



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
TURÍSTICO RECREATIVO Y GASTRONÓMICO EN LA PARROQUIA SAN
ISIDRO, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: GUAMIALAMÁ CASTRO LUCÍA FERNANDA

DIRECTOR: ECON. LUIS CERVANTES

IBARRA, ENERO DE 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo ha sido elaborado para determinar la factibilidad de crear un centro turístico recreativo y gastronómico en la parroquia de San Isidro, Cantón Espejo, Provincia del Carchi, el mismo que pretende satisfacer de la mejor manera las necesidades de esparcimiento y alimentación, tanto a la población como a los turistas. Para ello se realizó un diagnóstico situacional externo, en el cual se aplicaron encuestas a la población del Cantón Espejo (ciudad de El Ángel y la parroquia de San Isidro), estableciendo aliados, oponentes, oportunidades y riesgos. El marco teórico está determinado por los aspectos teóricos y científicos que permiten sustentar la investigación. Al realizar el estudio de mercado se pudo determinar que existe una oportunidad de ofertar al mercado el producto y el servicio propuesto, ya que la oferta existente a nivel local no cumple con las expectativas. Con el estudio técnico se determinó la macro y micro localización, con el fin de establecer las condiciones óptimas de la ubicación del proyecto, así como también se establece los procesos de producción y comercialización para un servicio más eficiente. Para conocer la viabilidad del proyecto fue fundamental realizar el estudio financiero, el cual permitió conocer el total de la inversión, compuesta de capital propio y financiado; y determinado los ingresos, costos y gastos realizados se obtuvo resultados positivos, lo que significa éxito en la implementación de este proyecto. Pero, para que tenga éxito, es necesario determinar la administración que se va a utilizar y la delegación de responsabilidades a cada uno de los miembros que conforman la empresa, es allí donde se refleja la importancia de definir la estructura organizacional y funcional, a más de su constitución legal para poder operar sin problemas. Existen impactos económicos, socioculturales, empresariales y ambientales como posibles consecuencias que puede presentarse en la ejecución del proyecto; por lo tanto, es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado por medio del diseño de la matriz de impactos. Para finalizar se han redactado conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigativo y que ameritan el desarrollo del mismo.

SUMMARY

The present work has been done to determine the feasibility of creating a tourist recreational and gastronomic center in the parish of San Isidro, Canton Espejo, Carchi Province, the same that seeks to satisfy of the best way the needs of scattering and food, both to the population and to the tourists. For it there was realized a external situational analysis, in which surveys were applied to the population of the Canton Espejo (El Angel city and San Isidro parish), establishing allies, opponents, opportunities and risks. The theoretical framework is determined by the theoretical and scientific aspects that allow sustaining the investigation. When performing the market study it was determined that there is an opportunity to offer to the market the product and the proposed service, since the locally existing offer does not fulfill with the expectations. With the technical study determined the macro and micro localization, in order to establish the optimal conditions of the project location, as well as establishing the production and marketing processes for a more efficient service. To know the viability of the project was essential to make the financial study, which allowed to know the total of the investment, composite of the own and financed capital; and determined revenues, costs and expenses incurred positive results were obtained, which means successful implementation this project. But, so that it is successful, it is necessary to determine the administration to be used and the delegation of responsibilities to each of his members that conform the company, is there where reflects the importance of defining the organizational and functional structure, more its legal constitution in order to operate without problems. There are economic, cultural, business and environmental impacts as possible consequences that can occur in the execution of the project; therefore, it is important to analyze its effect qualified and quantified through design of the impacts matrix. Finally have written conclusions and recommendations that have come after complying with all stages of the research process and that warrant the development of it.

AUTORÍA

Yo, **Lucía Fernanda Guamialamá Castro**, portadora de la cédula de ciudadanía N° **040178315-4**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO RECREATIVO Y GASTRONÓMICO EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI"**, y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional, y que he respetado las diferentes fuentes de información.

Yo, la ciudadana de nombre y los 31 días del mes de agosto de 2014.

Lucía Guamialamá

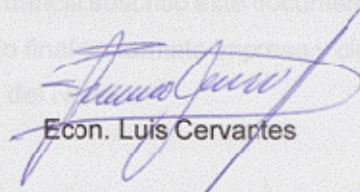
040178315-4

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

CERTIFICADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la estudiante Lucía Fernanda Guamialamá Castro, para optar el Título de Ingeniera Comercial cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO RECREATIVO Y GASTRONÓMICO EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI". Considero que el presente reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 31 días del mes de enero de 2014.



Econ. Luis Cervantes

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

Yo, GUAMIALAMÁ CASTRO LUCÍA FERNANDA, con cédula de ciudadanía Nro. 040178315-4, 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 autora del trabajo de grado denominado: " ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO RECREATIVO Y GASTRONÓMICO EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

COGNOMINOS	Y	Guamialamá Castro Lucía Fernanda
NOMBRES		
(firma):		
EMAIL:		luciafernanda@gmail.com
Nombre:	Lucía Fernanda Guamialamá Castro	ONO
		0990089442
		MÓVIL:

Cédula: 040178315-4

Ibarra, a los 31 días del mes de enero de 2014.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	040178315-4	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Guamialamá Castro Lucía Fernanda	
DIRECCIÓN:		Av. 10 de Agosto- San Isidro, Cantón Espejo	
EMAIL:		ferlucy16@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0980089442

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO RECREATIVO Y GASTRONÓMICO EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”
AUTORA:	Guamialamá Castro Lucia Fernanda
FECHA: AAMMDD	2014-01-31
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Econ. Luis Cervantes

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, GUAMIALAMÁ CASTRO LUCÍA FERNANDA, con cédula de ciudadanía Nro. 040178315-4, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo

tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

haciendo cada día.

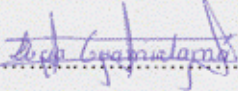
Ibarra, a los 31 días del mes de enero de 2013

A mis padres que son un pilar fundamental en mi vida y que con su carina y amor me han brindado su apoyo incondicional

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

momento además con sus motivaron para que pueda alcanzar mi sueño anhelado, que es la culminación con éxito de mi carrera.

(Firma) 

(Firma) 

Nombre: Lucía Guamialamá

Nombre: Ing. Betty Chávez

C.C.: 040178315-4

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por darme la fuerza para seguir luchando cada día.

A mis padres que son un pilar fundamental en mi vida y que con su cariño y amor me han brindado su apoyo incondicional en todo momento; además con sus consejos y ayuda me motivaron para que pueda alcanzar mi sueño anhelado, que es la culminación con éxito de mi carrera.

Lucia Guamialamá

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte y a la Facultad de ciencias Administrativas y Económicas que durante cinco años me acogieron en sus aulas. A mi asesor el Economista Luis Cervantes, por su colaboración y paciencia para la realización de este proyecto. A los docentes que me han formado como profesional compartiendo sus conocimientos y experiencias.

A mis padres y a mi familia por su respaldo moral y económico, quienes siempre confiaron en mí y que con mucho esfuerzo e infinito amor me han apoyado en todas mis decisiones y gracias a ello es que hoy puedo terminar una etapa muy importante para mí.

Y a todos aquellos amigos y personas con las que he podido compartir en una u otra ocasión, les doy mi más sincero agradecimiento por ayudarme en las buenas y en las malas y que desinteresadamente me apoyaron en la realización de este trabajo.

Gracias a todos.

Lucia Guamialamá

PRESENTACIÓN

Frente a la realidad existente en la parroquia San Isidro, sobre la escasez de espacios físicos adecuados para practicar deporte, recrearse y degustar de los platos típicos, surge la necesidad de crear un centro turístico recreativo y gastronómico que satisfaga los intereses y necesidades de la población y turistas. Es por ello que se realiza el presente estudio, cuyo objetivo es documentar una alternativa más como propuesta de servicios turísticos, gastronómicos y de recreación en la parroquia San Isidro. Que sirva como herramienta de toma de decisiones, para visualizar el futuro, teniendo flexibilidad para adecuarle al comportamiento del mercado según sea necesario.

La primera parte del proyecto centra en abordar temas como el análisis de la situación actual del entorno donde se va a ejecutar el proyecto, para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

El segundo capítulo contiene fundamentos teóricos basados en libros, páginas web que sustentan la investigación realizada.

El estudio de mercado se refiere a la importancia de determinar oferta, demanda, precio y comercialización, por medio de la búsqueda de información primaria, a través de la técnica de la encuesta e información secundaria de entidades gubernamentales, para luego procesarla, evaluarla y luego elaborar estadísticas y obtener resultados esperados; así como también una descripción general del negocio propuesto.

El estudio técnico constituye la macro y micro localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la infraestructura física con sus características mínimas indispensables y su equipamiento para brindar una excelente atención; como de la misma manera el proceso lógico y ordenado que utilizará la microempresa para ofertar el servicio.

La evaluación financiera establece el monto de las inversiones, ingresos, costos, gastos, los diversos flujos, así como indicadores financieros que ayudan para determinar si es factible el presente trabajo y los beneficios sociales que genera su ejecución.

En la estructura organizacional se resalta la identificación de la empresa, su nombre y razón social, la misión, visión, la estructura orgánica y funcional de la empresa, tomando en cuenta el talento humano requerido y los servicios que presta.

Se plantea los impactos que el proyecto origina en los ámbitos económico, sociocultural, empresarial y ambiental, identificando así los beneficios que ocasiona el mismo debido a los resultados positivos obtenidos.

Finalmente las conclusiones y recomendaciones a las que se llegaron con el desarrollo de cada uno de los capítulos.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
Identificación de la obra	vii
Autorización de uso a favor de la universidad.....	viii
Constancias	viii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxx
INTRODUCCIÓN	32
ANTECEDENTES.....	32
JUSTIFICACIÓN.....	33
OBJETIVOS:.....	34
General	34
Específicos.....	34

CAPÍTULO I.....	36
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	36
ANTECEDENTES.....	36
OBJETIVOS.....	38
General.....	38
Específicos.....	38
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	40
ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNOSTICADAS.....	41
Aspectos geográficos.....	41
Aspectos demográficos.....	42
Aspectos económicos.....	48
Aspectos socioculturales.....	50
Infraestructura.....	56
IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.....	58
CAPÍTULO II.....	60
MARCO TEÓRICO.....	60
MICROEMPRESA.....	60
TURISMO.....	60
RECREACIÓN.....	61
GASTRONOMÍA.....	61
GEOGRAFÍA.....	61
Clima.....	62
DEMOGRAFÍA.....	62
Población.....	63
Población Económicamente Activa.....	63
Empleo.....	63

Subempleo.....	64
Desempleo.....	64
ECONOMÍA	64
Agrícola.....	65
Industrial	65
Servicios	66
SOCIOCULTURAL	66
Educación	66
Salud.....	67
Seguridad	67
Costumbre	68
ESTUDIO DE MERCADO.....	68
Muestra.....	68
Mercado Meta	69
Mercado potencial.....	69
Segmentación de mercado	69
Demanda	70
Demanda insatisfecha	70
Oferta	70
Precio.....	71
Comercialización.....	71
ESTUDIO TÉCNICO	72
Localización	73
Tamaño del proyecto	74
Capacidad instalada	74
Procesos.....	74

Inversiones.....	75
Costo de producción	75
Gastos Administrativos	77
Gastos de Ventas	77
Depreciaciones	78
Financiamiento.....	78
ESTUDIO FINANCIERO	78
Presupuesto de ingreso	79
Presupuesto de gastos	79
Estado de situación inicial.....	79
Estado de resultados	80
Estado de flujo de efectivo	80
Capital de trabajo.....	81
Tasa de rendimiento medio	82
Valor actual neto (VAN)	82
Tasa interna de retorno (TIR).....	82
Punto de equilibrio	83
Costo beneficio	83
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	84
Misión	84
Visión	84
Estructura orgánica.....	85
Estructura funcional	85
CAPÍTULO III	86
ESTUDIO DE MERCADO.....	86
INTRODUCCIÓN	86

OBJETIVOS.....	87
General	87
Específicos.....	87
MATRIZ DIAGNÓSTICA DEL ESTUDIO DE MERCADO	88
IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	89
SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	90
Población	90
Mercado meta	91
Muestra.....	91
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO	93
DEMANDA.....	110
Proyección de la demanda	111
OFERTA	113
Proyección de la oferta	113
DEMANDA POR SATISFACER.....	115
PRECIOS.....	116
COMERCIALIZACIÓN	118
Producto y Servicio	118
Precio.....	119
Plaza.....	119
Publicidad y Promoción	120
CONCLUSIONES	120
CAPÍTULO IV.....	122
ESTUDIO TÉCNICO.....	122
INTRODUCCIÓN	122

OBJETIVOS.....	122
General	122
Específicos.....	123
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	123
Macro localización	123
Micro localización.....	125
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	128
Inversión	128
Disponibilidad de capital	128
Demanda	128
Tamaño del Mercado	129
Materia prima	129
Mano de obra.....	129
Tecnología	130
La Organización.....	130
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	130
INGENIERÍA DEL PROYECTO	133
Área e infraestructura requerida	133
Fuente de suministros básicos.....	134
Requerimiento de personal	134
Proceso de Producción.....	134
Diseño de las instalaciones	141
Inversiones del proyecto	142
Costo de producción	150
Gastos administrativos.....	156
Gastos de ventas	157

Gastos financieros	158
Gastos de constitución.....	159
CAPITAL DE TRABAJO	159
CAPÍTULO V.....	160
ESTUDIO FINANCIERO	160
INTRODUCCIÓN	160
OBJETIVO	160
INVERSIÓN	160
Financiamiento.....	161
DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS.....	162
DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS.....	164
Materia Prima Directa Proyectada	164
Mano de Obra Directa.....	165
Costos indirectos de fabricación	166
Gastos administrativos.....	169
Gastos de ventas	170
Gastos de constitución.....	171
Gastos de depreciación	171
ESTADOS FINANCIEROS	173
Estado de situación inicial.....	173
Estado de resultados	175
Flujo de caja.....	176
EVALUACIÓN FINANCIERA	177
Determinación de la tasa de redescuento o tasa de rendimiento medio	177
Determinación Valor Actual Neto (VAN)	178
Determinación de la tasa interna de retorno	179

Determinación Costo-Beneficio.....	181
Período de recuperación de la inversión.....	183
Punto de equilibrio	184
CAPÍTULO VI.....	187
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	187
RAZÓN SOCIAL	187
MISIÓN	188
VISIÓN.....	189
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	189
VALORES	189
Puntualidad	190
Responsabilidad	190
Respeto	190
Honestidad.....	190
Calidad humana.....	190
Compañerismo.....	190
Ética	191
PRINCIPIOS	191
Trabajo en Equipo.....	191
Servicio de excelencia	191
Credibilidad	191
Responsabilidad Social.....	191
Compromiso.....	191
Comunicación	192
Buen ambiente organizacional.....	192
Mejoramiento continuo.....	192

POLÍTICAS	192
ESTRUCTURA ORGÁNICA	193
ESTRUCTURA FUNCIONAL.....	194
Niveles administrativos	194
DESCRIPCIÓN DE PERFILES Y FUNCIONES DEL PERSONAL	195
Junta de Socios	195
Gerencia	196
Unidad de contabilidad	197
Recepción/Caja.....	198
Unidad de Turismo.....	199
Jefe de cocina.....	200
Auxiliar de cocina.....	201
Salonero	202
Mantenimiento y Limpieza	203
MARCO LEGAL	204
CAPÍTULO VII.....	208
MPACTOS	208
DESCRIPCIÓN	208
IMPACTOS ECONÓMICOS	210
IMPACTO SOCIOCULTURAL	212
IMPACTO EMPRESARIAL	214
IMPACTO AMBIENTAL	217
IMPACTO GENERAL	219
CONCLUSIONES	221
RECOMENDACIONES.....	223
BIBLIOGRAFÍA.....	225

LINKOGRAFÍA.....	228
ANEXOS.....	230
ANEXO 1	231
ANEXO 2	236

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. Matriz de relación diagnóstica	40
CUADRO 2. Población del cantón espejo.....	43
CUADRO 3. Población del cantón espejo por género	43
CUADRO 4. Población de la parroquia san isidro, según grupos de edad	44
CUADRO 5. Registro de turistas a nivel cantonal.....	49
CUADRO 6. Matriz AOOD	57
CUADRO 7. Matriz diagnóstica del estudio de mercado	88
CUADRO 8. Población económicamente activa	91
CUADRO 9. Realiza algún tipo de actividad recreativa	93
CUADRO 10. Actividad recreativa que realiza con más frecuencia.....	94
CUADRO 11. Tipo de deporte que práctica.....	95
CUADRO 12. Conoce la gastronomía de la parroquia.....	96
CUADRO 13. Lugar de recreación que ha visitado con más frecuencia..	97
CUADRO 14. Frecuencia de visita a lugares de recreación	98
CUADRO 15. Los lugares que visita los realiza.....	99
CUADRO 16. Disponibilidad de áreas	100
CUADRO 17. Tipo de atención	101
CUADRO 18. Edad	102
CUADRO 19. Género	103
CUADRO 20. Criterio de mayor importancia	104
CUADRO 21. Precio de ingreso a establecimientos recreativos	105

