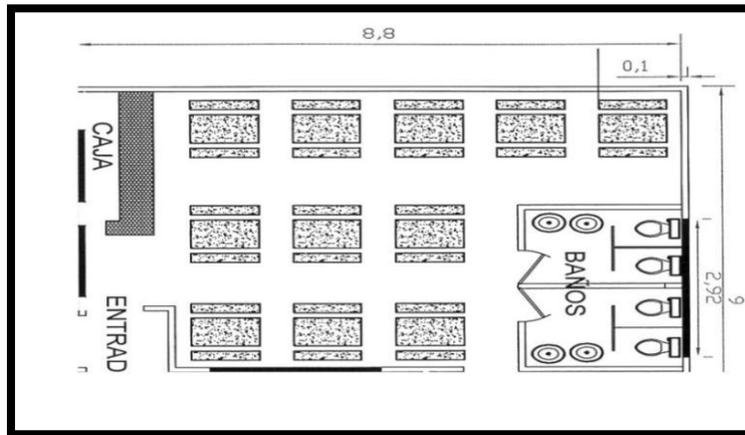
#### 4.3.2. INSTALACIONES A IMPLEMENTAR

##### 4.3.2.1. ÁREA DE COMEDOR

El área de Comedor, cuenta con instalaciones básicas para que el turista pueda servirse a gusto los alimentos que sean a su vez solicitados o alimentos propios de ellos.

Esta área de comedor será nueva y tendrá un área de 10 metros de largo por 6 metros de ancho, la cual contara con baño, mesas, sillas y demás accesorios para mejorar la acogida a nuestros clientes, vale mencionar que esta área está a disposición total de quienes la requieran o a su vez cuando requieran del servicio de alimentación que brindara la residencial que será solo por pedidos.

### Área de Comedor - Residencial Gráfico Nro.50



**Fuente:** Plano arquitectónico del local  
**Elaborado por:** El Autor.

#### 4.3.2.2. ÁREA DE RECREACIÓN

El área de recreación para los niños será nueva y ocupara un área de 15 metros de largo por 11 metros de ancho, dándonos un espacio de 165 metros cuadrados y contara con juegos como resbaladeros, culombios, entre otros juegos.

### Área de Recreación - Residencial Gráfico Nro.51



**Fuente:** Plano arquitectónico del local  
**Elaborado por:** El Autor

## Letreros Ecológicos

### Gráfico Nro.52



**Fuente:** Plano arquitectónico del local  
**Elaborado por:** El Autor.

A lo largo del espacio de la residencial se pretende diseñar un itinerario ecológico que comienza y termina en el área recreativa, y áreas naturales de Lita pasando por lugares interesantes como la Bocana que ofrece impresionantes vistas a los turistas.

#### 4.3.2.3. ÁREA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

El área de prestación de servicios turísticos dentro de esta área se pondrá a disposición los servicios de pesca deportiva, guía turístico, paseos a caballo.

#### 4.3.2.4. ÁREA DE SERVICIOS DE INTERNET

El área de internet inalámbrico o zona wi-fi, y a su vez también estará complementada con cuatro computadoras más con internet para los turistas que requieran de este servicio.

#### 4.4. DISTRIBUCION DE LA PLANTA

Representan las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde funcionarán las diferentes áreas del proyecto.

Es importante indicar que va contener las diferentes áreas con que va estar formada la residencial para tener claro los requerimientos para lo cual a continuación se indica las instalaciones que contemplará el proyecto.

- a. Área administrativa y recepción
- b. Área de cocina
- c. Área de comedor
- d. Área de alojamiento
- e. Área de parqueadero privado
- f. Área de prestación de servicios turísticos
- g. Área de recreación
- h. Área de internet

##### 4.4.1. SERVICIOS QUE OFRECE ACTUALMENTE LA RESIDENCIAL

###### Servicios Actuales - Residencial

Cuadro Nro. 41

Servicio	Descripción del Servicio	Mercado
Alojamiento	La residencial cuenta con 40 habitaciones distribuidas de la siguiente manera: 10 habitaciones matrimoniales 4 con baño privado y televisión con, y ventilación, las 6 restantes solo con camas matrimoniales y ventilación, 15 habitaciones con literas y cama de una plaza, ventilación 5 de estas con televisión, y 10 habitaciones sencillas para una sola persona de las cuales 5 de estas con televisión y ventilación.	Habitantes del sector turistas nacionales y extranjeros.

Sala de actos y conferencias	Para realizar reuniones y eventos por parte de quien lo requiera capacidad para 130 personas.	Habitantes del sector turistas nacionales y extranjeros.
Parqueadero privado	Descubierto con un área total de 84 metros cuadrados, en el pueden ingresar la cantidad de 15 vehículos. Este será exclusivo solo para turistas que se alojen en la residencial, y tendrá vigilancia las 24 horas del día.	Turistas nacionales y extranjeros.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

#### 4.4.2. SERVICIOS QUE SE PRETENDE IMPLEMENTAR

##### Servicios a Implementar - Residencial

Cuadro Nro. 42

Servicio	Descripción del Servicio	Mercado
Guía turístico	Quien ara conocer los lugares más visitados de lita como sus ríos cascadas, túneles, miradores	Habitantes del sector turistas nacionales y extranjeros
Pesca deportiva	En las afluencias del rio lita y rio mira y el baboso en la mañana o noche	Habitantes del sector turistas nacionales y extranjeros
Internet Inalámbrico	Modem de internet inalámbrico dentro de toda la residencial de alta velocidad, y cuatro computadoras con internet que estarán en la recepción.	Personas en general que estén hospedadas en la residencial

Paseos a caballo	Cabalgata por senderos de la parroquia	Público en general que requiera del servicio mayores de 6 años
Alimentación: Platos típicos, bebidas. Solo por pedidos	Solo bajo pedido platos típicos de la parroquia	Público en general que requiera del servicio mayores de 6 años
Área de recreación	Dentro de la residencial Juegos infantiles para los niños	Niños de 3 a 11 años de edad

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

#### **4.4.2.1. REMODELACIÓN DE INSTALACIONES**

La estructura que ya existe en la actualidad y que tiene la construcción civil del proyecto es mixta, combinado de madera y hormigón armado, basado en columnas localizadas de forma que permitan un soporte estructural adecuado, de acuerdo a las normas técnicas. Actualmente las instalaciones se encuentran con un deterioro del 40%, posterior a ello existen trabajos de remodelación para el revestimiento de fallas al interior y al exterior de la residencial.

#### **A). PISOS**

El piso es de hormigón simple, con revestimiento de cerámica no resbalosa para su fácil limpieza y seguridad del personal en la primera planta, en la segunda el piso es de madera. En lo que se refiere a pisos es necesario re encofrar ciertas partes de la residencial.

## **B). PAREDES**

Las paredes son de ladrillo visto, revestidos con esmalte color verde que de brillo. En la primera planta y en la segunda son de madera.

## **C). CUBIERTA**

La cubierta cuenta con hojas de zinc y madera tratada con la finalidad de homogenizar la ventilación, mantener una adecuada temperatura y humedad relativa en los ambientes físicos.

## **4.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: infraestructura civil, terrenos, edificios, procesos de producción, producto, equipo y maquinaria, tecnología, cálculo de materia prima, recursos humanos, entre otros.

### **4.5.1. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO**

Los diagramas de flujo o flujo gramas son diagramas que emplean símbolos gráficos para representar los pasos o etapas de un proceso.

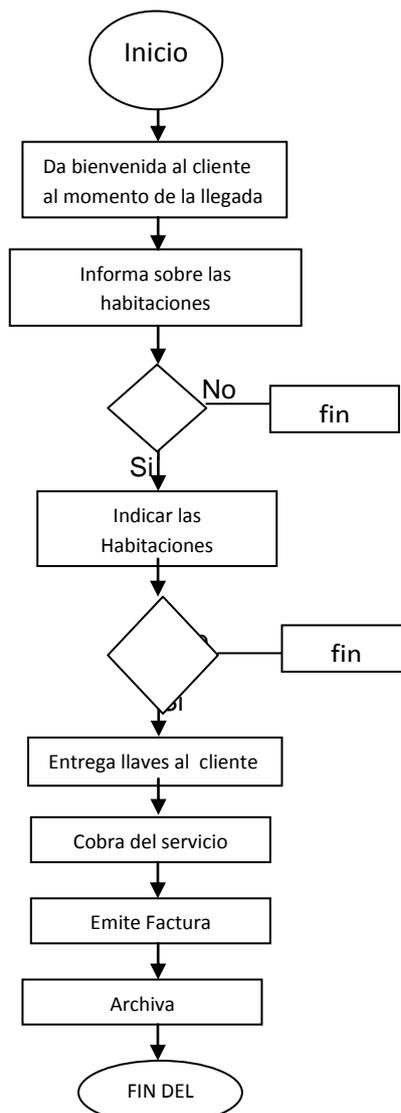
También permiten describir la secuencia de los distintos pasos o etapas y su interacción. Consiste en estructurar gráficamente todo el proceso que contempla el servicio dentro de la residencial Villalobos Naranjo. En esta parte del proyecto se indica de manera general el proceso cómo se van a realizar las actividades dentro de la residencial. Para este proceso de actividades se presentan las siguientes etapas que se describen a continuación.

#### 4.5.1.1. ALOJAMIENTO

Para el desarrollo de este servicio la residencial cuenta con habitaciones amplias y cómodas, las cuales se equiparan completamente y además se facilitara al turista todos los materiales y accesorios indispensables a fin de brindarle una estadía agradable, también se ofrecerá servicios de lavandería a los clientes que lo requieren. En este tipo de servicios la limpieza será primordial, el diseño de las instalaciones ofrecerá funcionalidad general, espacios privados y en general el diseño y ambiente será acogedor.

**Diagrama de Flujo - Alojamiento**

**Gráfico Nro. 54**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado:** El Autor

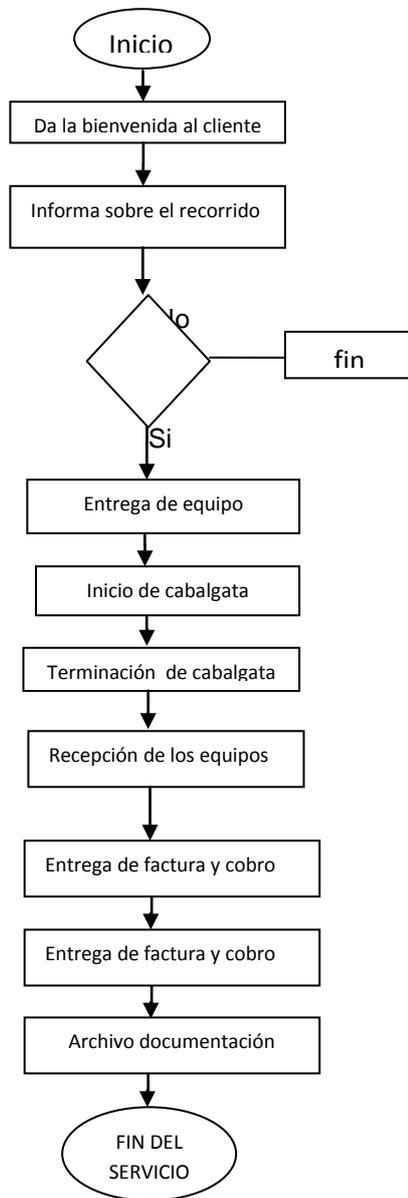
#### **4.5.1.2. RECREACIÓN**

Esta actividad comprende: paseos a caballo por los linderos de la parroquia de Lita, baño en el río, visita a las cascadas y lugares más visitados por los turistas entre otros, pesca deportiva en las afluencias del río Lita, Mira y el Baboso.

En las actividades de guía e interpretación se buscara un equilibrio adecuado de narraciones de historias e información científica. Esto requerirá la participación de personas capacitadas como intérpretes y guías. En definitiva la experiencia en la residencial, será muy apreciada por los visitantes lo que servirá de incentivo para dar valor a los atractivos turísticos de la parroquia y transmitir las tradiciones de esta.

### 4.5.1.3. PASEO A CABALLO

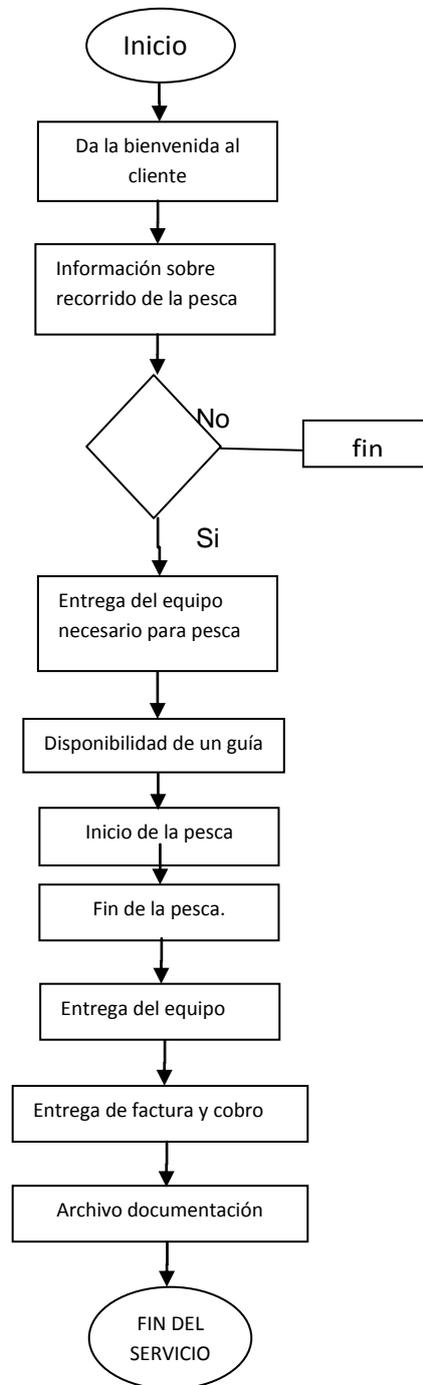
Diagrama de Flujo - Paseo a Caballo  
Gráfico Nro. 55



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado:** El Autor

#### 4.5.1.4. PESCA DEPORTIVA

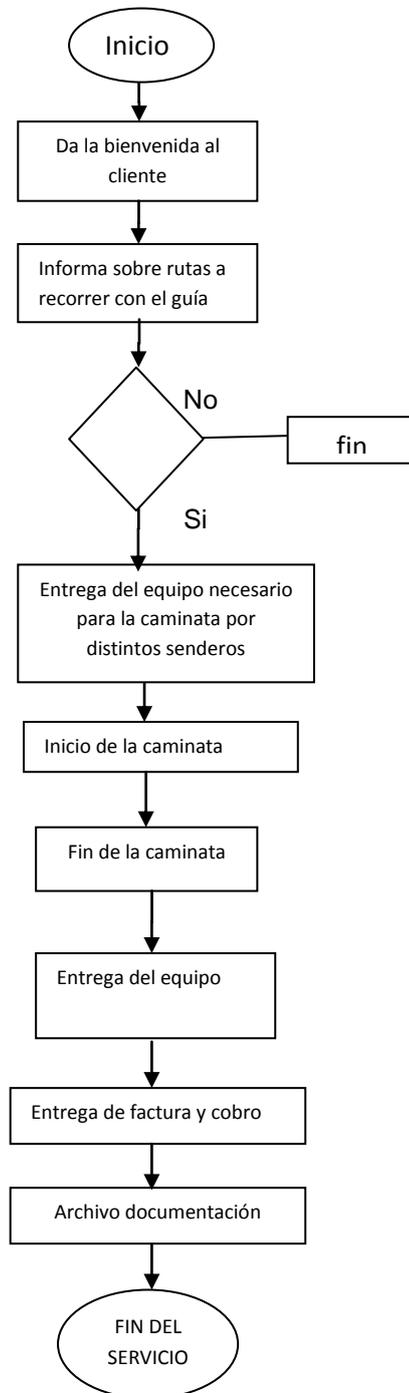
Diagrama de Flujo - Pesca Deportiva  
Gráfico Nro. 56



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado:** El Autor.