CUADRO 22. Como obtiene información de sitios recreativos	106
CUADRO 23. Está de acuerdo a que se promocióne la gastronomía ...	107
CUADRO 24. Le gustaría que se cree un centro recreativo	108
CUADRO 25. Menú a consumir	109
CUADRO 26. Determinación demanda actual	110
CUADRO 27. Proyección de la demanda servicio de excursión.....	112
CUADRO 28. Proyección de la demanda servicio recreativo	112
CUADRO 29. Proyección de la demanda servicio de restaurante	112
CUADRO 30. Proyección de la oferta del servicio de excursión.....	114
CUADRO 31. Proyección de la oferta del servicio recreativo	114
CUADRO 32. Proyección de la oferta del servicio de restaurante	115
CUADRO 33. Demanda por satisfacer del servicio de excursión	115
CUADRO 34. Demanda por satisfacer del servicio recreativo	116
CUADRO 35. Demanda por satisfacer del servicio de restaurante.....	116
CUADRO 36. Precio de platos típicos	117
CUADRO 37. Precio de venta proyectado	117
CUADRO 38. Objetivo de crecimiento del servicio de excursión	131
CUADRO 39. Objetivo de crecimiento del servicio recreativo	132
CUADRO 40. Objetivo de crecimiento del servicio de restaurante	132
CUADRO 41. Objetivo de crecimiento del servicio de restaurante por platos típicos	133
CUADRO 42. Requerimiento de personal	134
CUADRO 43. Simbología utilizada en el flujograma en el proceso de producción	135
CUADRO 44. Flujograma del proceso del servicio de excursión	137

CUADRO 45. Flujograma del proceso del producto	138
CUADRO 46. Flujograma del proceso del servicio de restaurante	140
CUADRO 47. Terreno.....	143
CUADRO 48. Valor de construcción del centro recreativo.....	143
CUADRO 49. Adecuación de infraestructura	144
CUADRO 50. Cuadro resumen construcción e instalaciones	144
CUADRO 51. Maquinaria y equipo	145
CUADRO 52. Muebles y enseres	146
CUADRO 53. Equipo de oficina	147
CUADRO 54. Equipo de computación	148
CUADRO 55. Menaje.....	149
CUADRO 56. Resumen de activos fijos.....	150
CUADRO 57. Depreciación de activos	150
CUADRO 58. Costo de materia prima directa	151
CUADRO 59. Requerimiento de mano de obra directa	152
CUADRO 60. Costo de mano de obra	153
CUADRO 61. Materia prima indirecta	153
CUADRO 62. Requerimiento de mano de obra indirecta.....	154
CUADRO 63. Costo mano de obra indirecta	154
CUADRO 64. Servicios básicos.....	155
CUADRO 65. Resumen costos indirectos de fabricación	155
CUADRO 66. Costo de producción.....	155
CUADRO 67. Determinación de personal administrativo.....	156
CUADRO 68. Gasto personal administrativo	156
CUADRO 69. Gasto servicios básicos	157

CUADRO 70. Gastos de ventas.....	158
CUADRO 71. Interés mensual.....	158
CUADRO 72. Gastos de constitución	159
CUADRO 73. Capital de trabajo	159
CUADRO 74. Estructura de la inversión	161
CUADRO 75. Financiamiento	161
CUADRO 76. Tabla de amortización	162
CUADRO 77. Ingresos proyectados	163
CUADRO 78. Proyección de materia prima directa	164
CUADRO 79. Sueldo básico unificado proyectado	165
CUADRO 80. Costo de mano de obra proyectada	165
CUADRO 81. Proyección materia prima indirecta	166
CUADRO 82. Remuneración básica de mano de obra indirecta	166
CUADRO 83. Costo de mano de obra indirecta.....	167
CUADRO 84. Proyección servicios básicos.....	167
CUADRO 85. Depreciación de activo de producción.....	168
CUADRO 86. Cuadro resumen C.I.F.	168
CUADRO 87. Cuadro resumen costo de producción.....	168
CUADRO 88. Remuneración básica administración proyectado	169
CUADRO 89. Gasto administrativo proyectado	169
CUADRO 90. Servicios básicos de administración.....	170
CUADRO 91. Gastos de publicidad	171
CUADRO 92. Gastos de constitución	171
CUADRO 93. Datos para depreciación.....	172

CUADRO 94. Proyección de depreciación de activos fijos considerados como gasto	172
CUADRO 95. Resumen presupuesto de costos y gastos.....	173
CUADRO 96. Proyección del estado de resultados.....	175
CUADRO 97. Flujo de caja	176
CUADRO 98. Determinación de tasa de interés total	177
CUADRO 99. Valor actual neto.....	178
CUADRO 100. Flujo neto actualizado.....	180
CUADRO 101. Ingresos y egresos actualizados	182
CUADRO 102. Flujos netos acumulados.....	183
CUADRO 103. Período de recuperación de la inversión	184
CUADRO 104. Determinación de costos fijos y costos variables	185
CUADRO 105. Proyección del punto de equilibrio en dólares	186
CUADRO 106. Funciones gerente.....	196
CUADRO 107. Funciones contador.....	197
CUADRO 108. Funciones recepcionista-cajera.....	198
CUADRO 109. Funciones guía en turismo	199
CUADRO 110. Funciones jefe de cocina.....	200
CUADRO 111. Funciones cocinero	201
CUADRO 112. Funciones saloneró	202
CUADRO 113. Funciones auxiliar de mantenimiento y limpieza	203
CUADRO 114. Matriz de impactos	209
CUADRO 115. Matriz de impactos económicos	210
CUADRO 116. Matriz de impacto sociocultural	212
CUADRO 117. Matriz de impacto empresarial.....	214

CUADRO 118. Matriz de impacto ambiental.....	217
CUADRO 119. Matriz de impactos generales.....	219

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. Realiza algún tipo de actividad recreativa	93
GRÁFICO 2. Actividad recreativa que realiza con más frecuencia	94
GRÁFICO 3. Tipo de deporte que practica	95
GRÁFICO 4. Conoce la gastronomía de la parroquia	96
GRÁFICO 5. Lugar de recreación que ha visitado con más frecuencia...	97
GRÁFICO 6. Frecuencia de visita a lugares de recreación	98
GRÁFICO 7. Los lugares que visita los realiza	99
GRÁFICO 8. Disponibilidad de áreas	100
GRÁFICO 9. Tipo de atención	101
GRÁFICO 10. Edad	102
GRÁFICO 11. Género.....	103
GRÁFICO 12. Criterio de mayor importancia.....	104
GRÁFICO 13. Precio de ingreso a establecimientos recreativos.....	105
GRÁFICO 14. Como obtiene información de sitios recreativos	106
GRÁFICO 15. Está de acuerdo a que se promocióne la gastronomía...	107
GRÁFICO 16. Le gustaría que se cree un centro recreativo	108
GRÁFICO 17. Menú a consumir	109
GRÁFICO 18. Ubicación del cantón espejo respecto al país.....	124
GRÁFICO 19. Ubicación del cantón Espejo respecto a la provincia del Carchi	124
GRÁFICO 20. Mapa de la parroquia San Isidro.....	127

GRÁFICO 21. Vista frontal del centro turístico recreativo y gastronómico	141
GRÁFICO 22. Área infantil.....	141
GRÁFICO 23. Planta general.....	142
GRÁFICO 24. Logotipo	188
GRÁFICO 25. Organigrama estructural de la empresa	194
GRÁFICO 26. Cuy	236
GRÁFICO 27. Fritada	236
GRÁFICO 28. Caldo de gallina criolla.....	236
GRÁFICO 29. Hornado	236
GRÁFICO 30. Trucha	236

INTRODUCCIÓN

1. ANTECEDENTES

La Provincia del Carchi está situada al norte del Ecuador en la frontera con Colombia, al sur limita con la provincia de Imbabura, al este con la provincia de Sucumbíos y al occidente con la de Esmeraldas, su superficie es de 3,783 km². Se caracteriza por ser una provincia eminentemente agrícola, productora principalmente de papa y de leche, así como de fréjol y de ciertos frutales propios de las zonas cálida seca y subtropical del noroccidente y suroccidente de la provincia; además es una rica zona arqueológica, en la que son muy peculiares unos tipos de yacimientos funerarios bajo el suelo de las cabañas, ornamentos de oro y de cobre, según la Asociación de municipalidades Ecuatorianas.

Conformando a la provincia se encuentra el Cantón Espejo integrado por las parroquias: El Ángel que es la cabecera cantonal, la Libertad, San Isidro, El Goaltal y la parroquia urbana 27 de Septiembre; El Ángel, zona privilegiada por su contraste geográfico de parajes hermosos que dan un toque de misterio al turista que busca aventura, considerada una rica herencia cultural y un tesoro escondido de la provincia. (GAD Municipal Espejo)

La población se dedica al turismo, confección de sacos de lana de borrego, donde imprimen toda su creatividad al realizar figuras de las culturas precolombinas y especies naturales como el frailejón y animales, dato obtenido del GAD Municipal Espejo.

La parroquia San Isidro cuenta con servicios básicos, centro de salud, mercado municipal, casa comunal, coliseo, gallera, polideportivo; así como también posee sus propios platos típicos como papas con cuy, hornado, fritada, morocho con leche, humitas, dulce de zambo, caldo de gallina criolla, arroz de cebada, papas azadas, ocas endulzadas, dulce de

chigualcán, que se los prepara solo en las festividades y en los actos de relevancia; de igual manera cuenta con variedad de atractivos naturales y culturales los cuales podrían satisfacer las necesidades de los turistas, pero no ha sido posible aprovechar estos recursos y la gastronomía, debido a la falta de estrategias y políticas para la actividad turística. (Gobierno parroquial San Isidro).

La parroquia no cuenta con un centro turístico recreativo cercano, los turistas y la población habitante no tienen un espacio adecuado y apropiado para realizar deportes, juegos y pasar momentos en familia o solos.

Estos factores antes mencionados han dado lugar para que se proponga la creación de un centro turístico recreativo y gastronómico como una de las alternativas de solución que oferte servicios de calidad, abastezca y satisfaga las necesidades de la población, otorgando una nueva área en donde podrán recrearse, realizar diferentes actividades, relajarse liberando el estrés y dejando a un lado la cotidianidad; así como poder ofertar a los turistas la variedad de platos típicos que posee la parroquia.

2. JUSTIFICACIÓN

Debido a que la parroquia no cuenta con un centro turístico recreativo cercano, de fácil acceso y que esté enfocado a la satisfacción plena de la población y turistas ya sean niños, jóvenes y adultos, se propone el presente proyecto, siendo una opción para dedicar el tiempo libre en diferentes y variadas actividades, deportes, juegos dentro de un espacio físico diseñado principalmente para el desarrollo de dichas actividades, en un lugar de fácil acceso.

Proporciona una alternativa de solución al problema falta de fuentes de empleo ya que permitirá la creación de empleos directos e indirectos, que

podrán ser cubiertos por los miembros de la comunidad contribuyendo al desarrollo económico y proporcionando mejoramiento de las condiciones de vida y el desarrollo sostenible, e impulsa a la creación de otras fuentes de empleo.

Se enfoca en la gastronomía de la parroquia, que con su difusión y preparación genera beneficios propios y a la vez beneficios a la comunidad y obtener oportunidades económicas.

Estas han sido razones para crear un centro turístico recreativo y gastronómico que cuente con las instalaciones adecuadas, que combine la cultura y tradición de la población con los servicios que oferte el proyecto, dándole un valor agregado en el servicio, en donde lo más importante no es captar recursos sino la satisfacción del cliente.

3. OBJETIVOS:

3.1. General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico recreativo y gastronómico en la parroquia San Isidro, Cantón Espejo, Provincia del Carchi.

3.2. Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la implementación del proyecto.
- Elaborar el marco teórico con el fin de conocer los conceptos necesarios mediante la investigación bibliográfica y documental actualizada para el desarrollo del estudio de factibilidad.

- Efectuar un estudio de mercado que permita establecer las preferencias de los consumidores, además de la demanda, oferta, precio y comercialización.
- Realizar un estudio técnico para determinar la macro y micro localización, tamaño y las inversiones que requerirá el proyecto.
- Realizar el estudio financiero mediante la utilización de diferentes técnicas y herramientas que permitan determinar la factibilidad del proyecto.
- Elaborar la estructura organizacional y funcional del centro turístico recreativo y gastronómico.
- Analizar los diferentes efectos o impactos económico, sociocultural, empresarial, ambiental, que genere la implantación de este proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El 27 de septiembre de 1934 se crea el Cantón Espejo, como uno de los seis cantones de la provincia del Carchi, con su cabecera cantonal El Ángel y sus parroquias: La Libertad, Mira, San Isidro, La Concepción. El cantón tiene importancia por el impulso que dieron a la revolución liberal principalmente porque fue un sitio de tránsito para llegar a Tulcán antiguamente y la prosperidad económica que daban sus tierras, según el Registro Oficial N° 28 (27 de septiembre de 1934.)

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Espejo:

Las haciendas producían gran cantidad de bienes que eran comercializados con Colombia y otras ciudades en el interior del país. Por tal razón se creó el Almacén de Abastos Municipales y se exigió a los productores que los vendan al por menor, lo que permitiría proveer de alimentos a la población.

En la administración del Dr. Alfonso Herrera se creó el Hospital Civil y la piscina Municipal acorde a las recomendaciones técnicas de la época, con el fin de realizar actividades de natación y recreación para la juventud; sin embargo, no se dio mantenimiento por lo que se encuentra deteriorada. Se construyen los parques de Mira, San Isidro y La Libertad. También se crea el primer colegio del cantón Alfonso Herrera.

En la vida cantonal se crean las parroquias Juan Montalvo, El Goaltal, Jijón y Caamaño, y la parroquia urbana 27 de septiembre. La vida administrativa se caracteriza por su constante afán de superación en la búsqueda de alternativas para reducir los múltiples problemas derivados de la pobreza y la posesión de los medios de producción en pocas manos.

El 23 de abril de 1884, San Isidro fue constituida como una de las parroquias civiles ubicada al sur del cantón Espejo. En 1898, el señor Adolfo González dona dos lotes de terreno en la parroquia San Isidro en lo que hoy es el parque central y el otro para el cementerio viejo donde actualmente se asienta el Sub centro de salud. El 18 de Julio de 1901, adquiere ya la denominación de parroquia eclesiástica, por lo que fue el primer párroco el Padre José Antonio Morales.

El 8 de Febrero de 1922, gracias al esfuerzo de sus habitantes se adquieren 23 instrumentos musicales y se conforma la primera banda musical de San Isidro. En 1933 hasta 1934 se construye la carretera San Isidro - Mira para unir con la antigua panamericana y la Iglesia Parroquial, un templo clásico de estilo gótico, majestuosos, uno de los mejores de la provincia. En enero de 1937, se funda la primera institución jurídica llamada Sociedad Obrera "Mariscal Sucre". Diez años más tarde, se construye el teatro obrero "Abel de América", la casa parroquial y el parque La Concordia; se fundó la Cooperativa Agrícola "San Isidro", desde ésta época los pobladores dejaron de ser huasipungueros y se convirtieron en propietarios y productores agrícolas.

Actualmente la parroquia cuenta con instituciones educativas como Jardín de Infantes a cargo de las Madres Salesianas, escuela "Dolores Garaicoa", Escuela "9 de Octubre" y el Colegio Nacional "Carchi" que se fundó en el año de 1974.

La recreación, esparcimiento y el turismo en la actualidad es una de las fuentes de ingreso más importantes para los países en el ámbito mundial, nacional y regional que ha llevado a la socialización de los diferentes pueblos. Debido a su importancia tiene hoy un fortalecimiento por parte del Estado. En el concepto de turismo como actividad destinada a la recreación como ocupación esencial, se encuentra además la incorporación de otros elementos como los geográficos, culturales, históricos y en algunos casos hasta gastronómicos. Estos elementos han sido importantes para fomentar el turismo a nivel parroquial y promocionar los atractivos antes mencionados.

La población habitante gusta de la recreación y distracción en el tiempo libre sin alterar las jornadas de trabajo, por tal razón busca lugares turísticos tanto internos como externos, con el fin de encontrar un lugar para el descanso y actividades deportivas, dando como resultado ingresos a la oferta y beneficios a los usuarios.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. General

Realizar el diagnóstico situacional del entorno para determinar Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos de la parroquia San Isidro.

1.2.2. Específicos

- Conocer el aspecto geográfico relacionado con la ubicación, clima del cantón y su parroquia.

- Determinar los aspectos demográficos que permita conocer la población y su distribución en edades, de la localidad del Cantón Espejo y parroquia San Isidro.

- Detallar el aspecto económico de los habitantes, su nivel económico y actividades a las que se dedica la comunidad.
- Establecer el aspecto sociocultural de la población con el fin de conocer el nivel educativo, cultural, preferencias de actividades recreativas.
- Conocer la infraestructura disponible como vías de acceso y comunicación de la parroquia.

1.3. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro 1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTO
Realizar el diagnóstico situacional del entorno para determinar Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.	Conocer el aspecto geográfico relacionado con la ubicación, clima del cantón y su parroquia.	Geográfico	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación - Clima - Altitud - Latitud - Relieve - Flora - Fauna - Atractivos turísticos 	Secundaria GAD Parroquial San Isidro	Documento
	Determinar los aspectos demográficos que permitan conocer la población y su distribución en edades, de la población del Cantón Espejo y su parroquia San Isidro.	Demografía	<ul style="list-style-type: none"> - Población - Población hombres y mujeres - P.E.A. - Empleo - Subempleo - Desempleo 	Secundaria INEC, GAD Parroquial San Isidro	Documento
	Detallar el aspecto económico de los habitantes, su nivel económico y actividades a las que se dedica la comunidad.	Económico	<ul style="list-style-type: none"> - Agrícola - Industrial - Servicios 	Secundaria GAD Parroquial San Isidro, GAD Municipal Espejo	Documento
	Establecer el aspecto sociocultural de la población con el fin de conocer el nivel educativo, cultural, preferencias de actividades recreativas.	Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> - Educación - Salud - Seguridad - Recreación - Gastronomía - Costumbre 	Secundaria GAD Parroquial San Isidro	Documento
	Conocer la infraestructura disponible como vías de acceso y comunicación de la parroquia.	Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> - Vías de acceso - Internet - Teléfono - Transporte - Servicios básicos 	Secundaria GAD Parroquial San Isidro	Documento

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La Autora

1.4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNOSTICADAS

1.4.1. Aspectos geográficos

Espejo, uno de los seis cantones de la provincia del Carchi, se encuentra ubicado en la parte central de la misma, con una extensión de 554.5 Km², altitud de 2983 msnm y superficie de 344.5 km², clima frío andino de 10° - 15°C; que ocupa aproximadamente el 17% del territorio provincial. Limita al norte con el Cantón Tulcán y al sur con los cantones Bolívar y Mira; al oriente con los cantones Tulcán y Montufar y al accidente con el cantón Mira. (GAD Municipal Espejo)

La Parroquia San Isidro se ubica al sur del cantón Espejo. Al norte y al oriente limita con las parroquias El Ángel y 27 de Septiembre (urbanas) del cantón Espejo; hacia el sur y al oeste con la parroquia Mira (urbana), del cantón Mira de la provincia del Carchi y posee una temperatura promedio anual de 13°C.

Sus coordenadas geográficas abarcan desde los 77° 57' 33" hasta 78° 02' 10" longitud oeste; y, 00° 33' 23" hasta 00° 39' 35" latitud norte. Tiene una extensión de 4.759,08 hectáreas, de las cuales 593,33 ha (12,51% del territorio) tienen potencial forestal y se distribuye de la siguiente manera: 249,89 ha de bosque natural y 840,89 ha de vegetación arbustiva. (PDOT San Isidro, 2011)

1. Flora y fauna

Existen 64 especies de aves agrupadas en 23 familias. La familia Trochilidae es la más diversa con 14 especies, seguida por Tyrannidae con 6 y 6 Furnariidae. De las 64 especies registradas 5 son endémicas, Circus cinnerius se encuentra con categoría casi amenazada, Vultur gryphus se encuentra en peligro crítico.

En mamíferos existen 26 especies pertenecientes a 14 familias de donde 3 especies presentan categoría vulnerable, 2 casi amenazadas, una en peligro y una en peligro crítico. En anfibios se encuentra 13 especies, de los cuales 11 son anuros y 2 saurios. Los anuros pertenecen a las familias Bufonidae, Centrolenidae y Leptodactylidae con 8 especies.

Hay una notable biodiversidad agrícola, especialmente de tubérculos andinos que complementa la riqueza silvestre de los escasos remanentes boscosos. (PDOT San Isidro, 2011).

2. Atractivos turísticos

Según el Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011-2031 de la parroquia San Isidro:

Existen potencialidades con atractivos naturales y culturales como las aguas termales La Calera, Iglesia San Isidro, la piedra Pintada de Ingueza, el Museo de la casan hacienda del Colegio Nacional “Carchi”, además de sus extensos paisajes y naturaleza que la conforman. No obstante, la gente no hace del turismo su prioridad debido a que no hay infraestructuras necesarias para este tipo de actividad, falta de señalización, conservación y mantenimiento del atractivo.

1.4.2. Aspectos demográficos

La población del cantón Espejo, según el censo de población y vivienda 2010 está distribuida por las siguientes parroquias urbanas y rurales:

Cuadro 2. POBLACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO

Parroquia	Urbano	Rural	Total
El Ángel	4.497	1.828	6.325
El Goaltal	-	816	816
La Libertad	-	3.502	3.502
San Isidro	-	2.721	2.721
TOTAL	4.497	8.867	13.364

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda CPV 2010.

Elaborado: La Autora

La mayoría de la población total del cantón Espejo es población Rural, siendo un 66%; y solo un 34% es población urbana.

Cuadro 3. POBLACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO POR GÉNERO

Parroquia	Hombres	Mujeres	Total
El Ángel	3.044	3.281	6.325
El Goaltal	436	380	816
La Libertad	1.741	1.761	3.502
San Isidro	1.306	1.415	2.721
TOTAL	6.527	6.837	13.364

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda CPV 2010.

Elaborado: La Autora

De los datos anteriores, se puede observar que del 100% de la población total del cantón Espejo, el 49% son hombres y 51% son mujeres; es decir, existen más mujeres que hombres con una diferencia de un 2%.

Cuadro 4. POBLACIÓN DE LA PARROQUIA SAN ISIDRO, SEGÚN GRUPOS DE EDAD

GRUPOS DE EDAD	CASOS
De 0 a 5 Años	273
De 6 a 12 Años	390
De 13 a 18 Años	329
De 19 a 32 Años	511
De 33 a 45 Años	393
De 46 a 64 Años	399
De 65 y más	427
Total	2.721

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda CPV 2010.
Elaborado: La Autora

La estructura demográfica de la población se define en base a la clasificación de grupos de edades de un territorio y para lo cual se ha establecido siete grupos de edad, se observa que el 36,46% está en las edades de 0 a 18 años, el 47,89% corresponde de 19 a 64 años y el 15,65% de la población de la parroquia es mayor de 65 años.

A nivel parroquial ha existido mayor movilidad espacial. Comparando con el censo de población y vivienda del año 2001 fue de 2.843 habitantes y en el año 2010 fue 2.721 habitantes; se observa que la población disminuyó en 122, en algunos casos esta movilidad se realiza especialmente por educación, salud y empleo.

1. Población económicamente activa

Se contabiliza en la PEA a todas las personas mayores de una cierta edad que tienen empleo o que, no teniéndolo, están buscándolo o a la espera de alguno. Ello excluye a los pensionados y jubilados, a las amas de casa, estudiantes y rentistas así como, por supuesto, a los menores de edad.

La Población Económicamente Activa del cantón Espejo es de 7.773 personas, de los cuales el 47,33% representa a la PEA de la parroquia El Ángel o el 58,16% de la población total; en la parroquia San Isidro la PEA es de 1000 personas. (PDOT San Isidro, 2011).

2. Categorías de ocupación

Según el censo de población y vivienda 2010, las categorías de ocupación de la población económicamente activa de la parroquia se dedica en un 32,70% a laborar como jornalero(a) o peón, un 22,80% labora por cuenta propia, el 19,60% como empleado/a u obrero/a privado, un 8% como empleado(a) u obrero(a) del Estado, Gobierno, Municipio, Concejo Provincial, Juntas Parroquiales; el 4,80% es trabajador nuevo, un 3,30% es empleado (a) doméstico (a), el 0,80% es socio (a), un 0,60% patrono(a), el 2,60% tiene trabajo no remunerado y el 4,80% están en la categoría de desocupación.

Quienes se encuentran en la categoría de ocupación jornalero, el 89% se dedican a la agricultura, ganadería y silvicultura. Así mismo quienes están en la categoría de ocupación cuenta propia, el 55,26% se dedican a la agricultura. De la categoría de empleado/a u obrero/a privado, el 48,46% se dedican a la agricultura. Una pequeña parte de la PEA (66,29%) se dedican a trabajar como empleado(a) u obrero(a) público en la enseñanza y administración pública.

Claramente, el sector agropecuario es predominante. Se puede observar que un tercio de la población trabaja como jornalero. Esta categoría de ocupación demuestra una fuerte precariedad laboral en la parroquia San Isidro. Los empleados privados trabajan principalmente en las florícolas.

3. Ramas de actividad

El 53,30% de la PEA se dedica a la agricultura, ganadería y silvicultura, el 7,20% se dedican al comercio y el 7,10% se dedican a la industria manufacturera (industrias lechera, artesanía, confección de ropa). En respecto a la categoría otras actividades que representan el 32,40% se encuentran: administración pública, comercio y transporte. De acuerdo a estos indicadores se puede afirmar que la economía de la parroquia está concentrada en el sector primario. (INEC-Censo de Población y Vivienda 2010).

4. Número horas trabajadas

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010, el 26% de la población económicamente activa trabaja entre 32 y 40 horas semanales, el 24% entre 1 y 10 horas, el 11% entre 11 y 20 horas, el 17% entre 21 y 30 horas y el 22% labora más de 40 horas en la semana.

El 52% de la población de la parroquia San Isidro trabaja de 1 a 30 horas por semana. La situación es preocupante ya que la ley ecuatoriana especifica que el número de horas trabajadas semanalmente deben ser 40 horas. Existen dos pistas de interpretación de estas cifras:

- Una parte significativa de la población económicamente activa no tiene ninguna seguridad laboral y trabaja en función de las oportunidades que se presentan.
- Algunos niños y jóvenes ayudan a sus padres en las labores diarias. En este caso, se entiende porque el número de horas trabajadas es inferior a 40 horas.

5. Fuentes de empleos

En el cantón se encuentran organizaciones de productores que brindan un apoyo a los agricultores de la zona. No crean directamente fuentes de trabajo pero mejoran la estabilidad laboral ya que pueden conseguir convenios con empresas anclas para la venta directa de los productos, pueden desarrollar proyectos económicos y productivos con actores locales y ONGs. Asimismo existe el apoyo de instituciones gubernamentales, las cuales dan capacitación a los agricultores y ganaderos del cantón para ayudarlos a mejorar su producción.

Por otra parte, el Gobierno Provincial ha identificado las cadenas productivas que hay que desarrollar, en San Isidro son la artesanía y la papa. Existen algunas pequeñas fábricas de quesos y yogures en el cantón que generan una pequeña fuente de empleo.

Existen también cajas de ahorro y crédito que pueden mejorar la situación laboral en el cantón brindando créditos para la ampliación o reactivación de la industria y de la producción agropecuaria, igualmente se reforzaría a los sectores agropecuarios para elevar la producción en un ambiente ecológicamente sano, económicamente sustentable y socialmente justo.

En general no existen macro proyectos que tendrían un impacto fuerte en la creación de empleos. El sector del agro es el más afectado por el desempleo y precariedad. La migración de la gente afuera del cantón es una señal que la producción agropecuaria tiene dificultades. (PDOT San Isidro, 2011).

6. Fuentes de financiamiento

Según el plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011-2031 de la parroquia San Isidro, el financiamiento de la actividad productiva proviene principalmente de las fuentes siguientes:

- *Recursos propios: se reinvierte una parte de las utilidades anteriores en la producción agropecuaria.*
- *El acceso al crédito: es seguramente la fuente de financiamiento más utilizada en la producción agropecuaria. Los bancos, las cooperativas de ahorros y créditos y las cajas de ahorros son las entidades que prestan el dinero y que están disponibles dentro del cantón.*
- *Proyectos / empresas: algunas organizaciones o instituciones financian con capital, semilla a los productores para iniciar un proyecto.*

1.4.3. Aspectos económicos

La población se dedica principalmente a la agricultura y ganadería, que son la base de la economía ya que el 66,89% de la población se dedican a este tipo de actividades. Los productos que se cultivan son las papas y pastos para ganadería. En menor escala están los cultivos de cebada, trigo, maíz, habas, arveja entre otros que se exportan a las ciudades de Ibarra y Quito.

De esta forma la agricultura logra incorporar, en su mayoría, la mano de obra local disponible, lo que consolida la estructura productiva cantonal.

Al nivel industrial, existe transformación de yogur y queso. Hay un centro de acopio de leche en la parroquia.

Igualmente, la presencia de empresas florícolas, que exportan sus productos a Europa y EE.UU., contribuye con puestos de trabajo para cientos de familias. La cantidad de suelo dedicado al uso agropecuario en el cantón Espejo es de cerca de 22.800 hectáreas.

La prestación de servicios públicos y privados en el ámbito urbano es otra de las actividades a las que se dedican la población del cantón y la parroquia.

Las mujeres tienen la capacidad instalada para la elaboración de tejidos a mano como sacos de lana de borrego, donde realizan figuras de las culturas precolombinas y especies naturales como el frailejón y animales. Productos que son comercializados a través de intermediarios Otavaleños. Otra de las actividades que hacen las mujeres son los canastos de fibras de páramo, que según el director de turismo, tienen una gran demanda a nivel nacional. (PDOT San Isidro, 2011).

Cuadro 5. REGISTRO DE TURISTAS A NIVEL CANTONAL

Número de turistas en el Cantón Espejo	
Año	Número de Turistas
2005 - 2007	2.500
2007 - 2008	4.500
2010	9.000

Fuente: Unidad de Turismo - GAD Municipal Espejo
Elaborado: La Autora

En el 2005 al 2007 se tiene un registro de 2.500 turistas al año, que han visitado las lagunas del Voladero y al Polilepis.

En el 2007 al 2008 se registra 4.500 turistas al año, evidenciado un incremento de 2.000 turistas.

En el año 2010 tiene un registro de 9.000 turistas, de los cuales 3.600 que representa el 40% han visitado la Hostería Polylepis; el 40% las Lagunas del Voladero; y un 20% que es 1.800 han visitado la parroquia El Ángel, Morán, Gualchán y balneario la Calera.

Del total de turistas registrados también se conoce que el 60% son Nacionales, el 25% Europeos, 15% Iberoamericanos; es decir 5.400, 2.250 y 1.350 turistas respectivamente.

El balneario la Calera se encuentra en la parroquia San Isidro y está dentro del 20% de turistas registrados a nivel cantonal. Éste dispone de aguas termales, sauna, turco, parqueadero, áreas verdes. En el año 2013 se construyó el Museo de la casa hacienda del Colegio Nacional "Carchi" formando parte de los atractivos turísticos culturales de la parroquia. (Unidad de Turismo-GAD Municipal Espejo).

1.4.4. Aspectos socioculturales

Para detallar los aspectos socioculturales se basó en el PDOT San Isidro, lo cual dio como resultado los siguientes aspectos:

1. Necesidades Básicas Insatisfechas

Las necesidades básicas insatisfechas NBI están dadas por indicadores de pobreza, educación, salud, vivienda, empleo, desarrollo infantil y población, determinándose para la parroquia un porcentaje de 58,17% de incidencia de pobreza por necesidades básicas insatisfechas, a nivel cantonal tiene el 63,72%, las incidencia

por extrema pobreza de esta parroquia tiene el porcentaje de 23,10%, el 29,55% a nivel cantonal.

2. Educativo

La escolaridad a nivel cantonal es de 6,2 años en promedio, la cantidad de centros de educación llega al número de: 26 primarios, 7 a nivel medio y 2 a nivel superior, del total de centros educativos 7 se encuentran en la ciudad del Ángel. El número de estudiantes en los centros educativos del sector urbano del Ángel llegan a 1.789, del total indicado, 879 pertenecen al nivel primario, 910 al nivel medio y 45 al nivel superior.

A nivel local en el sector educativo se indica que: a nivel urbano los centros disponen de pequeñas bibliotecas en su mayoría improvisadas conocidas como rincón cultural, a nivel de los centros de educación media encontramos bibliotecas cuyo objetivo es la prestación de textos para consulta.

La parroquia San Isidro cuenta con 7 instituciones educativas (educación inicial, básica y bachillerato) con ello se cubren las necesidades básicas prioritarias en materia de educación. Con un total de 472 alumnos matriculados en las diferentes escuelas; 176 alumnos matriculados de octavo a tercer año de bachillerato. Además de 52 docentes, el 88,46% tienen nombramiento y el 11,54% son contratados del gobierno. El nivel de instrucción más alto que se registra es el primario con un 48% de la población, seguido del secundario 18,01%.

La infraestructura en general requiere de un mantenimiento permanente, en algunas instituciones se requiere de infraestructura nueva, al igual que la infraestructura recreativa adecuada y segura. La carencia de bibliotecas en las escuelas merma la capacidad de documentación de apoyo para la formación de los y las estudiantes. La existencia de equipamiento

informático es insuficiente; por ello la existencia de flujo de estudiantes a la cabecera cantonal, en busca de mejor calidad en la educación.

No existe educación superior en el cantón por lo que los estudiantes de la parroquia migran para estudiar en los centros superiores de Ibarra y en varios casos a Quito.

En la parroquia existe un número reducido personas que poseen un título de ciclo postbachillerato, superior o postgrado, apenas son 79 personas profesionales en la parroquia.

El analfabetismo en la parroquia según el Censo 2010 es de 6,87%, a nivel cantonal tiene el 5,98% de analfabetismo, el porcentaje de la parroquia es superior a la media cantonal.