#### 4.5.1.5. GUÍA TURÍSTICOS

Diagrama De Flujo - Guías Turísticas  
Gráfico Nro. 57



**Fuente:** Investigación directa

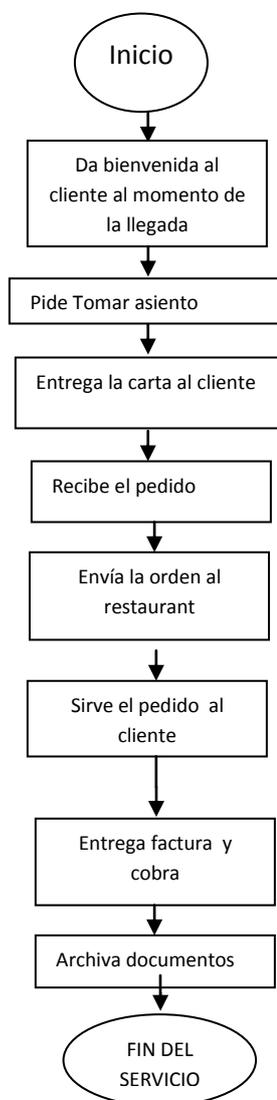
**Elaborado:** El Autor.

#### 4.5.1.6. ALIMENTACIÓN

La residencial ofrece platos típicos del sector solo bajo pedidos, los cuales serán adquiridos ya elaborados por los moradores de la parroquia. Estos platos se los ofertara con un menú diario; en la elaboración de los alimentos se utilizará productos del sector para rescatar las costumbres y tradiciones de sus habitantes.

#### Diagrama de Flujo - Alimentación

Gráfico Nro. 53



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado:** El Autor

#### 4.6. TALENTO HUMANO REQUERIDO

El talento humano es indispensable para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva, a continuación se detallan los requerimientos en mano de Obra Directa e Indirecta:

##### Mano de Obra Directa

**Cuadro Nro. 43**

Nro. Trabajadores	Función	Sueldo Básico Unificado	Fondos de Reserva	Décimo cuarta remuneración	Décimo tercera remuneración	-Aporte IESS	Total Año por trabajador
2	Guías Turísticos	318,00	26,50	318,00	28,71	29,73	8247,90
1	Limpieza	318,00	26,50	318,00	28,71	29,73	4123,95
1	Mayordomo	318,00	26,50	318,00	28,71	29,73	4123,95
1	Camarero	318,00	26,50	318,00	28,71	29,73	4123,95
<b>Total</b>							<b>20619.75</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor.

##### Mano de Obra Indirecta

**Cuadro Nro. 44**

Nro. Trabajadores	Función	Remuneración Básica + IESS	Fondos de Reserva	Décimo cuarta remuneración	Décimo tercera remuneración	-Aporte IESS	Total Año por trabajador
1	Gerente	450,00	0,00	318,00	28,71	29,73	5707,95
1	Contador	200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2400
1	Recepcionista	318,00	0,00	318,00	28,71	29,73	4123,95
<b>Total</b>							<b>12231.90</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor.

El contador cobrara 200 dólares mensuales por concepto de prestación de servicios profesionales, por ese motivo el no recibe los beneficios de ley.

#### **4.6.1.1. HORARIO DE TRABAJO / JORNADA LABORAL**

Se pretende laborar 7 días a la semana, con un turno de 8 horas tarde y noche. La Residencial atenderá al público las 24 horas del día, con dos días de descanso según contempla la ley. El horario de trabajo preestablecido respeta la jornada laboral, lo cual también se complementa con la salida de un día por semana de cada trabajador de forma aleatoria.

La propuesta en cuanto al número., de trabajadores en realidad es baja, considerando principalmente que el proyecto es nuevo y hasta ver un consolidamiento económico del mismo es necesario reducir al máximo los costos por dicho rubro toda vez que es imposible bajar costos en otros rubros.

Con la consolidación del proyecto en el tiempo de a poco se ira considerando incorporar al equipo de trabajo mayor talento humano a fin de no afectar la calidad del servicio. Si bien es cierto que se pueden presentar problemas con lo que se propone, estos se podrán ir corrigiendo según se vayan desarrollando las actividades.

#### **4.6.1.2. DISEÑO DE UNIFORMES**

La Residencial “Villalobos Naranjo” entregara de la dotación de uniformes a todos y cada uno de sus trabajadores. La entrega de la dotación se realizara cada año y su utilización es obligatoria dentro del horario de trabajo. Cada trabajador es responsable de mantener en perfecto estado sus uniformes a fin de brindar una excelente imagen ante los turistas que visitan la Residencial.

Los diseños y costos de los uniformes se detallan a continuación:

## Uniformes del Personal

### Cuadro Nro. 45

<b>Uniforme de Guía Turístico - Chaleco</b>	
<b>Chaleco – Color Café</b>	
<p>Chaleco tipo trabajo, 100% Algodón, tela anti desgaste color verde con logotipo de la residencial.</p> <p><b>Para:</b> Atención y servicio al turista en todas las áreas operativas.  <b>Colores:</b> café y estampado.  <b>Tallas:</b> S.M.L.XL.</p>	
Cantidad Uniformes	20 – café
Cantidad Accesorios – Gorras con Estampado.	20 – café
<b>Costo Total</b>	<b>240.00Usd.</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

## 4.7. TAMAÑO DEL PROYECTO

### 4.7.1. MERCADO

La demanda del turismo en la Parroquia de Lita presenta un camino viable para la implementación de nuevos servicios turísticos en la Residencial Villalobos.

El mercado es altamente atractivo ya que de acuerdo a la información obtenida en el estudio de mercado se determinó que el 100% de la población está dispuesta a adquirir este tipo de servicios propuestos, que muestra claramente que el servicio es aceptado por los futuros turistas.

#### **4.7.1.1. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS**

Para la planeación del financiamiento del proyecto, se debe tomar en cuenta el costo del dinero y el rendimiento del mismo a través del tiempo. Por lo tanto se contará con recursos propios y recursos de terceros como son las Instituciones Financieras entre la cuales encontramos mutualistas, bancos, cooperativas, corporaciones entre otras, las cuales presentan varias alternativas para adquirir un préstamo.

Sin embargo la estructura del proyecto y su financiamiento se presentará mediante un apalancamiento financiero con Instituciones Financieras como El Banco Nacional de Fomento (BNF), mismo que proporciona la facilidad de acceder a micro – créditos productivos, de comercio y servicios para emprendedores y pequeños empresarios.



## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO**

El objetivo de este estudio es proporcionar una visión amplia de las condiciones financieras y económicas en que se llevará a cabo la ejecución del proyecto.

La información económica y financiera deberá ser cuantitativa y confiable a fin de garantizar la toma de decisiones adecuadas, la clasificación de ingresos y gastos lo que ayudará a ejercer un mejor control sobre el presupuesto económico del proyecto y a su vez permitirá determinar la influencia de gastos en factores como: capacidad instalada, distribución de ingresos, proyecciones, constituyéndose de esta manera en un instrumento de análisis para los niveles de decisión del proyecto.

#### **5.1. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

La Residencial Villalobos Naranjo. Para la implementación de los nuevos servicios turísticos contará con un solo socio, el mismo que aportará con dinero y especies que conformarán el capital social, sin embargo dicha aportación no es suficiente para cubrir los requerimientos del proyecto, por lo cual es necesario realizar un crédito bancario que cubra el valor restante.

Para que la Residencial “Villalobos Naranjo” pueda seguir con sus actividades requiere de 40936,56Usd., de los cuales el 35% será financiado con capital propio y el 65% (26608,76Usd.) restante será financiado por un crédito de tipo comercial y servicios en el Banco Nacional de Fomento a una tasa del 15% anual, a cinco años plazo, a continuación se muestra como está distribuido el financiamiento:

## Estructura de la Inversión

Cuadro Nro. 46

Inversión Pre Operacional		
Descripción	Cantidad	Valor Total
Inversión fija	1	37203,50
Inversión capital de trabajo	1	3733,06
<b>Inversión Inicial 100%</b>	<b>1</b>	<b>40936,56</b>
Capital Propio 35%	1	14327,79
Capital Financiado BNF 65%		26608,76
<b>Inversión Total Inicial</b>		<b>40936,56</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### 5.2. COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

El costo de oportunidad permite conocer el rendimiento de la inversión que para el caso representa el 35% que en la actualidad genera un rendimiento financiero del 6.10% y el crédito corresponde al 65% que genera el 15% de interés anual.

#### Coste de Oportunidad

Cuadro Nro. 47

Coste de Oportunidad				
Descripción	Valor	%	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado
Capital Propio 35%	14.327.79	35	6,10	2,135
Capital Financiado 65%	26.608.76	65	15,00	9,75
<b>Total</b>	<b>40936,56</b>	<b>100,00</b>	<b>21,1</b>	<b>11,89</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

El presente proyecto tendrá un rendimiento de por lo menos un 11,89% en caso de ser financiado con una tasa de interés del 15%.

Calculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Datos:

**Coste del Capital = 11.89**  
**Inflación = 0.0535**  
**TMAR = (1+ck) (1+if)**  
**TMAR = (1+0.1189) (1+0.0535)**  
**TMAR = 17.24%**

### 5.3. INVERSIONES

Las inversiones a efectuarse antes de la implementación de los nuevos servicios turísticos se agrupan en tres tipos: activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

Los valores monetarios que implican estos tres rubros para que la Residencia Villalobos Naranjo continúe con sus nuevas actividades, se presentan a continuación:

#### 5.3.1. ACTIVOS FIJOS

Para la gestión y desarrollo del proyecto se hace necesaria la adquisición de maquinaria, equipos y otros activos indispensables para iniciar con la actividad productiva, a continuación se presenta en detalle dichas inversiones:

##### 5.3.1.1. TERRENO Y EDIFICIO

Es importante dar a conocer que la propietaria cuenta con una extensión de 727.44 m<sup>2</sup> cuyo valor comercial es de 49.644.08 USD. Aproximadamente y con un terreno avaluado en 10.000 USD, tomando en cuenta la construcción existente y el buen estado, de acuerdo al avalúo del Municipio de la ciudad de Ibarra

#### Requerimiento de Terreno

**Cuadro Nro. 48**

Descripción	Cantidad	Total
Edificio – Construcción Existente	727.44 m <sup>2</sup>	\$ 49.644.08
Terreno	480 m <sup>2</sup>	\$ 10.000.00

**Fuente:** Avalúos y Catastros Municipio de Ibarra

**Elaborado:** El Autor

### 5.3.1.2. INFRAESTRUCTURA

Se realizara la construcción de todas y cada una de las unidades operativas especificadas en el estudio técnico, mismas que se detallan a continuación:

#### Construcciones e Instalaciones

**Cuadro Nro. 49**

Especificación de Requerimientos en Construcción			
Construcciones e Instalaciones			
Mano de Obra	Especificación de Construcción	V. Parcial	V. Total
			<b>1200,00</b>
	Adecuación de Paredes y Divisiones	250,00	
	Adecuación de Baños	250,00	
	Adecuación de Of. Administrativa	190,00	
	Adecuación de parqueadero	180,00	
	Pegamento de Cerámica	250,00	
	Inst. de grifería y tomas de agua	300,00	
	Instalación de retretes, lavabos, etc.	180,00	
	Pintura Interior y exterior	200,00	
Material y Accesorios	Especificación de Materiales	V. Parcial	V. Total
	1/2 Volqueta de Arena	40,00	<b>1540,00</b>
	Bloques 1m2/13bloqus *0,15ctv	100,00	
	Cemento 2Quintales * m2 a 8usd	100,00	
	Cerámica 3m2 a 8usd	200,00	
	Pintura 1 can. 3 cl. * 80usd	500,00	
	Construcción área recreativa	600,00	
<b>C. Total Construcciones</b>			<b>2740,00</b>
<b>Instalaciones Complementarias</b>			<b>850,00</b>
Instalación Wi-fi	Red Y área de computación	300,00	
Inst. de Seguridad	G4S	200,00	
Rotulo	En alta resolución de 3m*2	350,00	
<b>Total</b>			<b>3590,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado:** El Autor