3. Salud

A nivel cantonal existe el Hospital El Ángel; a nivel parroquial se encuentra un Sub centro de salud, que dispone de medicina general y odontológica y obstetriz dos veces al mes.

4. Seguridad

Dentro de parroquia existe una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) recientemente inaugurada, la cual se encarga de la seguridad de la ciudadanía. Se observa la buena convivencia entre vecinos de la parroquia.

A pesar de que no hay problemas de delincuencia graves, existen incidentes como robo de ganado y pequeños hurtos, desordenes fruto del alcohol.

5. Actividades recreativas

El deporte en la parroquia es uno de los ejes motivadores para la juventud a través de los diferentes clubes, que participan en varias disciplinas deportivas, existe un potencial humano especialmente deportistas en vóley, existen escuelas multidisciplinarias en la parroquia; el club de pelota de mano es un potencial.

En la parroquia se evidencia la falta de programas de actividad física, los clubs solo practican un deporte, no hay diversificación. En la parroquia existen varios clubes deportivos- culturales:

- Club deportivo San Isidro
- Club deportivo “Palmeiras”
- Club Ecu vóley
- Club deportivo “Alianza”
- Club deportivo “Winsterman”
- Club “América del Norte”

6. Organización Social

En el área central de la cabecera cantonal se encuentra la zona administrativa: Municipio, Instituciones Financieras, Centro de Salud IESS, Centros Educativos, de Culto, Gremiales, de Intercambio y Pequeños Comercios. Alrededor de esta estructura urbana central se asienta la zona residencial cuya principal característica es la presencia de áreas destinadas a la agricultura y de forma dispersa estas residencias tienen pequeños comercios. Parte de la estructura político-administrativa de la ciudad es la parroquia urbana 27 de Septiembre que se encuentra ubicada en el sector occidental y que en su mayor porcentaje tiene viviendas muy dispersas que obedecen al trabajo agrícola, además se

incorpora a la ciudad con construcciones que constituyen parte de la estructura urbana de la ciudad.

La parroquia cuenta con un tejido de organizaciones sociales muy importante, desde el punto de vista cuantitativo. Entre ellos destacan: asociaciones y grupos de mujeres, grupos de adultos mayores, grupos de jóvenes, culturales, clubes deportivos, organizaciones de adultos mayores, comunidades, juntas administradoras de agua, de consumo y de riego, asociación de agricultores, tejido estudiantil.

La parroquia cuenta con:

- Barrios- caseríos-comunidades
- Instituciones educativas (educación inicial ,básica y bachillerato)
- Grupos de emprendimientos
- Clubes deportivos y culturales
- Instituciones públicas

La mayoría de organizaciones están constituidas como entidades de hecho y no de derecho.

7. Gastronomía

La parroquia posee sus propios platos típicos como papas con cuy, hornado, fritada, morocho con leche, humitas, dulce de zambo, caldo de gallina criolla, arroz de cebada, papas azadas, ocas endulzadas, dulce de chigualcán, que se los prepara solo en las festividades y en los actos de relevancia.

8. Culturales

En la parroquia existen una diversidad étnica es multiétnico porque existe una variedad de grupos humanos establecidos, de una u otra manera estos grupos establecen sus costumbres, tradiciones, vestimenta y actividades. Los habitantes de la parroquia se auto identifica según su cultura y costumbres como indígena, afro descendiente, montubio/a, mestizo/a y blanco/a.

La Unidad de Educación, Cultura y Deportes de la Municipalidad de Espejo se encarga de facilitar la visión cultural en el cantón, al mismo tiempo recopila y difunde las manifestaciones culturales que fortalecen la identidad, revaloriza y respeta la diversidad cultural, fomenta la creatividad, interculturalidad, la valorización del patrimonio tangible e intangible del cantón incluida esta parroquia.

En San Isidro se encuentra la Iglesia Matriz, que es un templo que tiene una gran trayectoria histórica, posee grandes obras de arte y de épocas muy remotas, es uno de los templos más destacados a nivel provincial, se encuentra ubicado en las calles Esmeraldas y Juan Montalvo, frente de este templo se encuentra la Cascada en honor al patrono San Isidro que se ha constituido en un gran atractivo turístico.

Las fiestas históricas y religiosas se celebran en el mes de mayo, donde se destaca la cultura y tradiciones del pueblo y acoge a muchos turistas que disfrutan de éstas costumbres.

El grupo de música, de danza, de teatro, la banda de pueblo, el pintor, el poeta, los juegos populares y toda esa tradición oral (leyendas, cuentos, canciones); los sitios arqueológicos y turísticos, las fachadas antiguas; las prácticas ancestrales; deben ser rescatados, valorizados, difundidos y

apoyados totalmente. No se dispone de un centro cultural y de talleres para la capacitación artística y artesanal.

1.4.5. Infraestructura

Para determinar la infraestructura de la parroquia se obtuvo información del PDOT San Isidro, 2011, que se detalla a continuación:

1. Vías de acceso

Vía El Ángel-Mira-Mascarilla que conecta El Ángel con Ibarra, y Mira desde la Panamericana Norte en el valle del Chota provincia de Imbabura, o desde la Panamericana Norte-provincia del Carchi a Tulcán, Montúfar, Bolívar y Huaca.

2. Internet

La población local, en cuanto al servicio de internet se refiere, posee una cobertura parcial, la demanda de este servicio al momento se mantiene en crecimiento.

Apenas 10 hogares tienen acceso a internet que representa el 1,26%, sin embargo, existe un infocentro y red pública para facilitar su acceso.

3. Teléfono

Existe cobertura de teléfono móvil, fijo y satelital.

4. Transporte

En general en la parroquia en cuanto a lo que se refiere a transporte público, únicamente en el tramo Mira-El Ángel se moviliza cooperativas de transportes públicos que brindan servicios a Ibarra y Quito. En lo que se

refiere a medios de transporte público en rutas de segundo y tercer orden no existe cobertura, por lo que existen asociaciones de camionetas las cuales proporcionan este servicio con costos relativamente caros en comparación a la distancia recorrida. Presenta un descuido en el mantenimiento de este tipo de vías.

5. Servicios Básicos

Los servicios básicos como agua potable, luz eléctrica y alcantarillado se presentan en casi la totalidad del espacio físico de la parroquia San Isidro.

1.5. MATRIZ AORR

Cuadro 6. MATRIZ AORR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> - La geografía del lugar permite el desarrollo turístico del sector. - Variedad de atractivos turísticos naturales y culturales. - Diversidad de flora y fauna. - Población que disfruta de la recreación y gastronomía. - Existencia de instituciones educativas primaria y secundaria. - Existencia de seguridad. - Afluencia de turistas nacionales, europeos e iberoamericanos. 	<ul style="list-style-type: none"> - La mayoría de la población se dedica a la actividad agrícola, ganadera. - A nivel cantonal existen hosterías en buenas condiciones. - Falta de promoción de los atractivos turísticos de la zona y su gastronomía. - A nivel parroquial y cantonal existen varios atractivos turísticos culturales que son una opción para turistas. - Existe un balneario que dispone de aguas termales, sauna, turco, parqueadero y servicio de restaurante.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> - El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial fomenta en la población a realizar turismo dentro de la parroquia. - Escasez de fuentes de empleo, con este proyecto genera una fuente de empleo. - Los habitantes tienen la cultura del deporte por lo que se han creado varios clubes deportivos. - Escasos espacios de recreación familiar. - Diversidad de gastronomía. - Vías de acceso, asfaltadas, lo cual facilita el ingreso a la parroquia. - Existencia de cooperativas de transporte público para la movilización. - Existencia de vías de comunicación, acceso a internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Movilidad espacial de la población joven hacia otras ciudades especialmente por educación, salud y empleo. - Tasas de interés, plazos y políticas financieras inestables.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

1.6. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Una vez realizado el diagnóstico del entorno, con la ayuda de la matriz aliados, oponentes, oportunidades, riesgos (Aoor); se pudo determinar los aliados como la geografía del lugar, donde la ubicación, la diversidad de atractivos turísticos naturales y culturales, flora y fauna, proporcionan una ventaja para la población habitante; por lo cual las instituciones públicas encargadas de este servicio promueven el turismo. La seguridad es buena ya que no existen registros de índices de delincuencia alta.

Asimismo oportunidades como la escasez de espacios exclusivamente para recreación familiar; vías asfaltadas, muestra de ello que existe

cooperativas de transporte público para la movilización, vías de comunicación, fácil acceso a internet y teléfono.

La diversidad de gastronomía existente en la parroquia es otra de las oportunidades, ya que estos platos típicos solo se preparan en festividades parroquiales y patronales.

La cultura de recreación existe dentro de la parroquia, es por ello que se han creado clubes deportivos; sin embargo, no cuentan con espacios propios adecuados y apropiados para la práctica de cada uno de los clubes.

Por lo tanto, se considera importante realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO RECREATIVO Y GASTRONÓMICO UBICADO EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”, que permitan brindar recreación y cultura a la población habitante y a turistas; así como también, poder ofertar la gastronomía de la localidad.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. MICROEMPRESA

Según RODRÍGUEZ, Joaquín (2010 – pág. 88) dice: “La empresa es el ente donde se crea riqueza. Permite que se pongan en operación recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros y técnicos) para transformar insumos en bienes o servicios terminados, con base en los objetivos establecidos por una administración.”

La microempresa es un agente económico, en donde se encuentran pocos trabajadores, pueden dedicarse a la producción o transformación de bienes y/o servicios. Es una pequeña organización que tiene sus propios objetivos definidos, misión, visión; es creada con fines de lucro y el bien común o la beneficencia.

2.2. TURISMO

Según CABARCOS, Noelia. (2010 – pág. 2) dice: “Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos.”

El turismo es un fenómeno social y cultural en el que se desplazan individuos o grupos de personas a otro lugar por motivos de recreación, descanso, salud, visita a familiares o amigos, en el que permanecen uno o

varios días y no ejercen ninguna actividad lucrativa, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

2.3. RECREACIÓN

Según JIMÉNEZ, Carlos (2009 – pág. 1) dice: “La recreación es un conjunto de saberes, actividades y procesos libertarios en los que los sujetos implicados en dicha experiencia cultural, se introducen en una zona lúdica de característica neutra, apta para fortalecer el desarrollo de la integralidad humana.”

La recreación es una actividad que se realiza fuera de horarios de trabajo y sin remuneración. Los beneficios de recrearse van más allá de una buena salud física y mental, sino un equilibrio de éstas con factores espirituales, emocionales y sociales. Una persona integralmente saludable realiza sus actividades con mucha más eficiencia que una persona enferma.

2.4. GASTRONOMÍA

Según MARTÍNEZ, Javier (2011 – pág. 11) dice: “Es el estudio de la relación del ser humano con su alimentación y todo lo relativo a ésta en su entorno ambiental, geográfico, social y cultural.”

La gastronomía permite dar a conocer a turistas nacionales y extranjeros, la cultura, costumbres y tradiciones de cada uno de los lugares de la región y del país.

2.5. GEOGRAFÍA

Según CHERRE, Carlos (2011) dice: “Ciencia que describe, explica, analiza y compara los distintos paisajes que se observan en la

superficie terrestre al mismo tiempo que analiza las actividades que el hombre realiza en ellas.”

La geografía permite analizar diferentes aspectos relacionados con nuestro planeta, más específicamente para determinar ubicación, clima, relieve, temperatura, latitud de un determinado lugar, región o país.

2.5.1. Clima

Según OCHOA, Manuel (2013 – pág. 39) dice: “El clima de un lugar específico está compuesto de las condiciones promedio y de las secuencias regulares de eventos meteorológicos, además de la observación repetida de fenómenos extremos, como tornados, tormentas o heladas.”

El clima es un conjunto de condiciones atmosféricas, de una región específica y en un tiempo prolongado, además el clima puede variar del día a la noche.

2.6. DEMOGRAFÍA

Según MALDONADO, P (2006- pág. 11) dice: “La demografía es la ciencia que tiene por objeto el estudio de las poblaciones humanas tratando, desde un punto de vista principalmente cuantitativo, su dimensión, su estructura su evolución y sus características generales.”

La demografía trata las características sociales de la población y su desarrollo a través del tiempo, al análisis de la población por edades, situación familiar, grupos étnicos, actividades económicas y estado civil; las modificaciones de la población, nacimientos, matrimonios y fallecimientos; esperanza de vida, estadísticas sobre migraciones, sus

efectos sociales y económicos; grado de delincuencia; niveles de educación y otras estadísticas económicas y sociales.

2.6.1. Población

Según GARFIAS, Omar (2012 – pág. 71) dice: “El número de seres humanos que viven en una superficie geográfica definida en un número determinado de tiempo (¿Cuántos, dónde, cuándo?).”

La población es un conjunto de personas que viven en un área o espacio y que forman un país, que tienen características similares, por costumbres, tradiciones. Para conocer la demografía se realiza un censo, preguntando aspectos importantes como edad, género, aspectos económicos.

2.6.2. Población Económicamente Activa

Según INEC Ecuador dice: “La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo, o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo.”

La población económicamente activa en el Ecuador comprende a las personas entre 10 y 65 años de edad, que están en capacidad potencial de trabajar; es decir, las personas que tienen un trabajo, están buscándolo o las personas desocupadas.

2.6.3. Empleo

Según BARBA, M. Juan J. (2011) dice: “Desempeño de una actividad laboral que genera ingresos económicos o por la que se recibe una remuneración o salario.”

El empleo es una ocupación que desempeña una persona en una unidad de trabajo, realizando una serie de tareas a cambio de una remuneración.

2.6.4. Subempleo

Según BARBA, M. Juan J. (2011) dice: “Es cuando una persona capacitada para una determinada ocupación, cargo o puesto de trabajo opta por tomar trabajos menores en los que generalmente se gana poco.”

El subempleo son las personas que tienen un empleo que no está acorde a su profesión, por ende tiene una baja remuneración; pero están dispuestas y disponibles para modificar su situación laboral, con el fin de aumentar la duración o la productividad de su trabajo.

2.6.5. Desempleo

Según KRUGMAN, P., OLNEY, M, & WELLS, Robin (2008 – pág. 359) dice: “El desempleo es el número total de personas que buscan empleo de forma activa pero que en un momento dado no encuentran trabajo.”

El desempleo es cuando una persona que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no pueden conseguir un puesto de trabajo, debido a varios factores como disminución de la demanda, de la inversión y de la productividad y por el aumento de la inflación, cuando sobrepasa la oferta de trabajo existente.

2.7. ECONOMÍA

Según MANKIWI, Gregory (2009 – pág. 4) dice: “Es el estudio de la manera en la que la sociedad administra sus recursos que son escasos.”

Dentro de la economía se estudia la macroeconomía y la microeconomía. La macroeconomía estudia el nivel de empleo, desempleo, PIB, índice de ingresos o renta de un país; en cambio la microeconomía abarca lo que es empresas, precios, oferta, demanda en mercados competitivos, nivel de sueldos, beneficios.

2.7.1. Agrícola

Según CABALLERO, M., GONZÁLEZ, Ignacio & ROMERO, Carlos (2011) dice: “Se encarga de obtener recursos de la naturaleza. Tiene este nombre debido a que las actividades de este sector son la fuente básica para la supervivencia del ser humano. Este sector engloba seis actividades: agricultura, ganadería, explotación forestal, minería y pesca.”

El sector primario abarca a la agricultura en donde se produce materias primas de origen vegetal como cereales, frutas, hortalizas, pasto, fibras. Es una actividad de gran importancia estratégica como base fundamental para el desarrollo autosuficiente y riqueza de los países.

2.7.2. Industrial

Según CABALLERO, M., GONZÁLEZ, Ignacio & ROMERO, Carlos (2011) dice: “Es el principal componente del sector secundario .Se encarga de la transformación de las materias primas en productos manufacturados.”

En la industria se transforma la materia prima en productos elaborados para ser distribuidos a diferentes puntos de vista para ser consumidos por las personas.

2.7.3. Servicios

Según GARZA, Gustavo (2008 – pág. 77) dice: “Los servicios se agrupan, por excusión, dentro del sector terciario que incluye las comunicaciones y el transporte, el comercio y los servicios propiamente dichos, esto es, las actividades bancarias y de seguros, educación, así como el sector gobierno.”

Los servicios son bienes intangibles, que ofertan las empresas y son adquiridos por los consumidores para satisfacer sus necesidades a cambio de un valor monetario, dependiendo de su calidad y valor agregado.

2.8. SOCIOCULTURAL

Según ANDER, Ezequiel (2008 - pág. 110) dice: “Reacción frente al carácter inaceptable de una cultura cuya producción y transmisión están reservadas a una minoría privilegiada intelectualmente y/o económicamente, y a un proyecto tendiente a que los ciudadanos intervengan directamente en una cultura que viven cada día, participen en su creación y la integren en su desarrollo general.”

Lo sociocultural tiene una relación entre lo social y lo cultural. Lo social es el conjunto de relaciones que se establecen entre las personas de un grupo o territorio determinado. La cultura, es el conjunto de valores, criterios, modelos, hábitos y costumbres, formas de expresarse y comunicarse, de relacionarse que tienen las personas de una comunidad o un territorio.

2.8.1. Educación

Según GARCÍA, L., RUÍZ, M. & GARCÍA, Miriam. (2009) dice: “La educación es un fenómeno familiar en la existencia de toda persona,

por cuanto la educación está presente, de una u otra forma, en el desarrollo individual y social, en cuanto factor dinamizador de la construcción de la conducta y personalidad humana.”

La educación permite asimilar y aprender nuevos conocimientos necesarios, normas de conducta, estar actualizado y ser competitivo frente a otros. La educación es un medio para obtener un mejor empleo y mejorar la calidad de vida.

2.8.2. Salud

Según MERAZ, Luz (2013) dice: “Es un conjunto de factores biológicos, emocionales y espirituales que contribuyen a un estado de equilibrio en el individuo.”

La salud es un estado de equilibrio físico, mental y social que permita a las personas llevar una vida individual, social y económicamente productiva en armonía, e interactuar dinámicamente con el medio en el cual vive.

2.8.3. Seguridad

Según el Centro colaborador de la OMS en Quebec (2009) dice: “La seguridad es un estado en el cual los peligros y las condiciones que pueden provocar daños de tipo físico, psicológico o material son controlados para preservar la salud y el bienestar de los individuos y de la comunidad.”

Cuando existe seguridad es porque hay confianza y tranquilidad por la idea de que no hay peligro o pueden ser controlados para preservar la salud y el bienestar de los individuos y de la comunidad.

2.8.4. Costumbre

Según el Diccionario de la lengua Española dice: “Hábito, modo habitual de obrar o proceder establecido por la tradición o por la repetición de los mismos actos y que puede llegar a adquirir fuerza de precepto.”

Las costumbres son las acciones, prácticas y actividades que son parte de una comunidad y que están relacionadas con su identidad e historia; es por ello que son únicas y no se repiten en otra comunidad.

2.9. ESTUDIO DE MERCADO

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 90) dice: “El concepto de estudio de mercado usualmente se identifica con la definición del precio y la demanda a que los consumidores están dispuestos a comprar.”

El estudio de mercado es la parte más importante dentro de un proyecto, ya que permite conocer si es o no factible, así como también poder conocer los posibles consumidores, demanda, oferta, precio, comercialización.

2.9.1. Muestra

Según MCDANIEL, Carl & GATES, Roger (2011 – pág. 415) dice: “Es un subgrupo de miembros de una población. Se obtiene información de o acerca de una muestra y se usa para calcular las distintas características de la población total.”

La muestra es una parte representativa del total de la población, que permite ser estudiada, analizada, generar datos con más facilidad y en el menor tiempo.

2.9.2. Mercado Meta

Según LAMB, C., HAIR, J. & MCDANIEL, Carl (2011 – pág. 276) dice: “Grupo de personas u organizaciones para el que una organización diseña, implementa y mantiene una mezcla de marketing creada para satisfacer sus necesidades y que da como resultado intercambios mutuamente satisfactorios.”

El significado de Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar con el fin de obtener una utilidad o beneficio.

2.9.3. Mercado potencial

Según RIVERA, Jaime & GARCILLÁN, Merci (2012 – pág. 71) dice: “El mercado potencial es el número máximo de compradores al cual se puede dirigir la oferta.”

El mercado potencial son todas las personas que están dispuestas a adquirir el producto o servicio.

2.9.4. Segmentación de mercado

Según LLAMAS, Concepción (2009 - pág. 30) dice: “Segmentación de mercado es la división del mismo en grupos homogéneos a los que se les aplicará una estrategia comercial diferenciada con el fin de satisfacer necesidades y deseos de los individuos que forman los segmentos y con la finalidad de que la empresa alcance sus objetivos.”

El segmento de mercado permite satisfacer mejor a los clientes, debido a que si diferenciamos los segmentos de mercado, se puede elaborar

productos en base a ese tipo de segmento. Se realiza una segmentación de mercado tomando como base a una característica de la población.

2.9.5. Demanda

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 98) dice: “Cantidad de mercancías y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores.”

La demanda está conformada por todas las personas que tienen la necesidad de adquirir un bien o servicio en un tiempo determinado.

2.9.6. Demanda insatisfecha

Según BACA, Gabriel (2010 – pág. 43) dice: “Es la demanda en la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.”

La demanda insatisfecha es aquella que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta, al menos en parte por el proyecto.

2.9.7. Oferta

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 99) dice: “Es el volumen del bien que los productores colocan en el mercado para ser vendido. Depende directamente de la relación precio/costo, esto es, que el precio es el límite en el cual se puede ubicar el costo de producción, ya que cuando el precio es mayor o igual al costo, la oferta puede mantenerse en el mercado.”

La oferta es la cantidad de productos y servicios que los fabricantes están dispuestos a ofrecer en los diferentes precios que existen en el mercado,

limitado por la capacidad de producción y abastecimiento en un momento determinado.

2.9.8. Precio

Según BACA, Gabriel (2010 – pág. 44) dice: “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”

El precio es un valor monetario que se le da a un bien o servicio; y es determinado por varios factores de acuerdo a la economía del mercado, oferta, demanda, calidad; se determina en base al costo y una utilidad deseada, en base a los precios de productos similares o sustitutos que se encuentran en el mercado.

2.9.9. Comercialización

Según BACA, Gabriel (2010 – pág. 48) dice: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”

La comercialización es la parte esencial en el funcionamiento de una empresa. Con la comercialización los clientes pueden adquirir con mayor facilidad un producto, ya que lo pueden tener a su alcance. Así como también poder tener información del mercado acerca de la oferta, demanda; de los clientes gustos y preferencias, con el fin de mejorar y cubrir la demanda.

1. Publicidad

Según PRIETO, Jorge (2009) consiste: “Se define como la comunicación de masas impersonales sobre las aptitudes de las

personas. La publicidad ayuda a la venta personal, llega a personas de difícil acceso, conquista grupo de clientes, crea reconocimiento, mejora la imagen, penetra en un mercado geográfico y sirve para introducir un nuevo producto.”

La publicidad es una forma de comunicación, permite dar a conocer el servicio nuevo y sus beneficios con el fin de persuadir, atraer a posibles consumidores o usuarios.

2. Promoción

Según PRIETO, Jorge (2009) define: “Promoción es la función de marketing mix relacionada con la comunicación persuasiva hacia el público objetivo que brinda servicios tangibles al producto o servicio.”

La promoción es una forma de promover, informar los servicios y productos que se ofrecen a las personas, mediante técnicas y métodos que se utilizan para lograr sus objetivos específicos y lograr las ventas deseadas.

2.10. ESTUDIO TÉCNICO

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 121) dice: “Los estudios técnicos engloban la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva.”

El estudio técnico comprende todo lo que tiene que ver con el funcionamiento y operatividad del propio proyecto. Tiene por objetivo proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a esta área.

2.10.1. Localización

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 126) dice: “El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que cubra las exigencias o los requerimientos necesarios, que contribuya a minimizar los costos de inversión y gastos durante el periodo productivo del proyecto.”

En la localización se analiza cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, con el fin lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio.

1. Macro localización

Según CÓRDOVA, Marcial (2011- pág. 119) dice: “Se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.”

La macro localización selecciona el área a nivel general donde se ubicará el proyecto, basándose en las condiciones regionales de oferta y demanda y la infraestructura existente.

2. Micro localización

Según CÓRDOVA, Marcial (2011- pág. 121) indica: “Cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.”

Determina la zona; es decir el sitio preciso para ubicar el proyecto en base al tipo y sus beneficios.

2.10.2. Tamaño del proyecto

Según SAPAG, Nassir (2011- pág. 134) dice: “El estudio del tamaño del proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados.”

Lo ideal es que el tamaño no sea mayor que la demanda actual y esperada del mercado y que la cantidad demandada sea superior al tamaño mínimo económico del proyecto.

2.10.3. Capacidad instalada

Según CÓRDOVA, Marcial (2011- pág. 108) dice: “Corresponde el nivel máximo de producción o prestación de servicio que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.”

La capacidad instalada define la cantidad de demanda que puede cubrir la empresa; y esta a su vez depende de la cantidad de inversión que se realiza.

2.10.4. Procesos

Según MURO, Pedro (2010) dice: “Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.”

Un proceso es una secuencia de actividades o tareas conectadas de forma sistemática, en el que interviene un determinado número de personas y recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo planeado.

2.10.5. Inversiones

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 16) dice: “La inversión es el conjunto de recursos que se emplean para producir algo, que puede generar utilidad.”

La inversión es el conjunto de recursos necesario para poner en funcionamiento un proyecto, al igual que determina el tamaño del proyecto.

2.10.6. Costo de producción

Según BRAVO, Mercedes & UBIDIA Carmita (2009- pág. 330) dice: “Sumatoria del costo de materia prima directa, más mano de obra directa más costos indirectos de fabricación.”

El costo de producción, es el costo que se produce para transformar la materia prima en producto terminando o un servicio; interviene la materia prima, mano de obra, costos indirectos.

1. Materia prima

Según ROJAS Sérvulo A. (2010 – pág. 196) dice: “La materia prima son elementos, partes o sustancias de que está compuesto el producto terminado.”

La materia prima directa entra dentro de los procesos de fabricación y es una parte fundamental para tener el producto terminado; se convierte en el más representativo dentro del costo.

2. Materia Prima Indirecta

*Según BRAVO, Mercedes & UBIDIA, Carmita (2009- pág. 37) dice:
“Son aquellos materiales que no se pueden identificar plenamente
con el producto, pero que no son necesarios para su elaboración.”*

Estos son los costos que le dan imagen al producto luego de su proceso de transformación, como por ejemplo: hilos, botones, envases, embalajes, etiquetas, entre otros.

3. Mano de Obra Directa

*Según BRAVO, Mercedes & UBIDIA, Carmita (2009- pág. 19) dice:
“Es el salario que se paga a los trabajadores que intervienen
directamente en la fabricación del producto.”*

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

4. Mano de Obra Indirecta

*Según BRAVO, Mercedes & UBIDIA, Carmita (2009- pág. 19) dice:
“Es el sueldo o salario que se paga al personal que no interviene
directamente en la fabricación del producto, pero sirve de apoyo
indispensable en el proceso productivo.”*

Es el personal de apoyo que tienen las fábricas para dar los acabados finales al producto.

5. Costos indirectos de fabricación

*Según BRAVO, Mercedes & UBIDIA, Carmita (2009- pág. 91) dice:
“Constituye el tercer elemento del costo de producción, se caracteriza por cuanto el conjunto de costos no se identifica plenamente con el producto.”*

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.

2.10.7. Gastos Administrativos

Según GUAJARDO, Gerardo & ANDRADE, Nora (2014 - pág. 135) dice: “Son los necesarios para llevar el control de las operaciones del negocio.”

Son gastos que permiten administrar la empresa y que son importantes, pero no están relacionados directamente con el producto o servicio.

2.10.8. Gastos de Ventas

Según GUAJARDO, Gerardo & ANDRADE, Nora (2014 - pág. 135) dice: “Corresponden a erogaciones directamente relacionadas con el esfuerzo de vender los bienes o brindar los servicios objeto del negocio.”

Los gastos de ventas se refieren al almacenamiento, transporte, publicidad, promociones de los artículos vendidos o del servicio.

2.10.9. Depreciaciones

Según GUAJARDO, Gerardo & ANDRADE, Nora (2014 – pág. 109) dice: “La depreciación consiste en reconocer que con el paso del tiempo y el uso que se le da a un determinado tipo de activos, van perdiendo o disminuyendo su valor.”

Los bienes muebles tienen una vida útil, pero cada año se van desgastando, a eso se le llama depreciación, y que al final de la vida útil se puede tener un valor residual del bien.

2.10.10. Financiamiento

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 58) dice: “Es el total de los recursos requeridos para llevar a cabo las inversiones. En general, el financiamiento puede ser crediticio cuando proviene de una institución financiera; con recursos propios cuando la fuente es una aportación del promotor o nuevas suscripciones de capital; o con recursos ajenos cuando los fondos provienen de aportaciones federales, estatales o de la comunidad, cuando ésta, principalmente mediante su fuerza de trabajo, contribuye a la realización de inversiones.”

Es el conjunto de recursos financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

2.11. ESTUDIO FINANCIERO

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 210) dice: “Tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto allegarse los recursos necesarios para su implementación y contar con la

suficiente liquidez y solvencia, para desarrollar ininterrumpidamente operaciones productivas y comerciales.”

El estudio financiero permite conocer la rentabilidad del proyecto, conocer la inversión, el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto y en cuantos años se va a recuperar dicho capital.

2.11.1. Presupuesto de ingreso

Según CÓRDOVA, Marcial (2011 – pág. 196) dice: “Es aquel presupuesto que permite efectuar las estimaciones de ingresos para el periodo de vida previsto a precios constantes y/o corrientes del producto resultante al finalizar el respectivo proyecto.”

El presupuesto de ingresos permite conocer los ingresos de cada año en función de las ventas o los servicios demandados por los clientes; permite conocer en qué año se recuperara la inversión.

2.11.2. Presupuesto de gastos

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 211) dice: “Los presupuestos de egresos están integrados fundamentalmente por los siguientes rubros: costo de producción, costo de operación, gastos de administración y ventas, así como gastos financieros.”

Determina qué cantidad de dinero requiere para producir una cierta cantidad de productos.

2.11.3. Estado de situación inicial

Según WARREN, Carls S., REEVE, James M., & DUCHAC, Jonathan E. (2009) dice: “Lista de los activos, pasivos y capital contable del propietario de una entidad de negocios en una fecha

específica, por lo general al cierre del último día de un mes o un año.”

El balance general refleja la situación de la empresa, en donde se puede observar la cantidad de activos que tiene, los pasivos; es decir, las deudas y el patrimonio con que cuenta la empresa.

2.11.4. Estado de resultados

Según WARREN, Carls S., REEVE, James M., & DUCHAC Jonathan E. (2009) dice: “El estado de resultados informa sobre los ingresos y los gastos para un periodo con base en el concepto de conciliación. Este concepto se aplica al conciliar los gastos con los ingresos generados por esos gastos durante un periodo.”

El estado de resultados permite conocer la utilidad o pérdida durante un período contable, resultado obtenido de los ingresos menos los 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.

2.11.5. Estado de flujo de efectivo

Según WARREN, Carls S., REEVE James M., & DUCHAC Jonathan E. (2009) dice: “El estado de flujo de efectivo consta de tres secciones, las actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiamiento.”

Determinar la capacidad de la empresa para generar efectivo, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con sus proyectos de inversión y expansión. Además, el flujo de efectivo permite hacer un estudio o análisis de cada una de las partidas con incidencia en la generación de efectivo, datos que pueden ser de gran utilidad para el diseño de políticas y

estrategias encaminadas a realizar una utilización de los recursos de la empresa de forma más eficiente.

2.11.6. Capital de trabajo

Según BACA, Gabriel (2010 – pág. 145) manifiesta que: “Está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa.”

Para cubrir las necesidades de la empresa debe disponer de capital de trabajo; es decir recursos o activos corrientes que le permita mantenerse en funcionamiento. Al restar los activos corrientes con los pasivos corrientes se obtiene el capital de trabajo neto contable.

1. Capital Fijo

Según CÓRDOVA, Marcial (2011 – pág. 191) manifiesta que: “Parte del capital destinado a la compra de terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.”

El capital fijo es el capital invertido, generalmente en acciones y bonos, que generara una rentabilidad. Ofrece mayor seguridad que el capital variable, pero menor rentabilidad.

2. Capital Variable

Según CÓRDOVA, Marcial (2011 – pág. 192) manifiesta que: “Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes de propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, estructura organizativa.”

El capital variable depende de varios factores como cantidad de producción, mano de obra, materia prima.

2.11.7. Tasa de rendimiento medio

Según PEARCE, David (2008 – pág. 371) dice: “Concepto general referido a las ganancias procedentes de la inversión de capital, donde las ganancias se expresan como una proporción del gasto incurrido. El término se aplica a una gran variedad de situaciones.”

La tasa de rendimiento determina las ganancias de la inversión, en relación al capital empleado en un período de tiempo.

2.11.8. Valor actual neto (VAN)

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 243) dice: “Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto - ingresos menos egresos- considerando la inversión como un egreso a una tasa de descuento determinada previamente; o bien, es el valor monetario que resulta de resaltar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”

En otras palabras el VAN mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable, caso contrario el proyecto no es rentable.

2.11.9. Tasa interna de retorno (TIR)

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 242) dice: “Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio.”

La TIR es la tasa de descuento de un proyecto de inversión que permite que el VAN sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima tasa que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el VAN sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Para hallar la TIR se necesitan: tamaño de inversión, flujo de caja neto proyectado.

2.11.10. Punto de equilibrio

Según BRAVO, Mercedes & UBIDIA Carmita (2009- pág. 333) manifiesta que: “Punto en el cual el volumen de ventas es igual a los costos totales, por lo tanto la empresa no genera ni utilidad ni pérdida.”

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.

2.11.11. Costo beneficio

Según ORTEGA, Alfonso (2010 – pág. 225) dice: “El análisis costo-beneficio es una forma de valorar las ventajas y desventajas de adoptar una decisión entre diferentes alternativas.”

El análisis de costo-beneficio es una herramienta para evaluar todos los costos y beneficios pertinentes y para tomar decisiones y desarrollar sistemáticamente información útil acerca de los efectos deseables e indispensables del proyecto.