### 5.3.1.3. MOBILIARIO, ENSERES Y EQUIPOS

#### Mobiliario, Enseres y Equipos

Cuadro Nro. 50

Área	Departamento	Concepto	Nº	C. U.	C.T.
Área Operativa	Hospedaje	Camas literas	20	130	2600
		Camas de 2 plazas	15	100	1500
		Camas de 1 plaza	10	75	750
		Colchones 2 plazas	15	120	1800
		Colchones 1 plaza	50	60	3000
		Veladores	40	35	1400
		Lámparas	40	20	800
		Cortinas	40	15	600
		Sillas	50	7	350
		Edredones	30	25	750
		Cobijas	40	12	480
		Sabanas 2 plazas	20	12	240
		Sabanas 1 plaza	40	10	400
		Toallas	50	10	500
		Televisor LG 14"	20	140	2800
		Ventiladores	40	50	2000
		Lavadoras	1	600	600
		Planchas	3	30	90
	<b>Subtotal</b>			<b>1451</b>	<b>20660</b>
	Cocina	Licuadora	1	105	105
		Cocina	1	400	400
		Gas	2	60	120
		Cafetera	1	50	50
		Microondas	1	90	90
		Refrigeradora	1	600	600
		<b>Subtotal</b>			<b>1305</b>
	Área Complementaria	Área de Recreación y Espacios Verdes	Carretilla	1	70
Palas			2	15	30
Resbaladeras			1	250	250
Columpios			2	100	200
Subibaja			1	150	150
Túneles			2	150	300
Herramientas Varias			10	30	300
Señalización			15	15	225
Sogas por rollos			4	40	160
<b>Subtotal</b>					<b>820</b>
Cabalgata		Caballos	4	400	1600
		Monturas	4	200	800
		Alfombras	4	25	100
		Frenos, riendas y cabestro	5	75	375
		Botas	30	7	210
		Linternas a luz Fr.	20	10	200
		Botiquín de viaje	10	5	50
		<b>Subtotal</b>			<b>717</b>
Pesca Deportiva		Cañas y caretos	10	60	600
		Pesas / cajas	10	7	70

		Anzuelo / cajas	10	5	50
		Nailon	10	3	30
		Chalecos	15	20	300
		<b>Subtotal</b>		<b>95</b>	<b>1050</b>
	<b>Sala de Actos y Conferencias</b>	Proyector	1	500	500
		Pizarra	1	75	75
		Computador portátil	1	600	600
		<b>Subtotal</b>		<b>1175</b>	<b>1175</b>
	<b>Internet</b>	Modem	1	50	50
		Escritorios de Pc.	4	65	260
		<b>Subtotal</b>		<b>115</b>	<b>260</b>
	<b>Área Administrativa</b>	<b>Gerencia</b>	Televisor LG 14"	1	140
DVD LG			1	60	60
Minicomponente			1	140	140
Escritorio			1	80	80
Silla oficina			1	40	40
<b>Subtotal</b>				<b>460</b>	<b>460</b>
<b>Total</b>				<b>29.990</b>	

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

#### 5.3.1.4. MENAJE Y UTILERIA

### DETALLE DE MENAJE Y UTILERÍA

Cuadro N: 51

Menaje de Cocina	Cantidad	C. U.	C. Total
Juego de Ollas	1	80	80
Cristalería (50 piezas)	2	35	70
juegos de cubiertos	2	25	50
Bandejas y charoles	5	5.5	27.50
Vajilla de cocina 1 juego	1	130	130
Hieleras, jarras	4	12	48
<b>Total</b>			<b>405.50</b>

Fuente: investigación directa

Elaborado por: El Autor

#### 5.3.1.5. REQUERIMIENTO DE UTILES DE OFICINA

### Útiles De Oficina

Cuadro Nro. 52

Área Administrativa	Cantidad	C. U.	C. Total
Teléfono	1	85	85
Papelera	1	40	40
Grapadora	1	5	5
Perforadora	1	5	5
Calculadora	1	15	15
<b>Total</b>	<b>4</b>		<b>150.00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

### 5.3.1.6. REQUERIMIENTO DE SUMINISTROS DE OFICINA

#### Suministros de Oficina

Cuadro Nro. 53

Área administrativa	C. Total
Tinta	48
Facturas	50
Otros Gastos	80
<b>Total</b>	<b>178.00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

### 5.3.1.7. REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO

#### Equipo de Computación

Cuadro Nro. 54

Área Administrativa	Cantidad	C. U.	C. Total
Computador	5	500,00	2500,00
Impresora multifunciones	1	150,00	150,00
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>750,00</b>	<b>2650,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

### 5.3.1.8. RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA

#### Inversión Total en Activos Fijos

Cuadro Nro. 55

Descripción	C. Total
Infraestructura (Construcciones e Instalaciones)	3590,00
Mobiliario, enseres y equipos	29990,00
Menaje y Utilería	405,50
Útiles de oficina	150,00
Equipo de oficina	178,00
Equipo de computación	2650,00
Dotación de uniformes	240,00
<b>Total Inversión Fija</b>	<b>37203,50</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### 5.3.2. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo está presupuestado para 1 mes, periodo en el cual es necesario invertir en la fase pre - operativa, en lo posterior el proyecto ira consolidándose y generando liquidez para el desarrollo, continuo de todas las actividades.

#### Capital de Trabajo

Cuadro Nro. 56

Descripción	C. Mes
Materia Prima Directa	213,87
Materia Prima Indirecta	101,34
Productos Terminados (complemento)	260,46
Mano de Obra Directa	1718,31
Gastos Administrativos	945,42
Gastos de Ventas	493,66
<b>Total</b>	<b>3733,06</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### 5.3.3. RESUMEN DE LA INVERSIÓN

La Inversión Total que se necesita para la implementación de los nuevos servicios turísticos en la Residencial Villalobos Naranjo es la siguiente:

#### Inversión Pre - Operacional

Cuadro Nro. 57

Inversión Pre Operacional		
Descripción	Cantidad	Valor Total
Inversión fija	1	37203,50
Inversión capital de trabajo	1	3733,06
<b>Inversión Inicial 100%</b>	<b>1</b>	<b>40936,56</b>
Capital Propio 35%	1	14327,79
Capital Financiado BNF 65%	1	26608,76
<b>Inversión Total Inicial</b>		<b>40936,56</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

## 5.4. INGRESOS

### 5.4.1. INGRESOS PROYECTADOS

Considerando las proyecciones en la prestación del servicio así como los precios de venta de los principales servicios de la Residencial Villalobos Naranjo para el primer año, los ingresos por ventas ascienden a 243669,96usd. Cabe recalcar que para el cálculo en las proyecciones se tomó como base la tasa de crecimiento poblacional anual, mientras que para el precio se aplicó una tasa del 5.35% correspondiente al promedio inflacionario de los últimos 5 años, misma que determina el banco Central del Ecuador al cierre del año 2012.

### Ingresos proyectados

**Cuadro Nro. 58**

Proyección de Ingresos							
Volumen Proyectado en Unidades	Rubro		Años Proyectados				
Detalle	C. Unt.	Cant.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Habitación Sencilla	16,00	508	8129,54	8720,35	9425,26	10148,61	10927,48
Habitación Matrimonial	25,00	1016,5	25413,71	27260,62	29464,22	31725,50	34160,32
Habitación Familiar	45,00	508	22872,29	24534,50	26517,74	28552,89	30744,22
Pesca Deportiva	15,00	407	6104,13	6547,74	7077,02	7620,16	8204,98
Paseo a Caballo	14,00	407	5697,87	6111,96	6606,02	7113,00	7658,90
Guía Turístico	15,00	407	6104,05	6547,65	7076,93	7620,06	8204,88
Servicio de Internet	0,80	407	324,02	347,57	375,67	404,50	435,54
Sala de Actos	25,00	407	10173,46	10912,80	11794,94	12700,16	13674,85
Coca Cola - Desechable	1,00	288	289,35	310,37	335,46	361,21	388,93
Coca Cola - Desechable	0,75	576	433,64	465,15	502,75	541,33	582,88
Coca Cola - Desechable	2,00	144	287,68	308,59	333,53	359,13	386,69
Fanta - Desechable	2,25	72	161,68	173,43	187,45	201,84	217,33
Fanta - Desechable	0,75	360	270,11	289,74	313,16	337,19	363,07
Sprite - Desechable	1,50	360	541,36	580,71	627,65	675,82	727,68
Sprite - Desechable	0,75	360	270,11	289,74	313,16	337,19	363,07
Sprite - Desechable	2,00	288	575,36	617,17	667,06	718,26	773,38
Dasani - Desechable	0,50	2160	1085,79	1164,70	1258,85	1355,46	1459,48
Dasani - Desechable	1,75	480	841,14	902,27	975,20	1050,05	1130,63
<b>Total Ingresos</b>			<b>89575,29</b>	<b>96085,06</b>	<b>103852,07</b>	<b>111822,35</b>	<b>120404,33</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

## 5.5. EGRESOS

### 5.5.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN Y GASTOS

Los costos de producción y gastos están representados por todos los valores que forman parte del proceso productivo tales como; materia prima, mano de obra, gastos generales de fabricación, etc., dichos rubros se incrementan en un 5.35% correspondiente al promedio inflacionario de los últimos 5 años, excepto la materia prima que se incrementa en un 1.82% respecto de la cantidad, considerando que es necesario cubrir la demanda proyectada, y su precio se incrementa en un 5.35% cada año. A continuación se presentan las proyecciones para cada rubro:

#### 5.5.1.1. MATERIA PRIMA DIRECTA

### Materia Prima Directa – Proyección Costo Total

Cuadro Nro. 59

Proyección / Costo x Volumen	Rubro		Materia Prima Directa				
	C. U.	Cant.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Toallas de baño Tipo Tocador	6,5	120	780	836,69	897,49	962,71	1032,68
Jabón de Baño / Sachet	9,5	48	456	489,14	524,69	562,82	603,72
Shampoo H.S (S.10 MI 24 Unds)	3,55	144	511,20	548,35	588,20	630,95	676,80
Detergente Deja Floral 1kg	2,86	60	171,60	184,07	197,45	211,80	227,19
Jabón Ales Súper Lavanda 250gr	0,55	360	198	212,39	227,82	244,38	262,14
Suavitel Primavera 1000ml	3,63	60	217,8	233,63	250,61	268,82	288,36
P. Higiénico Elite Normal X12Unds.	2,76	84	231,84	248,69	266,76	286,15	306,94
<b>Total</b>			<b>2566,44</b>	<b>2752,95</b>	<b>2953,02</b>	<b>3167,63</b>	<b>3397,83</b>

Fuente: Investigación Directa

**a. PRODUCTOS TERMINADOS**

**Productos Terminados – Proyección Costo Total**

**Cuadro Nro. 60**

Proyección Productos Terminados en Precio								
Detalle	Presentación	C.U.	Cant.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Coca Cola –DSh.	1 LT. PET 6 Unds	0,679	288	195,50	209,71	224,95	241,30	258,84
Coca Cola - DSh.	591cc. PET 6 Unds	0,649	576	373,82	400,99	430,13	461,39	494,92
Coca Cola - DSh.	3 LT. PET 6 Unds	1,549	144	223,01	239,21	256,60	275,25	295,25
Fanta - DSh.	3 LT. PET 6 Unds	1,549	72	111,50	119,61	128,30	137,62	147,63
Fanta - DSh.	500cc. PET 6 Unds	0,610	360	219,60	235,56	252,68	271,04	290,74
Sprite - DSh.	1 .5 LT. PET 6 Unds	0,989	360	356,16	382,04	409,81	439,59	471,54
Sprite - DSh.	500cc. PET 6 Unds	0,610	360	219,60	235,56	252,68	271,04	290,74
Sprite - DSh.	3 LT. PET 6 Unds	1,549	72	446,02	478,43	513,20	550,49	590,50
Dasani - DSh.	600cc. S/G Pet12 Unds	0,349	2160	754,02	808,82	867,60	930,65	998,28
Dasani - DSh.	5 LT. PET 4 Unds.	1,168	480	560,76	601,51	645,23	692,12	742,42
<b>Total</b>				<b>3460,00</b>	<b>3522,97</b>	<b>3587,09</b>	<b>3652,37</b>	<b>3718,84</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

**5.5.1.2. MANO DE OBRA DIRECTA**

**Proyección Mano de Obra Directa**

**Cuadro Nro. 61**

Proyección Mano de Obra Directa						
Nro. Trabajadores	Función	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
2	Guías Turísticos	8247,90	8689,16	9154,03	9643,77	10159,72
1	Limpieza	4123,95	4344,58	4577,02	4821,89	5079,86
1	Mayordomo	4123,95	4344,58	4577,02	4821,89	5079,86
1	Camarero	4123,95	4344,58	4577,02	4821,89	5079,86
<b>Total</b>		<b>20619,75</b>	<b>21722,91</b>	<b>22885,08</b>	<b>24109,43</b>	<b>25399,29</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

### 5.5.1.3. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

#### a. Materia Prima Indirecta

#### Proyección Materia Prima Indirecta – Costo Total

**Cuadro Nro. 62**

Proyección / Costo por Volumen	Rubro		Materia Prima Directa				
	C.U.	Cant.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cloro Huracán Galón	6,50	48	312	334,67	359,00	385,09	413,07
Des. Huracán Lavanda Gl.	9,50	72	684	733,71	787,03	844,23	905,58
Cera Liquida Galón	3,55	12	42,6	45,70	49,02	52,58	56,40
Fundas de Basura Grande	2,86	48	137,28	147,26	157,96	169,44	181,75
Guantes	0,55	48	26,4	28,32	30,38	32,58	34,95
Escobas	3,63	48	174,24	186,90	200,49	215,06	230,68
Trapeadores	2,76	72	198,72	213,16	228,65	245,27	263,09
<b>Total</b>			<b>1575,24</b>	<b>1689,72</b>	<b>1812,52</b>	<b>1944,24</b>	<b>2085,53</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### 5.5.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

En los Gastos Administrativos se encuentran considerados los sueldos del personal administrativo, suministros de oficina, servicios básicos, mismos que ascienden al valor de 8107,95Usd., para el primer año de labores, luego de lo cual sufrirá un incremento del 5.35 % anual respecto de la inflación que se genera. A continuación se muestra en detalle dicho incremento

#### Proyección Gastos Administrativos

**Cuadro Nro. 63**

Proyección Gastos Administrativos						
Nro. Trabajadores	Función	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente	5707,95	6013,33	6335,04	6673,96	7031,02
1	Contador	2400,00	2528,40	2663,67	2806,18	2956,31
1	Publicidad	1800,00	1896,30	1997,75	2104,63	2217,23
1	Suministros de Oficina	178,00	187,52	197,56	208,12	219,26
<b>Total</b>		<b>8107,95</b>	<b>8541,73</b>	<b>8998,71</b>	<b>9480,14</b>	<b>9987,33</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### 5.5.2.1. SERVICIOS BÁSICOS

#### Proyección Servicios Básicos

Cuadro Nro. 64

Proyección Servicios Básicos					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	905,04	953,46	1004,47	1058,21	1114,82
Agua	1050,00	1106,18	1165,36	1227,70	1293,38
Teléfono	720,00	758,52	799,10	841,85	886,89
Gas	120,00	126,42	133,18	140,31	147,82
<b>Total</b>	<b>2795,04</b>	<b>2944,57</b>	<b>3102,11</b>	<b>3268,07</b>	<b>3442,91</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### 5.5.3. GASTOS DE VENTAS

En la proyección de los gastos correspondientes a ventas, se da a conocer el gasto generado por el sueldo del vendedor y la publicidad, dichos rubros sufren un incremento del 5.35 % anual respecto de la inflación generada. A continuación se detallan las proyecciones de lo expuesto:

#### Proyección Sueldos Ventas

Cuadro Nro. 65

Proyección Gastos Administrativos						
Nro. Trabajadores	Función	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Recepcionista	4123,95	4344,58	4577,02	4821,89	5079,86
<b>Total</b>		<b>4123,95</b>	<b>4344,58</b>	<b>4577,02</b>	<b>4821,89</b>	<b>5079,86</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### 5.5.4. GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros corresponden a los intereses generados por el préstamo.

## Proyección Gastos Financieros

**Cuadro Nro. 66**

<b>Proyección Gastos Financieros</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Intereses	4118,06	4338,38	4570,48	4815,00	5072,60
<b>Total</b>	<b>4118,06</b>	<b>4338,38</b>	<b>4570,48</b>	<b>4815,00</b>	<b>5072,60</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### 5.5.5. FINANCIAMIENTO

Para que la Pequeña Empresa pueda iniciar sus actividades requiere de 40936,56Usd, de los cuales el 35% será financiado con capital propio y el 65% (26608,76Usd.) restante será financiado por un crédito de tipo comercial y servicios en el Banco Nacional de Fomento a una tasa del 15% anual, a cinco años plazo, préstamo que será amortizado de forma mensual.

### Tabla de Amortización

**Cuadro Nro. 67**

<b>Amortización de préstamos</b>					
<b>Importe</b>	26608,76			<b>Pagos totales</b>	
<b>Años</b>	5			<b>Principal</b>	26608,76
<b>Comisión de apertura</b>	0,00%			<b>Intereses</b>	11372,47
<b>Interés nominal</b>	15,00%			<b>Comisión</b>	0,00
<b>Período de pago</b>	12			<b>Total</b>	37981,23
<b>Tipo amortización</b>	Mensual			<b>Coste Efectivo</b>	
<b>Coste efectivo</b>	16,08%				
<b>Años</b>	<b>Cuota</b>	<b>intereses</b>	<b>Amortización</b>	<b>Amortizado</b>	<b>Pendiente</b>
0					26.608,76
1	633,02	332,61	300,41	300,41	26.308,35
2	633,02	328,85	304,17	604,58	26.004,18
3	633,02	325,05	307,97	912,55	25.696,21
4	633,02	321,20	311,82	1.224,36	25.384,40
5	633,02	317,30	315,72	1.540,08	25.068,68
6	633,02	313,36	319,66	1.859,74	24.749,02
7	633,02	309,36	323,66	2.183,40	24.425,36
8	633,02	305,32	327,70	2.511,10	24.097,66
9	633,02	301,22	331,80	2.842,90	23.765,86
10	633,02	297,07	335,95	3.178,85	23.429,91
11	633,02	292,87	340,15	3.519,00	23.089,76
12	633,02	288,62	344,40	3.863,39	22.745,37
13	633,02	284,32	348,70	4.212,10	22.396,66
14	633,02	279,96	353,06	4.565,16	22.043,60
15	633,02	275,54	357,48	4.922,64	21.686,12
16	633,02	271,08	361,94	5.284,58	21.324,18
17	633,02	266,55	366,47	5.651,05	20.957,71
18	633,02	261,97	371,05	6.022,10	20.586,66
19	633,02	257,33	375,69	6.397,78	20.210,98
20	633,02	252,64	380,38	6.778,17	19.830,59
21	633,02	247,88	385,14	7.163,31	19.445,45
22	633,02	243,07	389,95	7.553,26	19.055,50
23	633,02	238,19	394,83	7.948,09	18.660,67
24	633,02	233,26	399,76	8.347,85	18.260,91
25	633,02	228,26	404,76	8.752,61	17.856,15
26	633,02	223,20	409,82	9.162,42	17.446,34
27	633,02	218,08	414,94	9.577,37	17.031,39
28	633,02	212,89	420,13	9.997,49	16.611,27

29	633,02	207,64	425,38	10.422,87	16.185,89
30	633,02	202,32	430,70	10.853,57	15.755,19
31	633,02	196,94	436,08	11.289,65	15.319,11
32	633,02	191,49	441,53	11.731,18	14.877,58
33	633,02	185,97	447,05	12.178,23	14.430,53
34	633,02	180,38	452,64	12.630,87	13.977,89
35	633,02	174,72	458,30	13.089,17	13.519,59
36	633,02	168,99	464,03	13.553,20	13.055,56
37	633,02	163,19	469,83	14.023,02	12.585,74
38	633,02	157,32	475,70	14.498,72	12.110,04
39	633,02	151,38	481,65	14.980,37	11.628,39
40	633,02	145,35	487,67	15.468,03	11.140,73
41	633,02	139,26	493,76	15.961,79	10.646,97
42	633,02	133,09	499,93	16.461,73	10.147,03
43	633,02	126,84	506,18	16.967,91	9.640,85
44	633,02	120,51	512,51	17.480,42	9.128,34
45	633,02	114,10	518,92	17.999,34	8.609,42
46	633,02	107,62	525,40	18.524,74	8.084,02
47	633,02	101,05	531,97	19.056,71	7.552,05
48	633,02	94,40	538,62	19.595,33	7.013,43
49	633,02	87,67	545,35	20.140,68	6.468,08
50	633,02	80,85	552,17	20.692,85	5.915,91
51	633,02	73,95	559,07	21.251,92	5.356,84
52	633,02	66,96	566,06	21.817,98	4.790,78
53	633,02	59,88	573,14	22.391,12	4.217,64
54	633,02	52,72	580,30	22.971,42	3.637,34
55	633,02	45,47	587,55	23.558,97	3.049,79
56	633,02	38,12	594,90	24.153,87	2.454,89
57	633,02	30,69	602,33	24.756,20	1.852,56
58	633,02	23,16	609,86	25.366,07	1.242,69
59	633,02	15,53	617,49	25.983,55	625,21
60	633,02	7,82	625,21	26.608,76	0,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

## 5.5.6. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Los Activos Fijos pierden su valor por el uso o por la obsolescencia, para compensar esta pérdida contable se utilizó el método tradicional de depreciación para el respectivo cálculo.

$$\text{Depreciacion} = \frac{\text{C. Historico}}{\text{Vida Util}}$$

### Tabla Depreciación

#### Cuadro Nro. 68

DEPRECIACIÓN							
Activo Fijo Depreciable	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	V. Acumulado
Infraestructura	53254,08	2662,70	2662,70	2662,70	2662,70	2662,70	13313,52
Maquinaria y Equipo	30230,00	3023,00	3023,00	3023,00	3023,00	3023,00	15115,00
Menaje y Utillería	405,50	40,55	40,55	40,55	40,55	40,55	202,75
Equipo de Computación	2650,00	883,33	883,33	883,33	2650,00	883,33	6183,33
Eq. y Ut. de Oficina	328,00	32,80	32,80	32,80	32,80	32,80	164,00
<b>Total</b>	<b>86867,58</b>	<b>6642,39</b>	<b>6642,39</b>	<b>6642,39</b>	<b>8409,05</b>	<b>6642,39</b>	<b>34978,60</b>

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** El Autor

## 5.6. ESTADOS PROFORMA

### 5.6.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

#### ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

##### Cuadro Nro. 70

<b>BALANCE DE ARRANQUE</b>					
<b>Residencial Villalobos Naranjo Cía. Ltda.</b>					
<b>Activo</b>			<b>Pasivo</b>		
<b>Activos Corrientes</b>		3733,06	<b>Pasivos Largo lazo</b>		26608,76
Capital de Trabajo	3733,06		Préstamo por pagar	27453,76	
<b>Activos Fijos</b>		96002,56	<b>Capital Social</b>		74426,86
Terreno	10000,00				
Edificio	49644,08				
Infraestructura	3590,00				
Maquinaria y Equipo	30230,00				
Menaje y Utilería	405,50				
Equipo de Computación	2650,00				
Eq. y Ut. de Oficina	328,00				
<b>Activo Diferido</b>		1300,00			
Gastos de Constitución					
Estudios y Diseños	400,00				
Tramites de Constitución	400,00				
G. Pre operativos	500,00				
<b>Total Activos</b>		<b>101035,62</b>	<b>Total Pasivos Y Capital</b>		<b>101035,62</b>

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** El Autor

## 5.6.2. ESTADO DE RESULTADOS

### ESTADO DE RESULTADOS

#### Cuadro Nro. 71

Estado de Resultados					
Residencial Villalobos Naranjo Cía. Ltda.					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Proyectados	89575,29	94662,25	100038,10	105719,24	111723,01
( - ) Costos de producción	43619,99	45756,29	48014,27	50434,64	53026,07
<b>Utilidad Bruta Proyectada</b>	<b>45955,30</b>	<b>48905,96</b>	<b>52023,83</b>	<b>55284,60</b>	<b>58696,94</b>
<b>( - ) Gastos Operacionales</b>					
Gastos Administrativos	8107,95	8414,43	8732,50	9062,58	9405,15
Gastos de Ventas	4123,95	4279,84	4441,61	4609,51	4783,75
Gastos Publicidad	1800,00	1887,84	1979,97	2076,59	2177,93
<b>Utilidad Operacional Proyectada</b>	<b>31923,40</b>	<b>34323,85</b>	<b>36869,75</b>	<b>39535,92</b>	<b>42330,12</b>
( - ) Amortización Gastos Diferidos	1300	0,00	0,00	0,00	0,00
( - ) Depreciación	3805,85	3805,85	3805,85	3805,85	3805,85
( - ) Gastos Financieros (Intereses)	4118,06	4273,72	4435,27	4602,92	4776,91
<b>Utilidad Ant. Part. Emp. e Imp. Rta.</b>	<b>22699,49</b>	<b>26244,28</b>	<b>28628,63</b>	<b>31127,15</b>	<b>33747,36</b>
( - ) 15% Participación Trabajadores	3404,92	3936,64	4294,29	4669,07	5062,10
<b>Utilidad Antes de Imp. Renta</b>	<b>19294,56</b>	<b>22307,64</b>	<b>24334,34</b>	<b>26458,07</b>	<b>28685,25</b>
( - ) 22% Impuesto a la Renta	4244,80	4907,68	5353,55	5820,78	6310,76
<b>Utilidad Neta Proyectada</b>	<b>15049,76</b>	<b>17399,96</b>	<b>18980,78</b>	<b>20637,30</b>	<b>22374,50</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

### 5.6.3. FLUJO DE CAJA PREYECTADO

**Flujo de Caja Proyectado**  
**Cuadro Nro. 72**

Flujo de Caja Proyectado						
Residencial Villalobos Naranjo Cía. Ltda.						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
( = ) Utilidad Neta Proyectada		15049,76	17399,96	18980,78	20637,30	22374,50
Inversión Propia	14327,79					
Financiamiento	26608,76					
Depreciación		6642,39	6642,39	6642,39	6642,39	6642,39
Reinversión					2650,00	
( = ) Total Ingresos		21692,15	24042,35	25623,17	27279,69	29016,89
<b>Egresos</b>						
Pago Préstamo		4071,82	4682,59	5384,98	6192,73	7121,64
Otros Gastos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( = ) Total Egresos		4071,82	4682,59	5384,98	6192,73	7121,64
<b>Total Inversión</b>	<b>-42236,56</b>					
( = ) Flujo De Caja Neto Proyectado		17620,33	19359,76	20238,19	21086,96	21895,25

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

## 5.7. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

### 5.7.1. VALOR PRESENTE NETO (VPN)

Con la utilización del VPN como herramienta de evaluación financiera se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y poder evaluar la inversión de capital utilizado en éste período, para el caso se utilizara una tasa de redescuento del 0.17.24%.

## Cálculo del Valor Presente Neto

**Cuadro Nro. 73**

Valor Actual Neto			
Año	Flujos Netos	F. A. 0,1724%	Flujo Neto Actualizado
0	-40936,56		-40936,56
1	17620,33	0,861	15172,94
2	19359,76	0,741	14355,26
3	20238,19	0,639	12922,26
4	21086,96	0,550	11594,08
5	21895,25	0,473	10366,39
<b>FNA Total</b>			<b>64410,93</b>
			<b>Inversión</b> 40936,56
			<b>VPN</b> 21782,20

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

El Valor Presente Neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto es factible de ejecutar. Al invertir 40936,56Usd durante 5 años se obtendrá 21782,20Usd, que representa un superávit sobre la inversión general realizada.

### 5.7.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

El TIR se ha utilizado para determinar la factibilidad de diferentes opciones de inversión, tomando como base los flujos netos de efectivo.