2.12. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Según CÓRDOVA, Marcial (2011 – pág. 168) dice: “En toda actividad organizada se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final. Todo esto nos lleva a distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización.”

La estructura organizacional permite entender y administrar de mejor manera la empresa, por medio de un instrumento que permita controlar y cumplir los objetivos, y por ende alcanzar la visión.

2.12.1. Misión

Según ENRIQUE, Ana M., MADODEÑO, G., MORALES, Francisco & SOLER, Pere. (2009 – pág. 94) dice: “Es el cimiento y guía sobre el que descansan todas las decisiones: especificaciones concretas sobre tipo y naturaleza del negocio, fundamentos para la existencia de la empresa, definición del segmento de mercado al cual se pretende vivir, reglas de conducta que regirán las actividades de la organización.”

La visión responde a la pregunta ¿Cómo lo vamos a lograr? Son las metas reales y concretas de la empresa, la cual debe ser un documento público para que conozcan todos los involucrados en la empresa.

2.12.2. Visión

Según ENRIQUE, Ana M. MADODEÑO, G., MORALES, Francisco & SOLER, Pere. (2009 – pág. 93) dice: “Es una declaración filosófica y resumida de lo que se pretende conseguir y la cual tiene como finalidad inspirar y motivar a quienes son parte de la empresa. La visión es la idea creativa, el ADN, lo estratégico.”

La misión responde a las preguntas ¿Qué quiero ser? ¿Cómo nos gustaría que nos viera?; es decir, es la razón de ser de una empresa, para lo cual debe ser integrada en la empresa y forme parte de la cultura empresarial y creer en ella.

2.12.3. Estructura orgánica

Según KOONTZ, Harold & WEIHRICH, Heinz (2013 – pág. 169) dice: “Es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo.”

La estructura orgánica es una representación gráfica en el organigrama de cómo está formada una empresa, diferenciando y visualizando con facilidad las unidades administrativas en función de sus relaciones de jerarquía y sus dependencias.

2.12.4. Estructura funcional

Según CÓRDOVA, Marcial (2011 – pág. 195) dice: “Declara la función básica del puesto, los principales resultados de los que es responsable el administrador y las relaciones de información.”

La estructura funcional se observa con claridad las relaciones jerárquicas, igualmente se preserva el conocimiento y la experiencia en las áreas funcionales.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCIÓN

La cotidianidad y rutina provoca la desconcentración en las labores diarias de las personas, por dicha razón es necesario tener un tiempo libre para distraerse, recrearse y estar fuera del lugar habitual; por lo que se quiere crear un centro turístico recreativo y gastronómico en la parroquia San Isidro, con el fin de disponer un lugar apropiado para esos momentos libres y realizar la actividad de su preferencia; además, degustar de la gastronomía propia de la parroquia.

El cantón Espejo es muy conocido por la Reserva Ecológica El Ángel y atrae a turistas nacionales y extranjeros que prefieren el ambiente natural y alejado de la ciudad que no solo está presente en dicho lugar, sino en todas las parroquias del cantón.

Por estos motivos se realizará un estudio de mercado, el que dará a conocer las posibilidades que tiene la creación de este lugar, enfocando al análisis de la demanda, oferta, precios, comercialización referentes al servicio recreación y gastronomía en el cantón Espejo.

Este estudio ayudará igualmente a determinar el número de personas que estarían en condiciones de visitar y adquirir los servicios del centro, la frecuencia de visita y el nivel de aceptación.

Este capítulo es el antecedente más importante ya que sirve como base para la realización del estudio técnico y financiero, mediante el cual se determinará la viabilidad del proyecto productivo.

3.2. OBJETIVOS

3.2.1. General

Efectuar el estudio de mercado para establecer las preferencias de los consumidores, además de la demanda, oferta, precio, comercialización y determinar los potenciales clientes para el nuevo centro turístico recreativo y gastronómico.

3.2.2. Específicos

- Realizar una identificación del servicio que se brindará en el centro turístico recreativo y gastronómico, para establecer la aceptación en los habitantes del cantón Espejo.
- Analizar la oferta existente dentro del cantón Espejo.
- Establecer la demanda del servicio a colocar en el mercado turístico local.
- Determinar el precio adecuado del servicio en base a la competencia, costos y productos que se ofrece.
- Formular estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento del servicio que ofertará la microempresa a turistas internos y externos.

3.3. MATRIZ DIAGNÓSTICA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Cuadro 7. MATRIZ DIAGNÓSTICA DEL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTO
Realizar una identificación del servicio que se brindará en el centro turístico recreativo y gastronómico, para establecer la aceptación en los habitantes del cantón Espejo.	Identificación del servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Actividades recreativas - Tipos de deportes - Gastronomía 	Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta
Analizar la oferta existente dentro del cantón Espejo.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de lugares de recreación. - Frecuencia - Servicios - Calidad 	Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta
Establecer la demanda del servicio a colocar en el mercado turístico local.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> - Edad - Género - Criterio que toman en cuenta para visitar. - Preferencias - Costos 	Primaria Primaria Primaria Primaria Secundaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Documento
Determinar el precio adecuado del servicio en base a la competencia, costos y productos que se ofrece.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> - Consumidor - Competencia 	Primaria Secundaria	Encuesta Registro municipio
Formular estrategias de comercialización que permitan el ingreso y posicionamiento del servicio que ofertará la microempresa a turistas internos y externos.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Canales de publicidad. - Productos de mayor acogida. - Estrategias de venta. - Presentación y calidad del servicio. 	Primaria Primaria Secundaria Secundaria	Encuesta Encuesta Análisis Análisis

Elaborado: La Autora

3.4. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

La recreación y esparcimiento es considerada como una de las necesidades básicas para el ser humano. De esto se aprovechará los recursos naturales existentes, la cultura y gastronomía para combinar con la tecnología y recursos económicos para la creación del centro turístico recreativo y gastronómico, tomando en cuenta la sustentabilidad de dichos recursos y cuidando el medio ambiente.

El centro de recreación contará con servicio de restaurante, el cual ofrecerá variedad de platos típicos propios de la parroquia, elaborados con productos cultivados en la localidad, nutritivos, de calidad y valores nutricionales que contengan una dieta balanceada y apta para el consumo humano, preparados con las debidas normas de higiene pero conservando la forma tradicional en su preparación.

Los platos típicos a ofertarse son el cuy, hornado, caldo de gallina criolla, fritada y trucha como principales, al mismo tiempo y dependiendo de la temporada, se puede variar la gastronomía intercalando el morocho con leche, humitas, entre otros que se irán presentando de acuerdo al consumo de la demanda. Conjuntamente, la decoración tendrá aspectos relacionados a la cultura y tradiciones de la localidad.

En cuanto a turismo se ofertará el servicio de excursión, el cual contempla un recorrido a los lugares que tienen historia y cultura dentro de la parroquia.

Para la práctica de deportes se tendrá el servicio de una cancha de uso múltiple para indorfútbol, básquet y vóley; equipada con todo lo necesario para que se puedan divertir niños y adultos de todo género. Agregando a esto un excelente servicio, satisfaciendo así la necesidad de recreación de los visitantes.

Para los más pequeños que son los niños, se contará con un área recreativa infantil adecuado de acuerdo al medio que nos rodea y con seguridad de que puedan disfrutar de todos los juegos sin ningún peligro.

Para la recreación familiar, se tendrá amplios espacios verdes donde podrán realizar diversidad de actividades de su preferencia en familia o grupos de amigos en un ambiente natural.

Además, como estrategia para atraer a turistas, se pretende ofertar artesanías elaboradas por mujeres de la parroquia, tejidos con lana, por ello se contará con un almacén para la adquisición de estos productos.

Se contará también con estacionamiento para la seguridad de los vehículos de quienes visiten el lugar.

3.5. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

3.5.1. Población

Para determinar la población universo se toma en cuenta la geografía del cantón y la ubicación de las parroquias que lo conforman; es decir, se analiza su cercanía entre cada parroquia y se considera a dos de ellas, El Ángel y San Isidro.

Según el censo de población y vivienda del año 2010 en las parroquias El Ángel tiene 6.325 habitantes y en San Isidro 2.721; sumando 9.046 personas de población. De las cuales se toma a la población económicamente activa de dichas parroquias como población universo.

Según el censo de población y vivienda 2010 la población económicamente activa de la parroquia El Ángel es el 58,16% de la población total, que son 3.679 personas y la población

económicamente activa de la parroquia San Isidro, es de 1.000 personas.

Cuadro 8. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Detalle	Número
PEA-EI Ángel	3.679
PEA-San Isidro	1.000
TOTAL	4.679

Fuente: GAD San Isidro
Elaborado: La Autora

3.5.2. Mercado meta

El Mercado Meta está constituido por la población económicamente activa que son las 4.679 personas, de diversa edad, nivel social y económico que gusta del turismo, recreación y entretenimiento ya que además se encuentra en condiciones de poder adquirir un servicio.

3.5.3. Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra del estudio de mercados, se tomará como base la siguiente fórmula matemática:

$$n = \frac{N * Z^2 * \sigma^2}{\varepsilon^2(N - 1) + Z^2 * \sigma^2}$$

Donde:

n = muestra

N= Población o universo 4.679

Z = Nivel de confianza (95% dos colas) 1,96

δ = Varianza 0,5

ε = Nivel de error

0,05

$$n = \frac{4.679 * 1,96^2 * 0,5^2}{0,05^2(4.679 - 1) + 1,96^2 * 0,5^2}$$

$$n = \frac{4.493,7116}{11,695 + 0,9604}$$

$$n = \frac{4.493,7116}{12,6554}$$

n = 355 Encuestas

3.6. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO

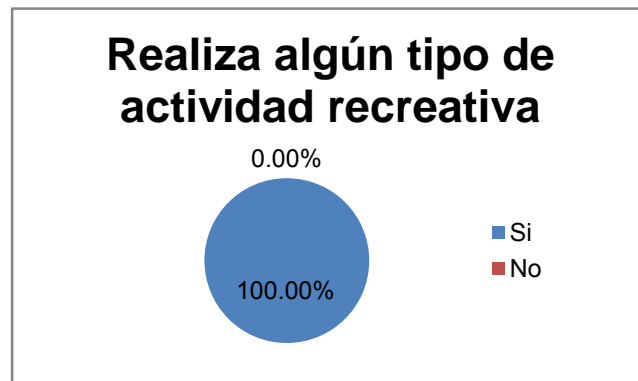
1. ¿Le gusta realizar algún tipo de deporte o actividad recreativa?

Cuadro 9. REALIZA ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD RECREATIVA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	355	100
No	0	0
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 1. REALIZA ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD RECREATIVA



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

Todas las personas realizan algún tipo de actividad recreativa o deporte en su tiempo libre de acuerdo a su preferencia, capacidad, necesidad o por diversión.

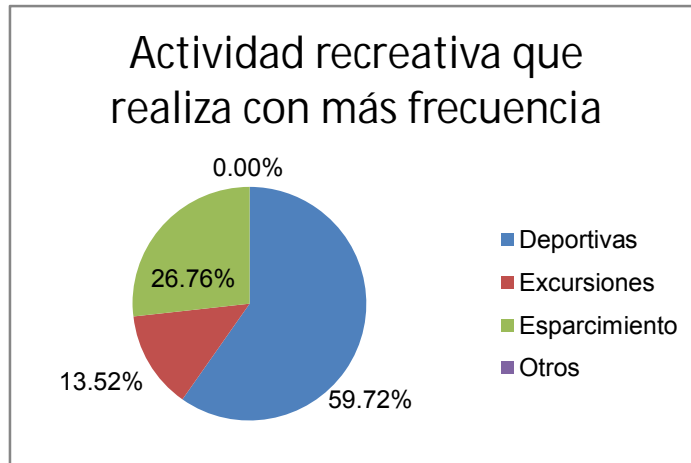
2. ¿Qué actividades recreativas realiza con más frecuencia?

Cuadro 10. ACTIVIDAD RECREATIVA QUE REALIZA CON MÁS FRECUENCIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deportivas	212	59,72
Excursiones	48	13,52
Esparcimiento	95	26,76
Otros	0	0,00
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 2. ACTIVIDAD RECREATIVA QUE REALIZA CON MÁS FRECUENCIA



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

Se determinó que el deporte es la actividad recreativa que la población realiza con mayor frecuencia, representando una oportunidad pues se pretende ofertar este tipo de servicio, además del esparcimiento y excursión.

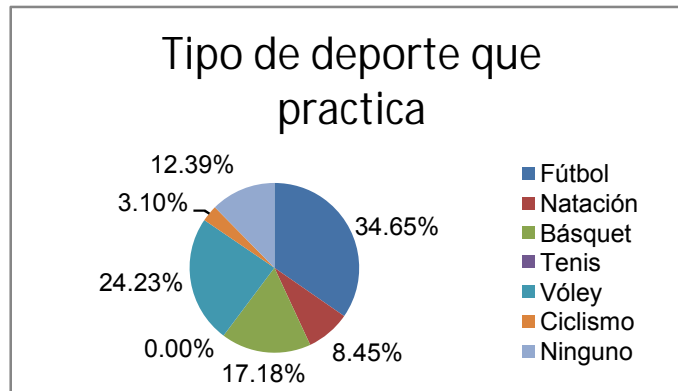
3. ¿Qué tipo de deporte práctica?

Cuadro 11. TIPO DE DEPORTE QUE PRÁCTICA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fútbol	123	34,65
Natación	30	8,45
Básquet	61	17,18
Tenis	0	0,00
Vóley	86	24,23
Ciclismo	11	3,10
Ninguno	44	12,39
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 3. TIPO DE DEPORTE QUE PRÁCTICA



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

Estos resultados evidencian la preferencia por el deporte y en particular el fútbol y vóley. No obstante, se puede observar que parte de la población no practica ningún deporte debido a la falta de tiempo por el trabajo y la escasa disponibilidad de canchas deportivas.

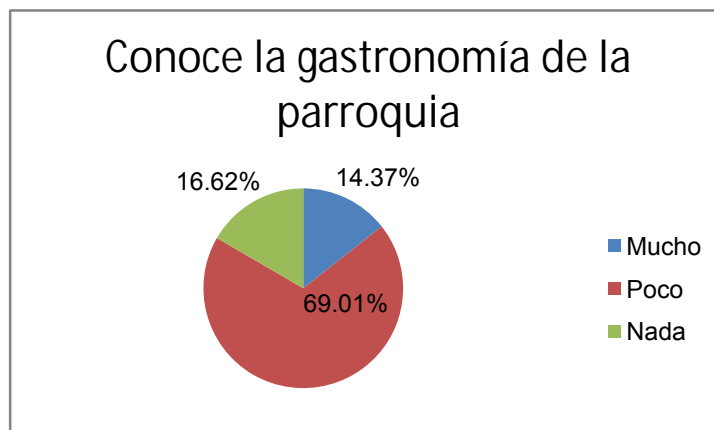
4. ¿Conoce usted la gastronomía de la parroquia de San Isidro?

Cuadro 12. CONOCE LA GASTRONOMÍA DE LA PARROQUIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	51	14,37
Poco	245	69,01
Nada	59	16,62
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 4. CONOCE LA GASTRONOMÍA DE LA PARROQUIA



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado por: La Autora

Análisis

Como se puede evidenciar en el gráfico existe desconocimiento parcial y total de la gastronomía propia de la parroquia; esto es, debido a que no existen lugares específicos para difundir y ofertar, sino únicamente se los produce en las festividades que son una vez al año y no son todos. Por el contrario, se registra personas que si conocen mucho los platos típicos y saben además cómo prepararlos.

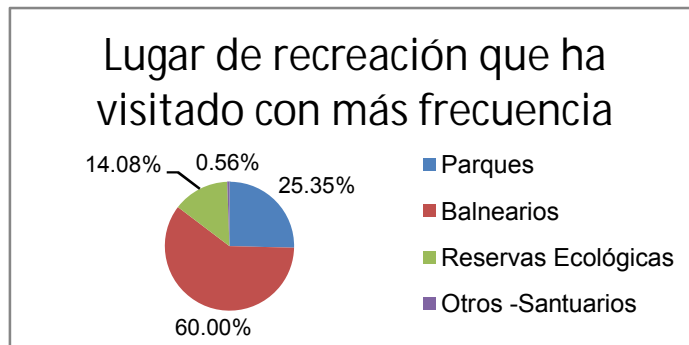
5. ¿Qué lugares de recreación ha visitado con frecuencia?

Cuadro 13. LUGAR DE RECREACIÓN QUE HA VISITADO CON MÁS FRECUENCIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Parques	90	25,35
Balnearios	213	60,00
Reservas Ecológicas	50	14,08
Otros - Santuarios	2	0,56
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 5. LUGAR DE RECREACIÓN QUE HA VISITADO CON MÁS FRECUENCIA



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

Más de la mitad de la población opinaron que han visitado balnearios, ya sea por su cercanía, precio o beneficio que tiene la oferta actual, sin dejar de lado los parques que son un lugar de esparcimiento y socialización, además de no tener que pagar ningún costo por el ingreso a dichos lugares.