## TASA INTERNA DE RETORNO

**Cuadro Nro. 74**

Tasa Interna de Retorno				
Periodo	Flujo de Fondos	FNA 0,1724%	F.A. 0,3785%	FNA 0,3785%
1	17620,33	15029,282	0,725	12782,25
2	19359,76	14084,723	0,526	10187,94
3	20238,19	12558,689	0,382	7725,94
4	21086,96	11161,195	0,277	5839,65
5	21895,25	9884,866	0,201	4398,62
TIR				40934,40
				<b>Inversión</b> 40936,56
				<b>VPN = 0</b> -2,16

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** El Autor

Su fórmula es:

$$TIR = Tasa\ Inf. + (T.\ Sup. - T.\ Inf.) \frac{VPN\ Tasa\ Inf.}{VPN\ Tasa\ Inf. - VPN\ Tasa\ Sup.}$$

$$TIR = 0.1724 + (0.3785 - 0.1724) \frac{21782,20}{21782,20 - (2.16)}$$

$$TIR = 0.1724 + 0.2061 * 0.09999100263678$$

$$TIR = 0,37.84\%$$

Considerando los presentes resultados, se determina que la Tasa Interna de Retorno es del 37,84%, misma que es superior a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del 17.24%. Lo que determina que el proyecto se considera aceptable, siempre y cuando las condiciones que surgen al margen del proyecto no varíen hasta el quinto año.

### **5.7.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)**

El siguiente cuadro indica el periodo en el que se recupera la inversión, considerando que para ello es necesario mantener un saldo positivo.

**Periodo de Recuperación de la Inversión**  
**Cuadro Nro. 75**

Periodo de Recuperación de la Inversión			
Periodo	Flujos Netos	Flujo Neto Actualizado	Flujo Neto Acumulado
1	17620,33	15029,28	15029,28
2	19359,76	14084,72	29114,00
3	20238,19	12558,69	41672,69
4	21086,96	11161,20	52833,89
5	21895,25	9884,87	62718,76

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

Cálculos:

**Cálculos (PRI)**  
**Cuadro Nro. 77**

Cálculos PRI	
Inversión	F.N. Ac. Año 1
40936,56	15029,28
Inv. - F.N. Ac	25907,28
F.N.A. Año 2	14084,72
R. = 25907,28/14084,72	
PRI = 1,839388563 * 12 =	
22,07266276	
<b>Años</b>	1
<b>Meses</b>	10
<b>Días</b>	2

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

**Análisis Periodo de Recuperación de la Inversión**

Con los resultados obtenidos por medio del flujo de fondos, puedo concluir que la inversión será recuperada en su totalidad en un año, 10 meses y 2 días; demostrando así la factibilidad económica del proyecto tras su ejecución.

#### 5.7.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Este método sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirven como base de cálculo los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja. Para el cálculo de la relación Beneficio Costo utilizamos la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

#### Relación Costo Beneficio Ing. Y egresos. Actualizados

Cuadro Nro. 76

R.C.B. Ingresos y Egresos Actualizados			
Año	Ingresos	F. Act. 0,1724%	Ingresos Actualizados
1	19573,30	0,853	16695,07
2	21800,20	0,728	15860,21
3	24736,33	0,621	15349,98
4	27663,39	0,529	14642,06
5	61447,74	0,451	27741,30
<b>Total</b>			<b>90288,61</b>
	Egresos	F. Act. 0,1724%	Egresos Actualizados
1	4071,82	0,853	3473,06
2	4682,59	0,728	3406,70
3	5384,98	0,621	3341,62
4	6192,73	0,529	3277,77
5	7121,64	0,451	3215,15
<b>Total</b>			<b>16714,31</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

79433.06

B/C = \_\_\_\_\_

16714.31

B/C = 4,75

La Relación Beneficio Costo asciende a 4,75Usd. Que significa que por cada unidad de dólar invertido la rentabilidad que se obtiene es de 3,75Usd., ante ello es importante señalar que el beneficio costo es aceptable por ser considerado mayor que uno, que indica que la inversión está obteniendo un adecuado retorno.



## CAPITULO VI

### 6. PROPUESTA ESTRATÉGICA

El propósito principal del presente estudio será describir los aspectos administrativos generales de la empresa, y en base a estos establecer los lineamientos que guiaran el cumplimiento de metas, así como el desarrollo normal de actividades en la Residencial Villalobos Naranjo.

#### 6.1. TIPO DE EMPRESA

Existen diversos tipos de empresa, por lo que para poder definirla es necesario hacer un enfoque general hacia todos los tipos existentes y en base a estos realizar una analogía que se ajuste a las características del proyecto.

Se establece la tipología de la empresa de la siguiente manera:

Según el Sector de Actividad: Esta empresa pertenece al sector terciario de la economía, es decir se dedica a brindar servicios de alojamiento a la población.

Según la Propiedad del Capital: El capital al encontrarse en manos privadas se establece que su denominación es empresa de carácter privado

Según el Ámbito de Actividades: De acuerdo a las relaciones de la empresa con su entorno económico y social, se puede decir que sus actividades son desarrolladas dentro del ámbito local; previsto que sus operaciones se encuentran en la unión de las tres provincias Imbabura Carchi y Esmeraldas.

Según el destino de los beneficios: Se está formando como una empresa con ánimo de lucro; debido a que los excedentes entre ingresos y gastos pasan a poder personal de la propietaria.

Según la forma jurídica: Se implantara como una Sociedad Mercantil.

Según el Tamaño: Dicho aspecto engloba al resto de criterios; además de existir otros que determinan el tamaño de las empresas; como el número de empleados, monto de capital invertido, entre otros. Acorde a esta definición y a la actividad comercial de nuestro país, el tipo de servicios a implementar pertenecen a la Pequeña Empresa.

## **6.2. DENOMINACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

### **6.2.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL**

La denominación social de la pequeña empresa con cual se registrara en la Superintendencia de Compañías es: Residencial Villalobos Naranjo. Mientras que el nombre con el cual se mostrara como un establecimiento privado de uso público será el mismo: “Residencial Villalobos Naranjo”.

#### **6.2.1.1. Logotipo**

El logotipo es conocido como un elemento gráfico, que identifica a una persona, empresa, institución o producto, en donde se suelen incluir símbolos claramente asociados con la representación.

A continuación se muestra el afiche de la Residencial, cuya ilustración evoca a la flora y fauna que se encuentra en la parroquia de Lita, y los servicios que se pretenden implementar.

## Logotipo Residencial Villalobos Naranjo

Lita – Ecuador

Gráfico Nro. 54



Elaborado por: El Autor

Adicional los colores elegidos van de la mano con la decoración del local, por lo que los colores que se tomaron son:

**Verde.-** tiene una fuerte afinidad con la naturaleza y nos conecta con ella, nos hace enfatizar con los demás encontrando de una forma natural las palabras justas

**El naranja.-** Este color libera las emociones negativas, le hace sentir menos inseguro, menos penoso, más comprensivo con los defectos de los demás y le aporta ganas de perdonarlo todo.

#### **6.2.1.2. ETIQUETAS**

Las etiquetas comenzaron a utilizarse en la actividad comercial a fin de describir el contenido de envases, recipientes, paquetes con mayor facilidad. Actualmente la etiqueta a más de rotular, diferenciar e identificar a los productos destinados para la venta, sirve también como decorativo con la intención de dar realce a la imagen tanto del producto así como de la residencial lo que resulta más atractivo para el consumidor.

#### **6.2.1.3. ESLOGAN**

**“Diversión Confort y Convivencia con la Naturaleza!!!”**

Este eslogan lo he seleccionado haciendo énfasis a los principales productos y/o servicios que se brindan, siendo estos servicios novedosos, y de gran acogida por los turistas.

#### **6.3. TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA**

En base a lo confirmado con anterioridad, se resume que el proyecto en estudio es una empresa unipersonal de Responsabilidad Limitada en la que una sola persona puede constituir una compañía limitando parte de su patrimonio a una actividad específica, y de esta manera limitaría su responsabilidad civil al monto del capital aportado convirtiéndose la persona jurídica independiente a su persona natural, las compañías unipersonales son aprobadas por un juez de lo civil, y siempre será de carácter mercantil, la representación legal la tendrá el Gerente, quien para el caso es la Señora Enriqueta naranjo Rodríguez..

Domicilio de la Empresa: La Residencial cuenta con edificio propio, la cual está ubicado en la calle principal de la Parroquia de Lita al frente de la escuela Gonzalo Zaldumbide de Lita.

Actividad de la Empresa: Brinda servicio de alojamiento parqueadero privado y servicios para disposición de los turistas.

Productos Principales: Habitaciones, parqueadero privado, pesca deportiva, cabalgata, internet inalámbrico, aéreas de recreación.

## **6.4. PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA**

### **6.4.1. MISIÓN**

Constituye el primer elemento de una empresa u organización, mediante el cual se establece la razón de ser de la nueva unidad productiva, es decir el porqué de su existencia real en nuestro medio.

En concordancia y con relación a lo investigado hasta ahora, se puede redactar la misión de “la Residencial Villalobos Naranjo”, bajo los siguientes aspectos de trascendencia para la vida, funcionamiento y crecimiento de la misma.

**“La Residencial Villalobos Naranjo” tiene como misión esencial ser una empresa dedicada a la prestación de servicios de alojamientos y promoción de servicios turísticos de alta calidad, aprovechando las potencialidades naturales que posee la parroquia de Lita, los paisajes y ríos y el carácter humano de sus habitantes, manteniendo siempre normas sanitarias efectivas con el fin de ofrecer un servicio autentico de primer nivel.**

### **6.4.2. VISIÓN**

La visión constituye el segundo componente importante de una organización, debido a que comprende un enunciado en el cual se va a

plasmar el crecimiento futuro de la Residencial, en un periodo de tiempo determinado.

Entonces, y tomando en cuenta todo lo estudiado para la formulación del proyecto, la visión de “L a Residencial Villalobos Naranjo” es:

**En los próximos tres años la “Residencial Villalobos Naranjo”; será reconocida como la residencial pionera en brindar servicios turísticos recreativos en la parroquia de Lita, con proyección regional, caracterizada por brindar un servicios de gran calidad, vinculados con la innovación y comprometidos con la preservación del medio ambiente.**

#### **6.4.2.1. ELEMENTOS DE LA VISIÓN**

Los elementos que se toman en cuenta para la implementación del presente proyecto desde la visión, son los siguientes:

- a)** Posicionamiento en el mercado turístico gastronómico del sector
- b)** Uso racional de los recursos, naturales, culturales e históricos.
- c)** Ser una Residencial competitiva en relación con la competencia del sector.
- d)** Generar mayor rentabilidad a la empresa.
- e)** Mejorar la calidad de vida del área de influencia del negocio y su entorno.
- f)** Fortalecimiento institucional de la empresa mejorando la cadena de valor que ofrece la residencial.

#### **6.4.3. VALORES CORPORATIVOS**

La descripción de valores corporativos implica desarrollar cultura organizacional orientada a mostrar el direccionamiento del negocio, en

donde el talento humano interiorice dichos valores y los practique por que hacen parte de la convivencia diaria y generan interacción en diferentes contextos de la comunicación humana.

#### **6.4.3.1. HONESTIDAD**

Respetar los derechos y bienes de las personas, siempre tratando a nuestro cliente, empleado y proveedor con la verdad y justicia.

#### **6.4.3.2. ÉTICA.**

Trabajar bajo las reglas y normas que dicta la sociedad y la Residencial como institución.

#### **6.4.3.3. CONFIANZA**

Brindar seguridad al turista de que nuestros, servicios y local son de calidad y no representan ningún peligro.

#### **6.4.3.4. COOPERACIÓN**

Es importante la ayuda y compañerismo dentro de la Residencial que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en conjunto.

#### **6.4.3.5. PUNTUALIDAD**

Cumplir con los horarios de atención al cliente, y con los contratos acordados con turistas y clientes que realicen reservaciones y contratos para el aseguramiento del servicio en la Residencial.

#### **6.4.3.6. CALIDAD**

En el desempeño administrativo, organizacional y operativo ya que esto se reflejará en el servicio y en la satisfacción del turista.

#### **6.4.4. OBJETIVO GENERAL**

Lograr consolidarse en la mente del turista como una Residencial de alta calidad en la rama del turismo ecológico y de aventura, por medio de la innovación constante a nivel de procesos, servicios, atención y servicio al cliente.

#### **6.4.5. OBJETIVOS MICRO-EMPRESARIALES**

- Instalar la Residencial Villalobos Naranjo, dedicada a la prestación de servicios de alojamiento y de servicios turísticos, en la parroquia de Lita Provincia de Imbabura.
- Proporcionar un punto de referencia sobre los beneficios ambientales que otorga este tipo de servicio turístico.
- Mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades y el emprendimiento en negocios innovadores.
- Minimizar costos sin afectar la calidad del servicio y la integridad económica del cliente.

#### **6.4.6. POLÍTICAS DE LA RESIDENCIAL VILLALOBOS NARANJO**

- La Residencial Villalobos Naranjo, trabajara en el abastecimiento de materia prima solamente con proveedores certificados, previa calificación y aprobación por la gerente y/o administrador.
- La falta de puntualidad o inasistencia injustificada, serán sancionadas y podrán dar lugar a recortes en la remuneración, o en su vez perdida del puesto de trabajo.

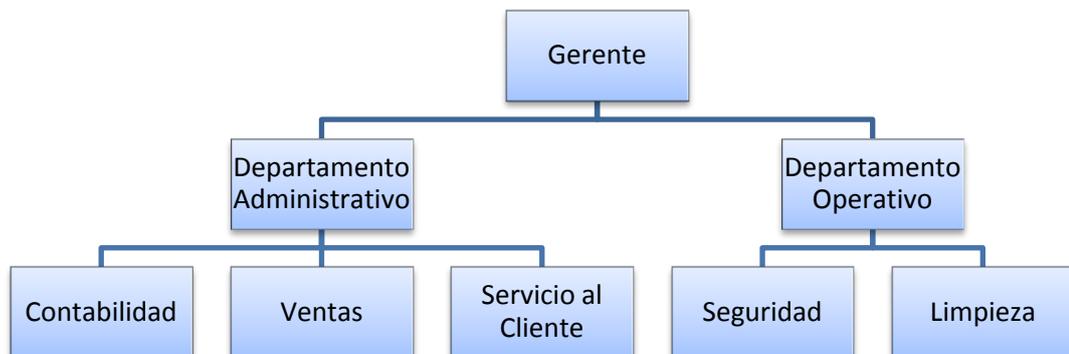
- Guardar respeto y consideración en el trato con sus superiores, compañeros y subalternos.