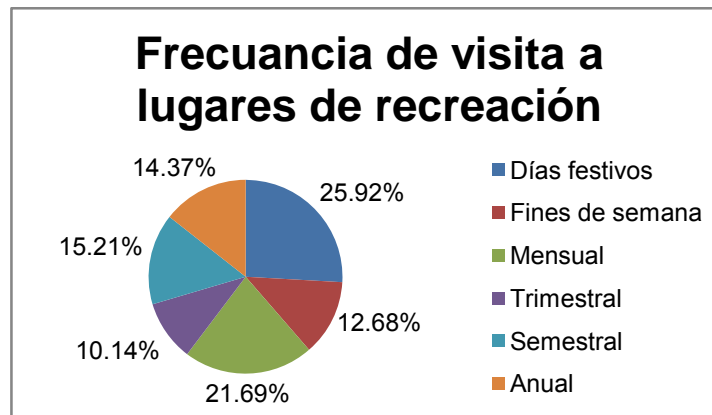
6. ¿Con qué frecuencia visita lugares de recreación?

Cuadro 14. FRECUENCIA DE VISITA A LUGARES DE RECREACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Días festivos	92	25,92
Fines de semana	45	12,68
Mensual	77	21,69
Trimestral	36	10,14
Semestral	54	15,21
Anual	51	14,37
TOTAL	355	100,00

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 6. FRECUENCIA DE VISITA A LUGARES DE RECREACIÓN



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

Los días festivos son los que se registra mayor turismo porque disponen de tiempo para salir y otras personas tienen preferencia por visitar mensualmente lugares de recreación; relacionado con las preguntas anteriores, se concluye que los días festivos dedican para visitar balnearios y los fines de semana para practicar deportes y esparcimiento.

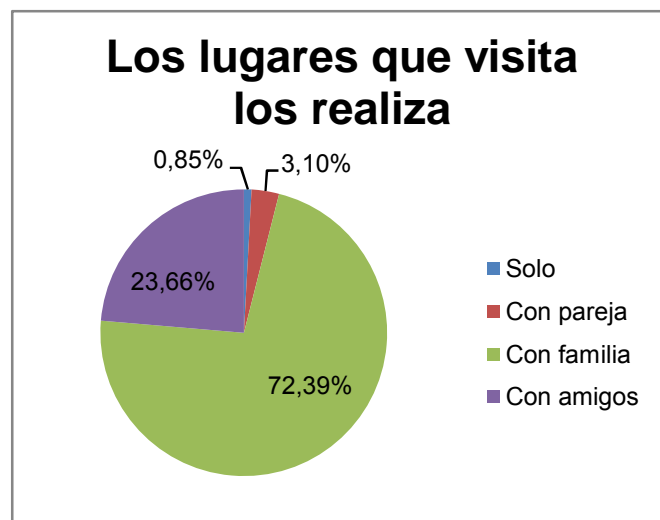
7. Los lugares que visita los realiza:

Cuadro 15. LOS LUGARES QUE VISITA LOS REALIZA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo	3	0,85
Con pareja	11	3,10
Con familia	257	72,39
Con amigos	84	23,66
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 7. LOS LUGARES QUE VISITA LOS REALIZA



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

Se puede evidenciar que la mayor parte de la población prefiere recrearse en familia, por tanto justifica que lo hagan los días festivos y fines de semana, debido a que son días no laborables.

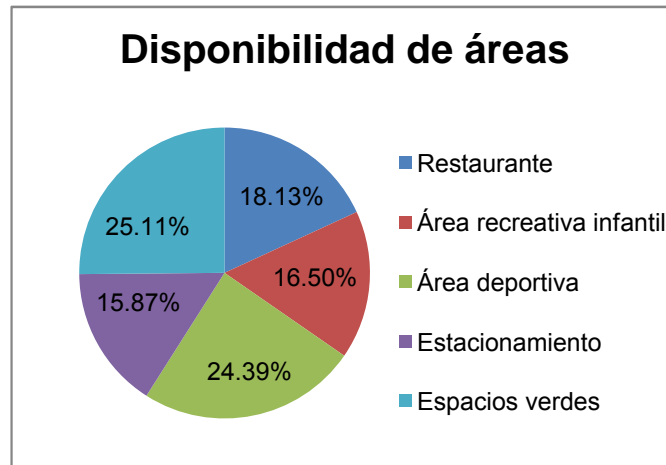
8. Los centros recreativos que ha visitado disponen de:

Cuadro 16. DISPONIBILIDAD DE ÁREAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurante	200	18,13
Área recreativa infantil	182	16,50
Área deportiva	269	24,39
Estacionamiento	175	15,87
Espacios verdes	277	25,11
TOTAL	1103	100,00

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 8. DISPONIBILIDAD DE ÁREAS



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

Los centros recreativos disponen variedad de áreas de acuerdo a la categoría del lugar y servicio que se oferta, es por eso que es indispensable contar con diversidad de productos y servicios para poder ser una empresa competitiva.

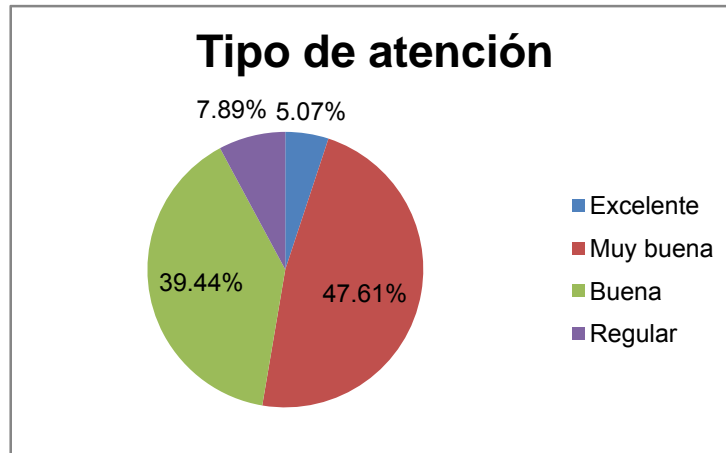
9. El tipo de atención que recibe es:

Cuadro 17. TIPO DE ATENCIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	18	5,07
Muy buena	169	47,61
Buena	140	39,44
Regular	28	7,89
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 9. TIPO DE ATENCIÓN



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

El mayor número de encuestados opinaron que no se sienten completamente satisfechos con la atención que reciben dentro de los establecimientos, debido al espacio físico, infraestructura, vías de acceso y el trato que han recibido. Esto da una pauta para que la propuesta sea mejor y satisfaga las necesidades del mercado.

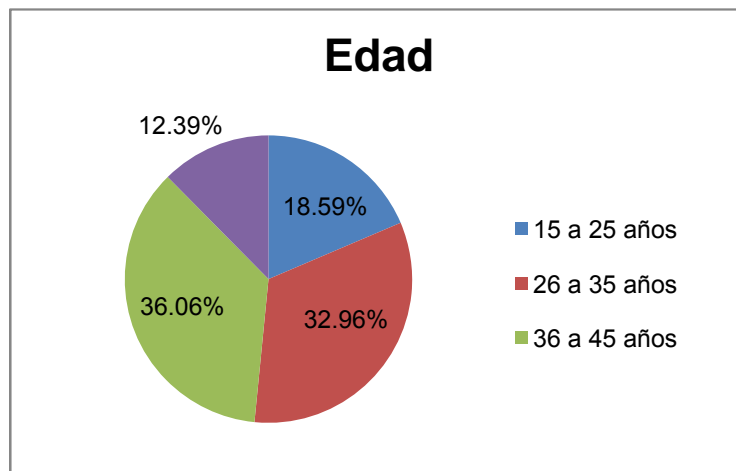
10. Qué edad tiene:

Cuadro 18. EDAD

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15 a 25 años	66	18,59
26 a 35 años	117	32,96
36 a 45 años	128	36,06
46 en adelante	44	12,39
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 10. EDAD



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

El mayor número de personas encuestadas tienen entre 26 a 45 años, porque son la población económicamente activa con empleo y que está en capacidad de adquirir el servicio.

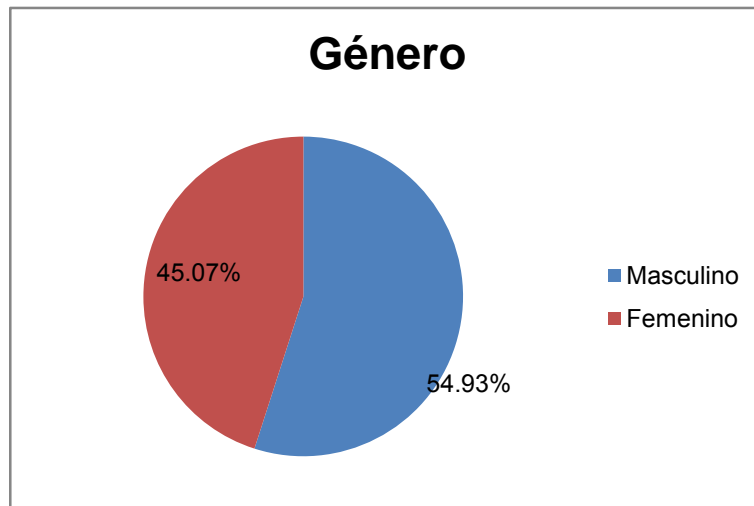
11. Género

Cuadro 19. GÉNERO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	195	54,93
Femenino	160	45,07
TOTAL	355	100,00

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 11. GÉNERO



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

El objetivo de la encuesta fue recopilar información que sea útil para el proyecto, pero además que sea equitativo; por ello se consideró tanto a hombres como a mujeres que se encuentran dentro de la población económicamente y que se puede evidenciar en el gráfico.

12. Al visitar un sitio recreativo. ¿Qué criterio le da mayor importancia?

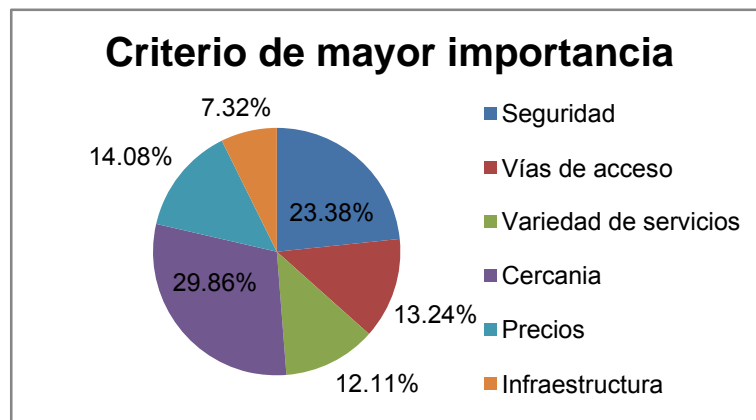
Cuadro 20. CRITERIO DE MAYOR IMPORTANCIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seguridad	83	23,38
Vías de acceso	47	13,24
Variedad de servicios	43	12,11
Cercanía	106	29,86
Precios	50	14,08
Infraestructura	26	7,32
TOTAL	355	100,00

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo

Elaborado: La Autora

Gráfico 12. CRITERIO DE MAYOR IMPORTANCIA



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo

Elaborado: La Autora

Análisis

Como se puede observar el criterio de mayor importancia que toman las personas para decidir visitar un lugar recreativo es su cercanía, sin dejar de lado la seguridad para todos. Esta pregunta reafirma a las anteriores ya que los lugares más frecuentados son los balnearios y al tener la parroquia uno, la población acude a éste.

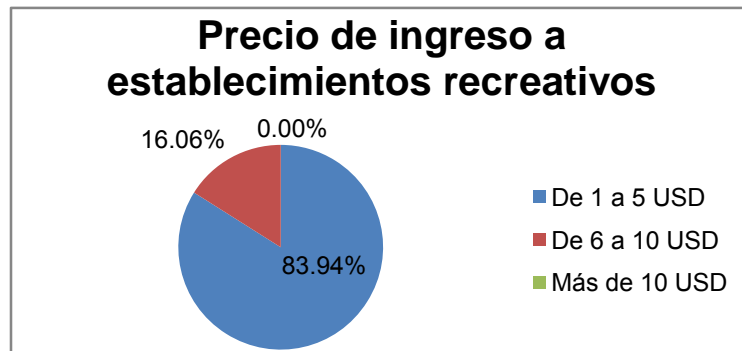
13.El precio que paga por el ingreso a los establecimientos recreativos que acude son:

Cuadro 21. PRECIO DE INGRESO A ESTABLECIMIENTOS RECREATIVOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 5 USD	298	83,94
De 6 a 10 USD	57	16,06
Más de 10 USD	0	0,00
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 13. PRECIO DE INGRESO A ESTABLECIMIENTOS RECREATIVOS



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado por: La Autora

Análisis

Las personas buscan lugares para visitar de acuerdo a su capacidad de pago y a la necesidad que tienen de hacer turismo, recreación o gastronomía, por tal motivo unos pagan menos y otros prefieren pagar más para tener variedad.

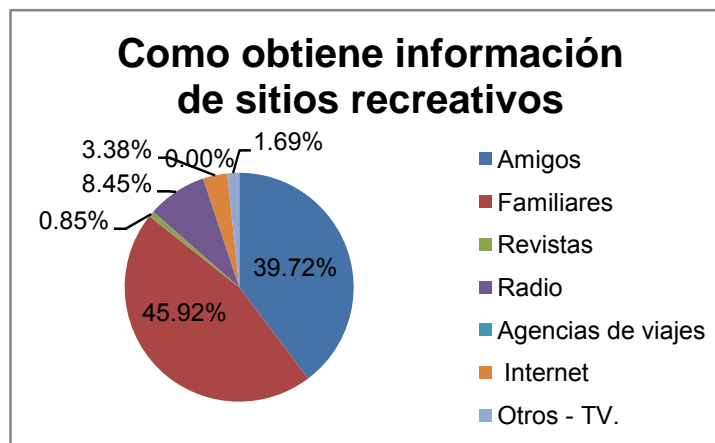
14. ¿De dónde obtiene información sobre sitios turísticos recreativos?

Cuadro 22. COMO OBTIENE INFORMACIÓN DE SITIOS RECREATIVOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Amigos	141	39,72
Familiares	163	45,92
Revistas	3	0,85
Radio	30	8,45
Agencias de viajes	0	0,00
Internet	12	3,38
Otros - TV.	6	1,69
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 14 COMO OBTIENE INFORMACIÓN DE SITIOS RECREATIVOS



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

La población opinó que la información de establecimientos recreativos mayormente es obtenida de familiares seguida de amigos, convirtiéndose en una publicidad gratuita todo gracias a los beneficios y buen trato que recibieron, permitiendo atraer a más clientes y competir de una manera sana con las demás empresas que brindan similares servicios. Pero, al existir gran cantidad de medios de comunicación en la actualidad se hace sencillo conocer las maravillas que no solo posee una zona sino al planeta completo, sobresaliendo entre ellos la radio, internet, televisión y medios impresos.

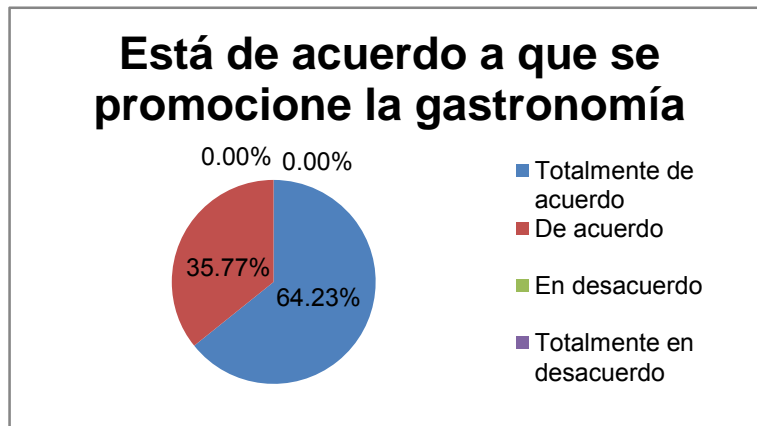
15. ¿Está de acuerdo a que se promocióne la gastronomía de la parroquia?

Cuadro 23. ESTÁ DE ACUERDO A QUE SE PROMOCIONE LA GASTRONOMÍA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	228	64,23
De acuerdo	127	35,77
En desacuerdo	0	0,00
Totalmente en desacuerdo	0	0,00
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado por: La Autora

Gráfico 15. ESTÁ DE ACUERDO A QUE SE PROMOCIONE LA GASTRONOMÍA



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado por: La Autora

Análisis

Existen respuestas positivas con relación a esta pregunta ya que la población se beneficia directa o indirectamente con el proyecto y por ende una oportunidad para el desarrollo de la parroquia dando a conocer los platos típicos que poco a poco se han ido perdiendo.