#### 6.4.7. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA RESIDENCIAL VILLALOBOS NARANJO

Es importante y necesario que toda organización por pequeña que sea elabore la representación gráfica de la organización para que los trabajadores conozcan sus niveles de responsabilidad y autoridad, entre otros usos muy importantes que se le da actualmente a los organigramas. A continuación se presenta el organigrama estructural de la residencial Villalobos Naranjo:

#### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL - DE LA RESIDENCIAL VILLALOBOS NARANJO

Cuadro Nro. 77



**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** El Autor

## 6.4.8. MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones es un proceso que consiste en describir las diferentes acciones, procesos y atribuciones que conforman un determinado cargo y que lo diferencian de los demás cargos que existen en la compañía, se debe enumerar de forma detallada las tareas, periodicidad, objetivos del cargo, métodos de ejecución y evaluación de los resultados esperados..

### 6.4.8.1. GERENTE

#### Manual de Funciones “Gerente”

Cuadro Nro. 78

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Gerente
<b>PERFIL</b>	Administrador de empresas
<b>SALARIO</b>	\$450
<b>PRESTACIONES</b>	Basicas
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Minimo 1 año en el cargo mas certificaciones en servicio y atencion al cliente.
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Planificar todas las actividades operativas de todo el personal de la Residencial.</li><li>➤ Desarrollar planes de ventas</li><li>➤ Estudiar su presupuesto de negocios a fin de superarlo</li><li>➤ Delega funciones a sus subordinados y los supervisa.</li><li>➤ Realizar juntas con todos los trabajadores.</li><li>➤ Realizar cursos de capacitacion.</li><li>➤ Solucionar problemas y quejas de los clientes.</li><li>➤ Hacer relaciones publicas con sus clientes.</li><li>➤ Desarrollar planes publicitarios y de promociones.</li><li>➤ Autorizar pagos a trabajadores</li><li>➤ Revisar permanentemente los ingresos y los egresos y estados financieros</li></ul>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

#### 6.4.8.2. CONTADOR

### Manual De Funciones “Contador”

**Cuadro Nro. 79**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Contador
<b>PERFIL</b>	Auxiliar contable
<b>SALARIO</b>	200Usd.Por Servicios Profesionales.
<b>PRESTACIONES</b>	Basicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Contador publico autorizado (CPA)
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Minimo 1 año en el cargo mas certificaciones en servicio y atencion al cliente.
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Llevar la contabilidad de la residencial apegada a todas las disposiciones legales.</li><li>➤ Responsable de los archivos y registros contables.</li><li>➤ Se encargará de realizar los trámites correspondientes ante el SRI.</li><li>➤ Realizar el control y pago a proveedores.</li><li>➤ Se encargará de la afiliación del personal al IESS y los pagos correspondientes.</li><li>➤ Llevar un registro ordenado de facturas, notas de venta, órdenes de compra, comprobantes de egresos de caja , comprobantes de ingresos de caja, comprobantes de retiro, etc.</li><li>➤ Elaborar roles para el pago de salario a los empleados.</li></ul>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor.

#### 6.4.8.3. RECEPCIONISTA

### Manual de Funciones “Recepcionista”

**Cuadro Nro. 80**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Recepcion
<b>PERFIL</b>	Joven o señorita de 24 a 35 años para atender en la recepcion.
<b>SALARIO</b>	1 Salario minimosvigente

<b>PRESTACIONES</b>	Basicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Profesional con amplios conocimientos en el area de atencion y servicio al cliente.
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Minimo 1 años ejerciendo su profesion
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Indicar habitaciones</li> <li>➤ Entregar llaves</li> <li>➤ Informar sobre precios</li> <li>➤ Recive llaves previa verificacion de habitaciones</li> <li>➤ Realizar y contestar llamadas telefonicas</li> <li>➤ Atencion al turista</li> <li>➤ Atender el internet de la recepcion</li> <li>➤ Solucionar inquietudes de los turistas</li> </ul>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

#### 6.4.8.4. GUÍAS TURÍSTICOS

### Manual de Funciones “Guías Turísticos”

**Cuadro Nro. 81**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Guias Turisticos
<b>PERFIL</b>	Hombres de 24 a 35 años para atender en el area naturaly en el movimiento de turistas en los senderos de Lita.
<b>SALARIO</b>	1 Salario minimo vigente
<b>PRESTACIONES</b>	Basicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Profesional eco - turismo , que conosca bien los lugares que se pretendan visitar , nivel de ingles intermedio, que sepa de manejo y cuidado de caballos, asi como de pesca deportiva.
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Minimo 1 años ejerciendo su profesion
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Guiar a los turistas por senderos de la parroquia de lita y rios.</li> <li>➤ Enseñar todo lo referente a la pesca deportiva a los turistas y practica.</li> <li>➤ Guiar a los caballos durante el transcurso del paseo</li> <li>➤ Insentivat el cuidado al medio hambiente</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dar charlas, inquietudes y enseñar de la vejetacion del sector a los turistas.</li> </ul>
--	--

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

#### 6.4.8.5. MAYORDOMO

### Manual de Funciones “Mayordomo”

**Cuadro Nro. 82**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Mayordomo
<b>PERFIL</b>	Señor de 35 años a 55 años sera encartgado de l cuidado de la residencial y el cuidado de los caballos.
<b>SALARIO</b>	1 Salario minimo vigente
<b>PRESTACIONES</b>	Basicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Personal con o sin experiencia en el area de cuidado de animales y cuidado de casas.
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	0 Años como minimo en cargos afines.
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cuiodado de la residencial</li> <li>➤ Encargado de la alimentacion de los caballos</li> <li>➤ Mantenimiento general de la residencial .</li> </ul>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

#### 6.4.8.6. CAMARERO

### Manual de Funciones “Camarero”

**Cuadro Nro. 83**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Camarero
<b>PERFIL</b>	Joven o Srta. de 24 años a 35 años, con conocimientos en el area de servicio al cliente.
<b>SALARIO</b>	1 Salario minimo vigente
<b>PRESTACIONES</b>	Basicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Formación: Secundaria Conocimientos en atención a clientes Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares

<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	2 Años como mínimo en cargos afines.
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Brindar la bienvenida y atención personalizada a clientes</li> <li>➤ Asignar una Habitación buscando siempre la comodidad del cliente.</li> <li>➤ Informar al cliente sobre el servicio.</li> <li>➤ Mantener limpias las habitaciones y ubicar de manera que se proyecte una buena imagen y ambiente agradable al turista.</li> <li>➤ Cuidar del aseo integral de la residencial.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

#### **6.4.9. REQUISITOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO**

Como resultado de las investigaciones realizadas en la Muy Ilustre Municipalidad de Ibarra, y acudiendo a las respectivas unidades departamentales, se pudo concluir que no existe ningún tipo de impedimento para la puesta en marcha de una pequeña empresa de esta naturaleza.

##### **6.4.9.1. PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**

Los locales donde se presten servicios permanentes de alojamiento o restaurantes en general y que estén sujetos al pago del Permiso de Funcionamiento, deben obtener anualmente el mismo otorgado por las Intendencias Generales de Policía de cada Provincia.

Los requisitos se detallan a continuación:

- El registro único de contribuyentes (RUC)
- Patente Municipal
- Permiso y registro sanitario
- Copia de cedula de identidad

Los Permisos Anuales de Funcionamiento se renuevan cada año y estos requisitos rigen solo cuando se va a sacar el P.A.F por primera vez. Para la renovación anual se necesita el comprobante de pago del permiso del año anterior y la cancelación del costo de la tasa para el presente año, el cual es de 15\$ según lo indica la clasificación emitida por la Intendencia de Policía de Imbabura.

#### **6.4.9.2. REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL (RUC)**

- a. Cedula de identidad de la propietaria
- b. Copia del certificado de votación.
- c. Factura de pago de un servicio básico.

#### **6.4.9.3. REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL POR PRIMERA VEZ**

- Copia de cedula y certificado de votación.
- Escrituras del área física.
- Copia del (RUC).

#### **6.4.9.4. REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO Y EL REGISTRO SANITARIO CERTIFICADO POR EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA**

- a. Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento.
- b. Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud.
- c. Al ingresar la solicitud y documentación, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- d. Entrega del informe final.
- e. Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, con una vigencia máxima de un año.

- f. Permiso de la intendencia
- g. Ficha de inspección
- h. Copia del registro Único de Contribuyentes (RUC)
- i. Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario del establecimiento
- j. Permiso del cuerpo de bomberos
- k. Copia del certificado de Salud conferidos por Centros de Salud del (MSP)
- l. Pago de tasa.

#### **6.4.9.5. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE LOS BOMBEROS**

Conjuntamente con la patente municipal se cobra la Tasa de autorización de funcionamiento para el Cuerpo de Bomberos por un monto correspondiente al 10% del impuesto de patente, pero nunca será mayor de USD \$ 100,00. El valor recaudado será entregado al Cuerpo de Bomberos para la implementación y funcionamiento del Plan de Control y Evaluación de los medios de prevención contra incendios, al fortalecimiento del Plan Fuego, a los programas de capacitación sobre prevención de incendios y a la Unidad Especializada de Quemados.

Los requisitos para la obtención de este permiso son:

- a) Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega en las Oficinas del Cuerpo de bomberos de Ibarra y adjuntar. Informe de la Inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos de Ibarra.
- b) Copia de la Patente Municipal.
- c) Copia de la cédula de ciudadanía si es persona natural o del representante Legal en el caso de persona jurídica.

d) Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.

e) Copia de la inspección del año anterior en caso de existir

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

Para poder operar en el área turística en el Ecuador se necesita estar afiliado a la cámara de turismo.

### **6.5. SEGUIMIENTO Y MONITOREO**

En cada una de las fases del trabajo, las decisiones estarán tomadas de manera oportuna basada en información gerencial y en datos actualizados para que el desarrollo de la residencial sea óptimo. El administrador apoyado del contador realizará el seguimiento y evaluación de la inversión, aplicando medidas correctivas a desvíos o incrementos de gastos.

### **6.6. BENEFICIARIOS**

La implementación de esta nueva actividad económica tendrá beneficiarios directos e indirectos. Los primeros serán los gestores del servicio, mientras que los segundos serán los que describimos a continuación:

a) Los beneficiarios indirectos serán los productores, y dueños de tiendas y comedores, bares y pequeños negocios que existen en la parroquia de Lita porque tienen otra posibilidad de venta que los ya existentes, además la empresa pagará precios justos a sus empleados que les permita a estos mejorar sus ingresos y lograr mayores beneficios económicos.

b) En segundo lugar se beneficiarán los consumidores finales, al ofrecer servicios de calidad creativos, novedosos y aptos para el consumo de todas las edades.

## CAPITULO VII

### 7. IMPACTOS

El análisis de impactos se realiza mediante el empleo de una matriz, que mide el volumen del posible impacto por medio de una puntuación positiva y/o negativa que se otorgue a los diferentes componentes del entorno, en el cual se trabaja, para lo cual se emplea la presente escala:

De 1 a 3 positivo, lo que indica que es favorable

De -1 a -3 negativo, lo que indica que es desfavorable

Con 0 que es indiferente, lo que indica que no es favorable ni desfavorable

#### 7.1. IMPACTO SOCIO-CULTURAL

##### Impacto Socio-Cultural

Cuadro Nro. 84

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Mejora la calidad de vida de los habitantes de la parroquia de lita							x	3
Mejorar la atención a los turistas							x	3
Liderazgo micro-empresarial							X	3
Integración Empresa y sociedad						x		
<b>Total</b>								11

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor.

$$\text{TOTAL} = 11/4 = 2.75$$

En la presente matriz es importante resaltar que el impacto socio-cultural del proyecto es positivo de volumen alto, ello debido a que tiene como finalidad mejorar la calidad de vida de los habitantes de la parroquia de Lita y. Logrando con ello además una mejor atención a los turistas por parte de los moradores de la parroquia como del personal que trabaja en

la residencial, y de esta manera lograr un reconocimiento y liderazgo micro-empresarial en el medio al constituirse en el la primer residencial que ofrece este tipo de servicios turísticos novedosos y de gran acogida por los turistas

## 7.2. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

### Impacto Socio-Económico

Cuadro Nro. 85

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Nivel de ingresos							X	3
Generación de fuentes de trabajo							x	3
Ejecución de proyectos alternativos							X	3
<b>Total</b>								7

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor.

$$\text{TOTAL} = 9/3 = 3$$

El resultado de la presente matriz refleja que el impacto socio-económico es positivo de volumen alto, ello debido a que la generación de fuentes de trabajo es inevitable previsto que toda actividad productiva por más pequeña que sea genera empleo aun cuando sea para una persona, del mismo modo se verá beneficiado el sector comercial de pequeños negocios y productores de la parroquia de Lita, vale recalcar la ejecución de proyectos que benefician a los moradores de la parroquia de Lita y sus alrededores en general.

### 7.3. IMPACTO AMBIENTAL

#### Impacto Ambiental

**Cuadro Nro. 86**

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Servicios turísticos con contacto con la naturaleza							x	3
Cero reutilización de insumos						X		2
Manejo adecuado de desechos							X	3
Señalización y concientización a los turistas.							X	3
Cuidado del medio ambiente							x	3
<b>Total</b>								14

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor.

$$\text{TOTAL} = 14/5 = 2.8$$

El resultado de la presente matriz refleja que el impacto ambiental es positivo de volumen medio alto, esto debido a que se trabajara con servicios que tiene contacto directo con la naturaleza, y brindando una buena señalización y concientización a los turistas con el cuidado del medio ambiente, control de desechos que no generan un daño ambiental considerable sabiéndolos tratar, en contraposición a ello, tratándose de servicios turísticos podemos hablar de botellas plásticas, fundas, latas, vidrios, se dotara de una funda para q los turistas acumulen ahí la basura para luego dividir estos desechos.

#### 7.4. IMPACTO GENERAL

### IMPACTO GENERAL

Cuadro Nro. 87

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Impacto Social							x	3
Impacto Económico							x	3
Impacto Ambiental							x	3
<b>Total</b>								9

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor.

$$\text{TOTAL} = 9/3 = 3$$

El impacto general del proyecto es el resultado del promedio de los principales impactos generados, en donde es fácil apreciar que se ha generado un nivel de impacto alto, lo que significa que al ejecutar el proyecto no se está afectando a ningún sector, sino más bien se está generando un beneficio a la población en general y al inversionista como ejecutor del proyecto.

## CONCLUSIONES

- El análisis situacional local realizado permitió conocer los factores favorables y desfavorables para la ampliación e implementación de los nuevos servicios turísticos en la Residencial Villalobos Naranjo en la parroquia de Lita.
- El marco teórico permitió extraer las ideas prioritarias del proyecto, con el objetivo de comprender y llegar a una definitiva conclusión de cada uno de los temas que se mencionan en el capítulo II, sustentando la realización del proyecto.
- El estudio de mercado permitió establecer que actualmente existe una demanda de 5777 turistas anuales que visitan Lita ; los oferentes que, son un total de 3 microempresas, abastecen el mercado local y pueden atender a 2444 turistas anuales, por lo tanto se determinó una demanda insatisfecha de 3333 que es el 89% de demanda q existe en Lita y no alcanza a cubrir la competencia.
- En el estudio técnico se pudo ver donde es más factible que se encuentre el proyecto a través de la macro y micro localización, también se pudo determinar el valor de la inversión necesaria para la ampliación de los nuevos servicios turísticos, que será de \$ 40.935.56, de los cuales \$ 14327.45 aporta el (35%) aporta el propietario y el \$ 26.608.76 (65%) mediante financiamiento.
- El estudio financiero permitió determinar la rentabilidad del proyecto, la cual está definida por: Valor Actual Neto (VAN), obteniendo \$21782.20, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del

37.84%, La relación Costo Beneficio equivale a 4.75, el Periodo de recuperación es de 1 año, 10 meses, 2 días.

- En el Estudio Organizacional se pudo establecer el tipo de empresa al que pertenecerá la Residencial Villalobos Naranjo, la cual será una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, de igual manera se estableció la visión, misión y valores con los que se manejará la organización, de la misma manera se estructuró la organización y las funciones de cada área.
- En los impactos del proyecto se pudo determinar las incidencias y las políticas que tomará en cuenta la empresa para contribuir en el aspecto socio-económico, socio-cultural, y ambiental.

## RECOMENDACIONES

- Se debe analizar los factores diagnosticados, donde se implantara el proyecto, ya que esto nos ayudará a saber si es requerida y favorable su puesta en marcha.
- Efectuar una investigación teórica, de modo que permita tener un concepto más amplio de cada uno de los temas y así poder completar el proyecto de una forma más rápida y efectiva.
- Se debe incrementar la demanda existente de turistas en Lita, estableciendo una promoción constante, mostrando los aportes positivos del producto, de igual manera cumplir con los estándares de calidad, cumpliendo con las expectativas de los turistas, en calidad y precio.
- Se debe monitorear los procesos de los deferentes servicios turísticos que serán implementados en la residencial y además es necesario evaluar todas las alternativas de financiamiento, garantizando al negocio una tasa de interés baja.
- Asignar los recursos en la implantación del proyecto, ya que de acuerdo a la evaluación financiera, se ha demostrado que es viable y se podrá generar rentabilidad en un largo plazo.
- La filosofía empresarial y las funciones de cada una de las áreas deben establecerse, de manera que sean comunicadas a toda la organización, y así poder establecerse como una empresa óptima.
- Es necesario realizar un buen estudio de impactos ya que se podrá determinar políticas que permitan el beneficio de la sociedad en lo económico, cultural y ambiental.

## BIBLIOGRAFÍA

- 1) **HELLRIEGEL, Jackson Slocum.** (2009) Administración / Un Enfoque Basado en Competencias. 11ª. Edición. CENGAGE Learning. México.
- 2) **BACA URBINA, Gabriel.** (2007) Evaluación de Proyectos. Quinta Edición Mac Graw Hill, México.
- 3) **CHIAVENATO, Adalberto,** (2007), Introducción a la teoría general de la Administración la Dirección. (3ª Ed.) pág. 58
- 4) **DERKRA College,** Teoría de la organización el Control (01-2010). pág. 58
- 5) **GARCÍA, Julio y CASANUEVA, Cristóbal.** Prácticas de la Gestión Empresarial. Mc Graw Hill (Ed.). Pág. 3.ç
- 6) **CORRALES, Francisco.** Resource Library - Dictionary, 22 de Julio 2009.American Marketing Asociación (A.M.A.).
- 7) **SENA** “Servicio Nacional de Aprendizaje el turismo”. (2007)
- 8) **BARROSO GONZALES FERRER,** Jorge Ramón. (2007).
- 9) **LAROUSSE Editorial,** Residencial S.L. (2009)
- 10) **BONTA Patricio y Mario Farber,** Del Curso Práctico de Técnicas Comerciales, de Ediciones Nueva Lente, Fascículo Nro. 27, Pág. 525
- 11) **BACA, Gabriel.** La Oferta (2010) Pág. 41
- 12) **PARKIN,** Demanda Michael. (2009) Pág. 61
- 13) **BACA,** Gabriel. Demanda potencial Insatisfecha (2010) Pág. 43
- 14) **URBINA,** Baca, comercialización; 2007
- 15) **KOTLER P. AMSTRONG G.** Precio (2008). Pág. 355S.A., México
- 16) **BENJAMIN,** Enrique. FINCOWSKY, Franklin. (2009) ,Pág. 37
- 17) **KOONTZ Harold,** WEIHRICH Heinz, (2009), Pág. 11
- 18) **URBINA, BACA;**(2007); El Estudio Técnico (Pág. 92).Evaluación de Proyectos. Quinta Edición Mac Graw Hill, México.
- 19) **BACA, Gabriel.** Tamaño óptimo del proyecto (2010) Pág. 75;
- 20) **BENJAMIN, Enrique. FINCOWSKY, Franklin.** Determinación del espacio físico (2009) Pág. 196;

**21)CHILQUINGA, Manuel** materia prima directa (2008).

**22)CHILQUINGA, Manuel,** punto de equilibrio (2008)

## **LINCOGRAFÍA**

<http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>2007.

<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>2010.

[www.imbabura.gob.ec](http://www.imbabura.gob.ec). 2012

[www.touribarra.gob.ec](http://www.touribarra.gob.ec).2011

# ANEXOS

## AFICHE DE LA RESIDENCIAL

# RESIDENCIAL VILLALOBOS-NARANJO



**TIENE A SU DISPOSICIÓN SERVICIOS Y  
PAQUETES TURÍSTICOS COMO:**



### HOSPEDAJE

Habitaciones de 1 a 6 personas  
con baño privado.



### GUIA TURISTICO

PASEO A CABALLO



PLATOS TÍPICOS



ÁREA DE RECREACIÓN

PESCA DEPORTIVA

## LITA

ATRACTIVO TURÍSTICO

CALLE PRINCIPAL DE LA PARROQUIA DE LITA 15-32 (FRENTE A LA  
ESCUELA GONZALO ZALDUMBIDA



# LITA

## ATRACTIVO TURISTICO

### LITA PURO ENCANTO

#### ATRACTIVOS DE LITA



**Categoría:** Sitios Natural  
**ORIGEN:** El Rio Lita nace en las montañas del Cotacachi

**FLORA:** Chonta, Guayaba, Mamey, Mandarina, Plátano, Fruta de pan, Caña agria, Higerilla, Zapote, Limón, Araza, Borojó, Chirimoya, Guanábana, Café, Maní, Camote, Maracuya, naranjilla, Achotillo.

**FAUNA:** Venado, Puerco espin, Guanta, Guatusa, Tigrillo, Mono, serpiente

RIO BABOSO



RIO CRISTAL



**DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE:** la vegetación se acopla a la geomorfología, y claramente se puede ver remanentes de bosque secundario que se va desarrollando

**POSIBLES ACTIVIDADES**  
Interpretación ambiental de la zona, Observación de aves, Caminata por la orilla del río  
Fotografía del entorno, Recreación, Rafting, Pesca



LAS CHORERAS



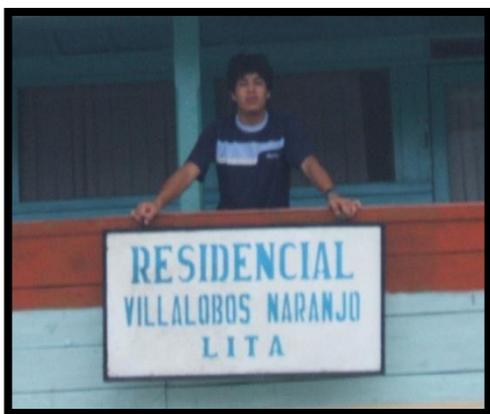
CHUCHUVI



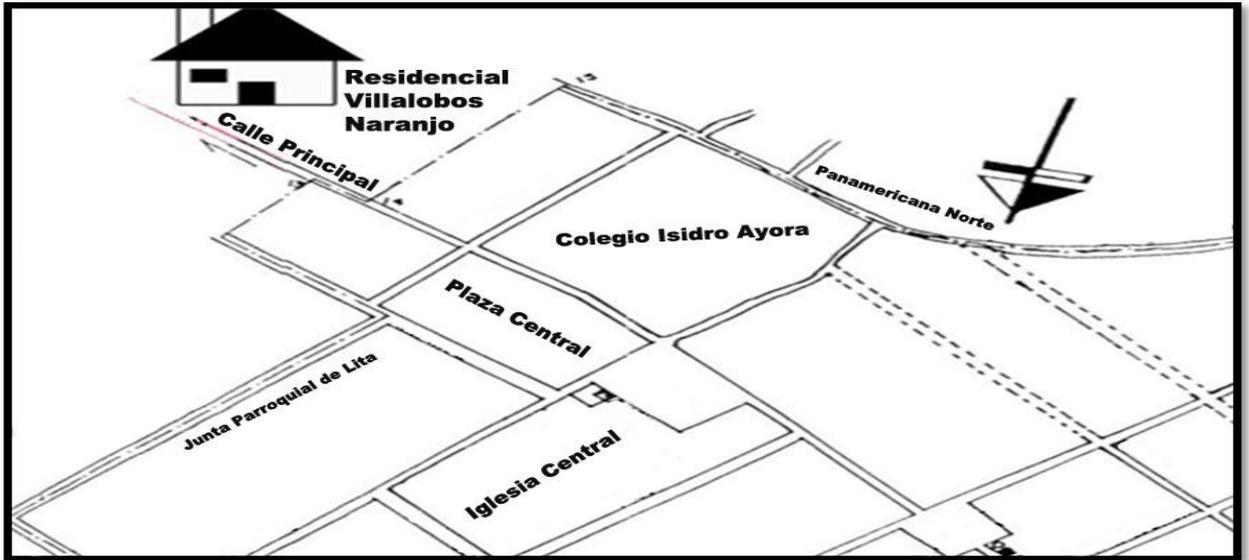
FLORA Y FAUNA

### LUGARES MAS VISITADOS DE LITA

FOTOS DE LA RESIDENCIAL VILLALOBOS NARANJO – LITA



## MAPA DE UBICACIÓN DE LA RESIDENCIAL



## PRODUCTOS QUE SE DAN EN LITA



## SEGURIDAD



## GASTRONOMIA DE LITA



## PESCA



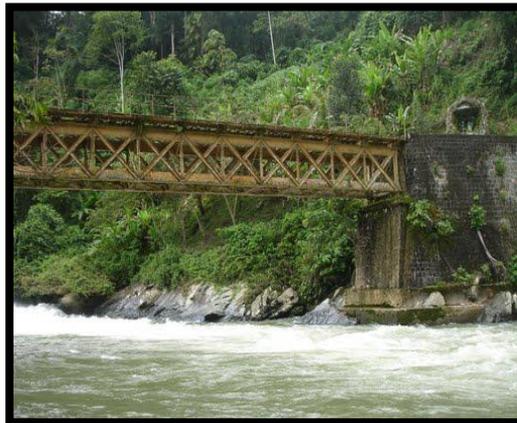
## CABALGATA



## FERROCARRIL



## FOTOS DEL RIO



## PESCA EN ELRIOLITA





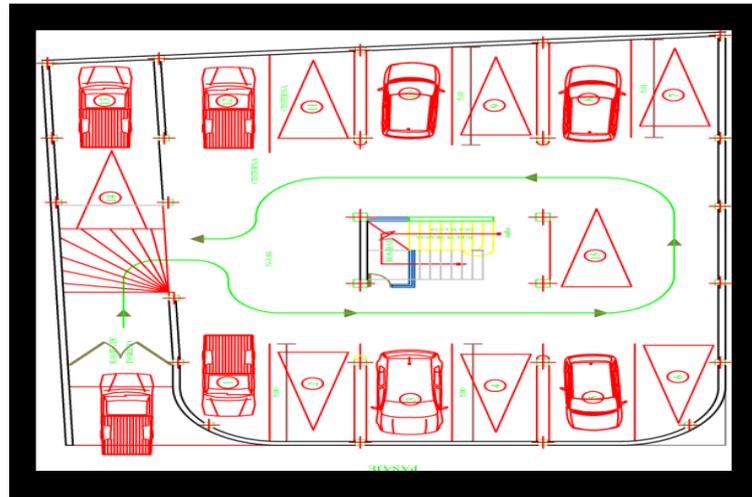
## SEÑALIZACION



## AREA DE RECREACION



## GARAJE



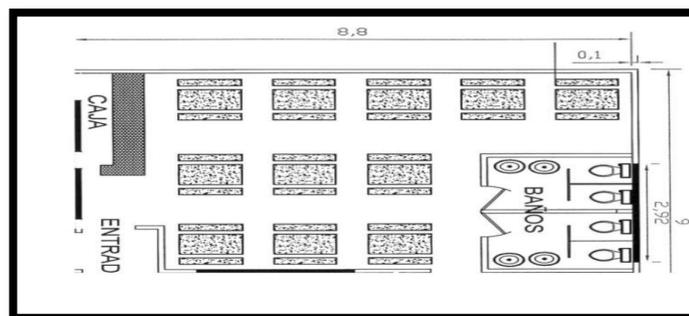
## INTERNET



## BEBIDAS



## COMEDOR



**UNIFORMES**  
**Uniformes del Personal**  
**Cuadro Nro. 55**

<b>Uniforme de guía turístico</b>	
<b>Camiseta de Cuello – Color verde con Estampado</b>	
<p>Chaleco tipo trabajo, 100% Algodón, tela anti desgaste color verde con logotipo de la residencial.</p> <p><b>Para:</b> Atención y servicio al turista en todas las áreas operativas.</p> <p><b>Colores:</b> café y estampado.</p> <p><b>Talas:</b> S.M.L.XL.</p>	
Cantidad Uniformes	20 – Verdes
Cantidad Accesorios – Gorras con Estampado	20 – Verdes
<b>Costo Total</b>	<b>240.00Usd.</b>



## FACTURAS COLCHONES



**colchón muelles + látex**  
90x190x23 cm

altura 23 cm  
acolchado látex  
ambas caras  
muelle NormaBlock Top  
tejido Stretch 100%  
transpirable

**159**

**CALYPSO**

Confortable colchón de espuma de polímeros con tres zonas de soporte efectiva. Lo espuma de alta densidad tiene gran firmeza permitiendo que la espalda y la columna vertebral descanse adecuadamente. Totalmente matelesada. No aplica colchón. Producido con 3 capas de seleccionados materiales nacionales e importados para su mayor confort. Peso 17 kg. de otros y 71 kg. en total de desdoblado.

LA COMBINACIÓN PERFECTA ENTRE FIRMEZA, SUAVIDAD Y PRECIO.

**COLCHÓN PIERO CALYPSO**

- MEDIDA 0.80 X 1.90 X 0.18 Mts.
- 1 ALMOHADA DE REGALO!
- GARANTÍA 1 AÑO

ENTREGA INMEDIATA Y SIN CARGO A CAPITAL FEDERAL Y PARTE DE GRAN BS.AS. \*

## FACTURAS DE CAMAS



**textil**  
**FIXER s.r.l.**

Grupo Simons 4042 (ex Formosa)  
17000 Toldado - Pcia. de Bs. As.  
Tel. 4332 4012 / 4334 4017  
www.fixer.com.ar

FACTURA Nº 0001 - 00014692  
FECHA: 20 / 12 / 11

Beneficiario: GILMER S.A.  
Domificio: DIAZ COLONIERO 3263 PB Localidad: CABA.  
TUP: RESPONSABLE INSCRIPTO C.U.I.T.: 30-70794190-S  
Cond. de Venta: CUENTA CORRIENTE

CANT.	DESCRIPCION	P.UNIT.	TOTAL
300	MTR 0000232 JEAN MULEIR	98,80	31644,00

**PROCESADO**

SUBTOTAL 31644,00 SUBTOTAL IVA INCLUIDO 38264,06

Imprenta ARJIS de Carlos A. Bolonki e hijos S.R.L. - CUIT: 30-61271247-2 - Hab. 070187  
Impreso el 11/2010 - Del Nº 0001-00014001 AL 0001-00015000 CAI: 30054102925390  
ORIGINAL FECHA VTO.: 27/09/2012



## COTIZACIONES DE COBIJASCOTIZACION DE LAMPARAS



## COTIZACION DE LAVADORAS, REFRIGERADOR, COCINA, DVD, TV



**Refrigeradora EWT3506D Plata**

- Dispensador de 3 litros
- Cajón para frutas y legumbres con control de humedad
- Bandeja de cristal templado con sistema antiderrame

**+ SUPERCOMBO PARRILLERO**

**Ganguitas Semanales desde \$18,44**



**Lavadora AP 520 BL/BBF9D**

- Lavado antibacterial Nano Silver
- Sistema de secado DCD
- Lavado por aeroburbujas

**+ SUPERCOMBO PARRILLERO**

**Ganguitas Semanales desde \$24,51**

**AHORRO \$73,61**

Envío \$ 700,00  
Manual \$ 10,00  
Instalación \$ 200,00



**Mini-componente MHC-6PXS**

- Electra DJ
- Dual USB Rec./Play
- 3 entradas auxiliares para TV/DVD/Play Station o PC

**+ SUPERCOMBO PARRILLERO**

**Ganguitas Semanales desde \$10,25**

**AHORRO \$73,61**

Envío \$ 700,00  
Manual \$ 10,00  
Instalación \$ 200,00



## PROFORMAS DE LINTERNAS



### CARACTERISTICAS:

Linternas a Luz frontal de alta calidad con garantía

Largo alcance y gran iluminación

Anexo F. Cotización Equipo y Muebles de oficina:

	
	<p><b>U\$S 599<sup>99</sup></b></p> <p>Artículo usado Azuay (Cuenca)</p>
<p>●Sistema operativo</p>	<p>Genuine Windows<sup>®</sup> 7 Home Premium</p>
<p>Fabricante del procesador</p>	<p>Intel</p>

<b>Tipo de procesador</b>	Core i3
<b>Procesador Modelo</b>	2120
<b>Velocidad del procesador</b>	2.1 GHz
<b>Memoria estándar</b>	4 GB
<b>Memoria máxima</b>	8 GB
<b>Tecnología de memoria</b>	DDR3 SDRAM
<b>Lector de tarjetas</b>	Sí
<b>Tarjeta de memoria compatibles</b>	Secure Digital (SD) Tarjeta xD-Picture Card (MMC) Memory Stick Memory Stick PRO
<b>Modelo</b>	Intel HD Graphics
<b>Capacidad del disco duro</b>	1000 GB
<b>Interfaz del disco duro</b>	Serial ATA
<b>RPM de disco duro</b>	7200
<b>Tipo de unidad óptica</b>	Grabadora de DVD
<b>Los medios ópticos compatibles</b>	DVD-RAM / ± R / ± RW
<b>Tamaño de la pantalla</b>	23"
<b>Tipo de Pantalla</b>	Active Matrix TFT LCD a color
<b>Tecnología de Pantalla</b>	CineCrystal
<b>Tecnología de retroiluminación</b>	LED TOUCH
<b>Soporte HDCP</b>	Sí

<b>Tarjeta de TV</b>	No
<b>Wi-Fi</b>	Sí
<b>Wi-Fi estándar</b>	IEEE 802.11b/g/n
<b>Tecnología Ethernet</b>	Gigabit Ethernet
<b>Bluetooth</b>	No
<b>Webcam</b>	Sí
<b>Micrófono</b>	Sí
<b>HDMI</b>	No
<b>Número total de puertos USB</b>	4
<b>Número de puertos USB 2.0</b>	4
<b>VGA</b>	No
<b>De red (RJ-45)</b>	Sí
<b>Sistema operativo</b>	Genuine Windows <sup>®</sup> 7 Home Premium
<b>Arquitectura del S.O</b>	64-bit
<b>El software incluido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Microsoft<sup>®</sup> Office Starter: de funcionalidad reducida de Word y Excel<sup>®</sup> sólo con la publicidad. No<sup>®</sup> PowerPoint<sup>®</sup> o Outlook. Comprar Office 2010 para utilizar el software con todas las funciones.</li> <li>• Bing Bar<sup>™</sup></li> <li>• Windows Live Essentials<sup>™</sup></li> </ul>



**U\$S 150<sup>00</sup>**

Artículo usado  
Pichincha ( Quito ) (Quito)

Imprimir

Tecnología de impresión: 4 colores (CMYK) drop-on-demandMicroPiezo<sup>®</sup> tecnología de inyección de tinta

Tamaño de la Gota de tinta mínima: 3 tamaños de gotas, tan pequeñas como 3 picolitros

Resolución máxima de impresión: 5760 x 1440 ppp optimizados

ISO Velocidad de impresión:

Negro: 6,3 ppm ISO 1

Color: 3,3 ppm ISO 1

Copiar

Modos de copia:

Color

Negro y Blanco

Borrador

Normal

Cantidad de copias: 1 - 99 (sin PC)

Tamaño de copia máxima: 8,5 "x 14" (sin PC)

Funciones de copia:

Ajustar a la página

Reducción automática y ampliación (25 - 400%)

Densidad de la copia ajustable

Escanear

Tipo de escáner: color de cama plana / alimentador automático de documentos

Dispositivo fotoeléctrico: sensor CIS línea

Resolución óptica: 2400 dpi

Resolución Hardware: 1200 x 2400 dpi

Máxima Resolución: 9600 x 9600 ppp interpolados

Escáner con profundidad de bits: 48-bit color / 24-bit de salida

[WWW.MERCADOLIBREECUADOR.COM](http://WWW.MERCADOLIBREECUADOR.COM)

[www.mercadolibre.com.ec/MEC-400831302-muebles-de-oficina-estacion-y-sillon-de-gerencia-JM.htm](http://www.mercadolibre.com.ec/MEC-400831302-muebles-de-oficina-estacion-y-sillon-de-gerencia-JM.htm)

#### Muebles de oficina



**U\$S 80<sup>00</sup>**

Artículo usado  
Pichincha ( Quito ) (Quito)

#### Detalles Internos

Escritorio de madera Para oficina u negocio

#### CARACTERISTICAS:

- ✓ Estación de trabajo para gerencia color café con cajonera de metal 1.80 x 1.80 cm
- ✓ Valoración menor al 30% del valor real de los muebles

[WWW.MERCADOLIBREECUADOR.COM](http://WWW.MERCADOLIBREECUADOR.COM)

[www.mercadolibre.com.ec/MEC-400726033-uniden-tru5885-telefono-inalambrico-58ghz-con-contestador- JM.htm](http://www.mercadolibre.com.ec/MEC-400726033-uniden-tru5885-telefono-inalambrico-58ghz-con-contestador- JM.htm)

**Uniden Tru5885 Teléfono Inalambrico 5.8ghz Con Contestador**



**U\$S 39<sup>99</sup>**

**DetallesInternos**

5.8 GHz Digital Spread Spectrum

1 Handset Expandability

Digital Answering

SystemBase Dual Keypad/Speakerphone

Handset Speakerphone

Call /Caller ID

## SISTEMAS Y TECNOLOGÍA ECUADOR

PUNTOS DE VENTA-COMPUTADORES-EQUIPOS DE OFICINA-CAJAS REGISTRADORAS-BALANZAS  
ELECTRÓNICAS LECTORES DE CÓDIGOS DE BARRAS

VENTAS, CAPACITACIÓN ASESORAMIENTO, SERVICIO TÉCNICO, REPUESTOS Y SUMINISTROS

**QUITO-ECUADOR**

[www.mercadolibre.com.ec/MEC-400857639-caja-registradora-sam4s-er-655ii- JM.htm](http://www.mercadolibre.com.ec/MEC-400857639-caja-registradora-sam4s-er-655ii- JM.htm)

## COTIZACION ACCESORIOS DE HIGIENE



## COTIZACION DESINFECTANTES, DEJA, JAVON LIQUIDO.CLORO



## COTIZACION ACCESORIOS DE LIMPIEZA

Four dustpans in green, blue, red, and yellow, each with a long handle. Next to them is a mop with a white head and a wooden handle.

**Wintech**  
Compañía Mexicana de Limpieza

### CONTENEDORES Y ROTOMOLDEO SA. DE CV.

Resistencia • Variedad • Colores

(55) 5358 7501 0685 0680 [www.wintech.com.mx](http://www.wintech.com.mx) [ventas@wintech.com.mx](mailto:ventas@wintech.com.mx) 100% EMPRESA MEXICANA



## ENCUESTAS



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONOMICAS

### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LITA ACERCA DE LOS SERVICIOS TURISTICOS

**OBJETIVO:** Esta encuesta tiene como objetivo recopilar información básica para determinar la factibilidad para la creación e implementación de nuevos servicios turísticos en la residencial Villalobos Naranjo en Lita.

#### INTRODUCCION:

La empresa es Anónima

Para garantizar la realidad de las respuestas, lea detenidamente las preguntas antes de contestar.

#### Datos técnicos:

**Edad:** 15-25años ( ) 26-35años ( ) 36-50años ( ) más de 50 años ( )

**Sexo:** Masculino ( ) Femenino( )

1. Con que frecuencia usted visita Lita?  
Cada mes ( ) Cada seis meses ( ) Cada año ( ) Primera vez ( )  
)
2. Qué tipo de turismo le gustaría practicar a usted?  
Aventura Comunitario ( ) Deporte ( ) Ecoturismo Sus ríos y El clima ( ) Negocios ( ) otros (Especifique).....
3. Le gustaría a usted que se incrementen nuevos servicios turísticos en la residencial...?  
Puede decirme algunos de ellos? \_\_\_\_\_
4. ¿En este momento de existir la oferta de la incrementación de nuevos servicios turísticos en la residencial Villalobos naranjo en Lita que le enseñe los beneficios del Turismo Rural estaría usted interesado acceder al mismo? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

5. Qué tipo de comida le gustaría obtener en la visita a la parroquia de lita?  
Internacional ( ) Platos típicos del sector ( )
6. Cuáles son los motivos por los cuales le interesa el turismo ecológico comunitario?  
Actividades variadas ( ) Apego a la naturaleza ( )  
Convivencia familiar ( ) Turismo de bajo precio ( )
7. Cuanto estaría de acuerdo en pagar por una noche de alojamiento con todos los servicios dentro de la residencial?

\$10 \$15 \$20 más\_\_\_\_\_

8. ¿A través de qué medio de comunicación se entera de los lugares turísticos?

- Agencia de viajes ( ) . Internet ( ) Televisión Radios ( ) . Prensa Escrita ( )  
Guías turísticas publicadas ( ) Recomendación de amigos-familiares. ( ) .

9. Recomendaría usted a las demás personas que visiten nuestra residencial cuando viajen a lita...?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_ Por que\_\_\_\_\_

10. Cuál de los servicios que se pretende implementar es el que más le llamo la atención?

- Área de recreación ( )  
Internet Inalámbrico ( )  
Guía Turístico ( )  
Habitaciones con tv cable ( )  
Paseo a caballo ( )  
Pesca deportiva ( )

11. Indique cuales son los principales obstáculos existentes q impiden un eficiente servicio turístico?

- Falta de alojamiento ( )  
Falta de restaurantes ( )  
Falta de promoción turística ( )  
Falta de transporte ( )  
Falta de telecomunicaciones ( )  
Carreteras en mal estado ( )

GRACIAS POR SU COLABORACION