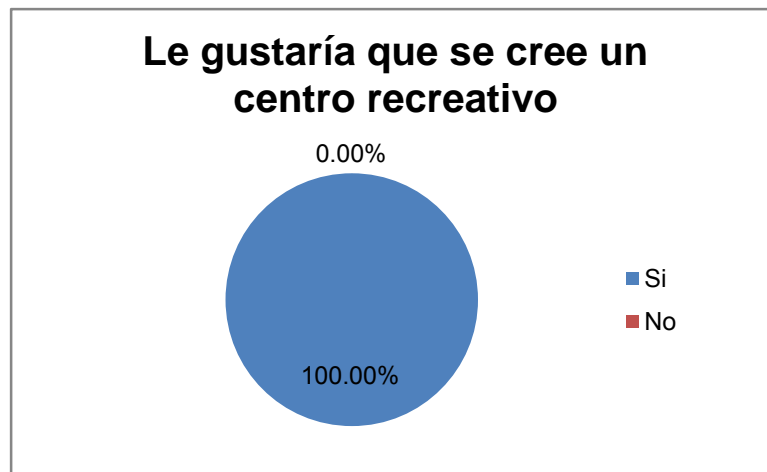
16. ¿Le gustaría que se cree un centro turístico recreativo y gastronómico en la parroquia San Isidro?

Cuadro 24. LE GUSTARÍA QUE SE CREE UN CENTRO RECREATIVO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	355	100,00
No	0	0,00
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 16. LE GUSTARÍA QUE SE CREE UN CENTRO RECREATIVO



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

Definitivamente a las personas que se solicitó la información les interesa que se cree un centro turístico recreativo y gastronómico, para que exista mayor oferta y puedan tener un lugar cercano para recrearse. Además al disponer de este lugar ayudaría a mejorar las relaciones de toda la población evitando el individualismo. Esto representa que existe una buena demanda de clientes o turistas para el negocio.

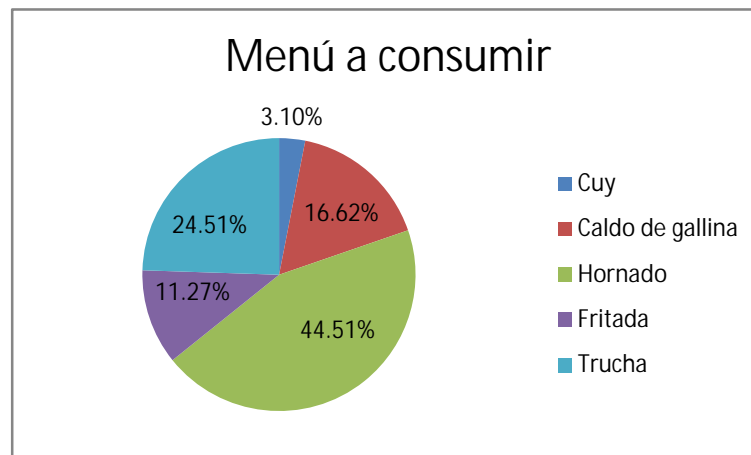
17. ¿Cuál de los siguientes menús está dispuesto a consumir?

Cuadro 25. MENÚ A CONSUMIR

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuy	11	3,10
Caldo de gallina	59	16,62
Hornado	158	44,51
Fritada	40	11,27
Trucha	87	24,51
TOTAL	355	100

Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Gráfico 17. MENÚ A CONSUMIR



Fuente: Encuesta realizada a la población del Cantón Espejo
Elaborado: La Autora

Análisis

El plato típico que mayor acogida tiene es el hornado ya que es una tradición ofertarlo en las festividades, por ello se ha vuelto el preferido de la población; asimismo la trucha también es una opción pues se la produce dentro del cantón. Esta información es muy útil para determinar la cantidad de producción al año de cada plato de acuerdo a la preferencia.

3.7. DEMANDA

Es importante el análisis de la demanda ya que se define la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por los distintos consumidores.

Para conocer la demanda actual se tomó los datos de la encuesta realizada a la muestra de la población económicamente activa de las parroquias San Isidro y El Ángel, en la que se determinó que el 100% de la población encuestada está de acuerdo con que se cree la propuesta y además de ello adquirir el servicio, relacionado con la frecuencia se tiene una demanda anual en el año 2013 de 51.917 visitas; determinada de la siguiente manera:

Cuadro 26. DETERMINACIÓN DEMANDA ACTUAL

Alternativa	Porcentaje de frecuencia	Proporción PEA	Días al año	TOTAL VISITAS AL AÑO
Días festivos	25,92	1.213	6	7.276
Fin de semana	12,68	593	48	28.469
Mensual	21,69	1.015	12	12.179
Trimestral	10,14	474	4	1.898
Semestral	15,21	712	2	1.423
Anual	14,37	672	1	672
TOTAL	100,00	4.679		51.917

Fuente: Cuadro N° 14 - Frecuencia de visita a lugares de recreación
Elaborado: La Autora

De esta demanda se conoce mediante la encuesta (cuadro N° 10) que las personas que realizan excursiones representan el 13,52% del total, por tanto la demanda para el servicio de excursión en el año 2013 es de 7.019 visitas.

Para el servicio recreativo el porcentaje es de 86,48% del total de la PEA, siendo la demanda de 44.898 visitas.

A la vez toda la PEA está dispuesta a adquirir el servicio de restaurante, por tanto las 51.917 visitas representa la demanda en dicho servicio. Esta información sirve de base para proyectar la demanda por cada servicio.

3.7.1. Proyección de la demanda

Para el cálculo de la proyección de la demanda se toma en cuenta la demanda por servicio detallado anteriormente del año 2013 y la tasa de crecimiento poblacional anual del Ecuador del año 2012 que es 1,42%.

Fórmula

Para la proyección de la demanda se utilizó el modelo exponencial, tomando en cuenta la siguiente fórmula:

$$D_p = D_o (1 + i)^n$$

Donde:

D_p = demanda futura

D_o = demanda inicial

i = tasa de crecimiento anual promedio

n = año proyectado

Se sustituye en la fórmula los datos proporcionados:

$$D_p = 7.019 (1 + 0,0142)^1$$

$D_p = 7.119$ visitas

Cuadro 27. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA SERVICIO DE EXCURSIÓN

Años	Demanda en visitas
2014	7.119
2015	7.220
2016	7.322
2017	7.426
2018	7.532

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 28. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA SERVICIO RECREATIVO

Años	Demanda en visitas
2014	45.535
2015	46.182
2016	46.838
2017	47.503
2018	48.178

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 29. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA SERVICIO DE RESTAURANTE

Años	Demanda en visitas
2014	52.654
2015	53.402
2016	54.160
2017	54.929
2018	55.709

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

3.8. OFERTA

Se determina a la oferta como la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado para satisfacer una necesidad a un precio determinado.

En base a un registro del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Espejo proporcionado por los establecimientos recreativos similares existió una demanda en el año 2012 de 9.885 visitas, de las cuales el 40% ha utilizado el servicio de excursión, el 60% el servicio de recreación y el 40% el servicio de restaurante; es decir, 3.954, 5.931 y 3,954 visitas respectivamente.

3.8.1. Proyección de la oferta

Para el cálculo de la proyección de la oferta se toma en cuenta los datos anteriores, la tasa de crecimiento de turistas que ingresan al cantón Espejo que es de 2% anual proporcionada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Espejo (Unidad de Turismo) y la misma fórmula que se utilizó para el cálculo de la proyección de la demanda.

$$Op = O_o (1 + i)^n$$

Donde:

Op= Oferta futura

Oo= Oferta inicial

Se sustituye en la fórmula los datos proporcionados:

$$Op = 3.954(1 + 0,02)^1$$

$$Op = 4.033 \text{ visitas}$$

Cuadro 30. PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO DE EXCURSIÓN

Años	Oferta en visitas
2013	4.033
2014	4.114
2015	4.196
2016	4.280
2017	4.365
2018	4.453

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 31. PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO RECREATIVO

Años	Oferta en visitas
2013	6.049
2014	6.170
2015	6.294
2016	6.420
2017	6.548
2018	6.679

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 32. PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO DE RESTAURANTE

Años	Oferta en visitas
2013	4.033
2014	4.114
2015	4.196
2016	4.280
2017	4.365
2018	4.453

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

3.9. DEMANDA POR SATISFACER

Es necesaria la estimación de la demanda por satisfacer, puesto que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho por el servicio o producto que se entregó, y se lo calcula con la siguiente fórmula:

Demanda por satisfacer = Oferta – Demanda

Cuadro 33. DEMANDA POR SATISFACER DEL SERVICIO DE EXCURSIÓN

Años	Demanda	Oferta	Demanda por satisfacer
2014	7.119	4.114	3.005
2015	7.220	4.196	3.024
2016	7.322	4.280	3.043
2017	7.426	4.365	3.061
2018	7.532	4.453	3.079

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 34. DEMANDA POR SATISFACER DEL SERVICIO RECREATIVO

Años	Demanda	Oferta	Demanda por satisfacer
2014	45.535	6.170	39.365
2015	46.182	6.294	39.888
2016	46.838	6.420	40.418
2017	47.503	6.548	40.955
2018	48.178	6.679	41.498

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 35. DEMANDA POR SATISFACER DEL SERVICIO DE RESTAURANTE

Años	Demanda	Oferta	Demanda por satisfacer
2014	52.654	4.033	48.621
2015	53.402	4.114	49.288
2016	54.160	4.196	49.964
2017	54.929	4.280	50.650
2018	55.709	4.365	51.344

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

3.10. PRECIOS

El análisis del precio es de suma importancia pues es el elemento que produce los ingresos o costos dependiendo del mercado al que se dirige, por lo cual es uno de los elementos más flexibles.

Para determinar el precio se lo realiza en base a la competencia cercana “Balneario La Calera” y a la información primaria obtenida, en la cual

indican que la mayoría paga de 1 a 5 USD por el ingreso a las empresas recreativas y el servicio de excursión de 5 a 10 USD.

Por lo tanto, el precio de ingreso al centro recreacional será de 2,00 USD y el servicio de excursión de 6,00 USD.

En cuanto al precio de los platos típicos se tiene un precio referencial que se oferta en restaurantes de la zona, por tal motivo se determinó los siguientes rubros para cada menú oscilando entre los 2,00 USD y 12,00 USD:

Cuadro 36. PRECIO DE PLATOS TÍPICOS

Plato típico	Precio en USD
Cuy	12,00
Hornado	2,00
Caldo de gallina criolla	3,00
Fritada	3,00
Trucha	3,50

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 37. PRECIO DE VENTA PROYECTADO

Años	Servicio de excursión	Servicio recreativo	SERVICIO RESTAURANTE				
			Cuy	Hornado	Caldo de gallina	Fritada	Trucha
2014	6,25	2,08	12,50	2,60	3,12	3,12	3,65
2015	6,51	2,17	13,02	2,71	3,25	3,25	3,80
2016	6,78	2,26	13,56	2,83	3,39	3,39	3,96
2017	7,06	2,35	14,12	2,94	3,53	3,53	4,12
2018	7,36	2,45	14,71	3,07	3,68	3,68	4,29

Fuente: Cuadro N° 36
Elaborado: La Autora

Para el incremento del precio de venta del servicio y productos se tomó en cuenta la tasa de inflación anual del año 2012 que es de 4,16% y se calculó con la fórmula del monto:

$$M= C (1+i)^n$$

3.11. COMERCIALIZACIÓN

Para que el servicio pueda introducirse en el mercado es muy importante utilizar las estrategias correctas para su promoción y difusión que la microempresa podría adoptar, se trabajará con las 4 P's que son producto, plaza, precio, promoción.

3.11.1. Producto y Servicio

Como estrategia de mercadotecnia la microempresa implementará lo siguiente:

- Entregar un buen servicio de recreación de calidad, en el que incluirá amabilidad, responsabilidad y experiencia dentro de un ambiente acogedor.
- Implementar los insumos necesarios para cada uno de los sitios recreativos.
- El usuario podrá tener opción a realizar diferentes deportes, excursión a lugares culturales y naturales de la parroquia o adquirir el menú deseado.
- Reflejará la importancia que tiene la gastronomía de la parroquia para el desarrollo turístico de la zona, así como los servicios del área deportiva, áreas verdes para recrearse y espacios para que los niños también se diviertan, manteniendo la conservación del medio ambiente.

- La materia prima para la elaboración de los platos típicos será de la zona y elaborados con las estrictas normas de higiene, teniendo variedad de menús y precios.
- Además como una estrategia de captación de turistas se incorporará un pequeño almacén para la venta de artesanías elaboradas por personas de la parroquia.

3.11.2. Precio

Para determinar el precio se analiza la competencia, para en base a ello establecer un precio competitivo, enfatizando la calidad y diferenciación del servicio recreacional y gastronómico.

El precio de ingreso se mantendrá estable en cuanto al ingreso al establecimiento; en cambio, el servicio de alimentación variará dependiendo del costo que se genere o inflación, siendo estos razonables y accesibles al bolsillo del consumidor.

El precio del servicio de excursión se mantendrá estable durante el año; sin embargo tendrá un incremento para el siguiente de acuerdo a la inflación.

3.11.3. Plaza

La plaza es el lugar geográfico y estratégico donde se entregará el servicio; por lo tanto, el centro turístico recreativo y gastronómico estará ubicado en la parroquia San Isidro, del Cantón Espejo, provincia del Carchi, porque es una zona rica en recursos naturales e históricos.

La ubicación del proyecto es un lugar estratégico para el cliente, ya que se encuentra cerca de la carretera principal y que al mismo tiempo conecta con la parroquia El Ángel y cantón Mira.

3.11.4. Publicidad y Promoción

La promoción y la publicidad es una herramienta necesaria del Marketing Mix, la cual se relaciona necesariamente con el producto, precio y plaza.

Para promocionar el servicio se realizará las siguientes estrategias:

- Utilizar los medios de comunicación como la radio local, trípticos y el internet a través de las redes sociales, para dar a conocer el centro y todos los servicios que se oferta.
- Elaborar trípticos con información de la microempresa.
- En cuanto a promociones se hará descuentos a grupos de estudiantes los días lunes a viernes.
- Asimismo realizar concursos, dar incentivos, regalos o servicio gratuito por cada visita para que se sientan motivados y comprometidos a visitar el centro nuevamente.

3.12. CONCLUSIONES

El turismo que llega a San Isidro, orienta su atención en atractivos tradicionales como la gastronomía, artesanías, paisajes, al mismo tiempo que existe una buena acogida por parte de la población para la creación de ésta microempresa.

El proyecto es factible ya que está sustentado sobre la base de seriedad de los resultados obtenidos de la oferta, demanda y entorno, como en las investigaciones realizadas a la población económicamente activa de las parroquias San Isidro y El Ángel para determinar sus necesidades y los valores que se destinarían a actividades de recreación y gastronomía.

Esta microempresa se enmarca dentro de la nueva tendencia de turismo recreativo, ambiental, y gastronómico que por el momento no existe este

tipo de lugares en la parroquia, solo existe un balneario llamado “La Calera” pero no satisface totalmente debido a la distancia, vía de acceso; por ello se ve la necesidad de brindar a la población un espacio donde todos puedan acudir a divertirse en familia y que sea una oportunidad para unir a la población. La creación de ésta microempresa será un incentivo para promover e incrementar el turismo local en la parroquia y en la provincia.

De acuerdo a la encuesta realizada se puede observar que existe bastante aceptabilidad para que se promocióne la gastronomía de la parroquia, debido a que es muy variada; por esto se vio la factibilidad de ofertar cinco platos típicos de la zona que mayormente se demandan y cuya materia prima se la obtiene directamente de las dos parroquias analizadas.

El medio de promoción y marketing que utilizará esta microempresa será primero la radio ya que mayormente la población escucha la radio y se informa de los lugares, tomando en cuenta que la mayoría visita un sitio por referencias familiares y amigos, por ello es importante brindar un servicio de calidad para que sea una publicidad gratis y nos beneficie, sin dejar de lado la publicidad visual como son afiches, trípticos, volantes, etc.

Además como una estrategia de mercado se determinó que se ofertará varias artesanías en un pequeño almacén, debido a que se conoce que gran cantidad de turistas ingresan a la parroquia en el mes de mayo por sus fiestas patronales, fecha en la cual se pretende ofertar dicho producto a mas de feriados. En este sector no existe oferta ya que quienes fabrican venden a intermediarios fuera de la provincia.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. INTRODUCCIÓN

El estudio técnico analiza la factibilidad del proyecto determinando el tamaño o capacidad productiva del servicio, ubicación óptima, equipamiento y distribución espacial, ingeniería, procesos productivos y las inversiones fijas, variables y diferidas, de acuerdo a los recursos humanos, económicos, infraestructura, muebles y enseres y el entorno social que cuenta para llevar a efecto el proyecto.

Éste parte del estudio de mercado, en donde se determinó la existencia de demanda por satisfacer y el número de consumidores y usuarios a los cuales se les ofertará el servicio. Es necesario saber cómo hacerlo, con el fin de especificar cuánto, cuándo, dónde y con qué ofrecer el producto y servicio, buscando la calidad.

Para establecer los diferentes niveles de producción en cuanto a la propuesta, se debe tomar en cuenta aspectos importantes como son: el diseño del equipo, características de operación, capacidad de procesamiento, los recursos necesarios a utilizar, entre otros, que permita identificar el sector o los sectores en los que se debe ubicar el proyecto.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. General

Realizar un estudio técnico para determinar la macro y micro localización, tamaño y las inversiones que requerirá el proyecto.

4.2.2. Específicos

- Determinar la localización y el tamaño del proyecto.
- Diseñar el plano arquitectónico del centro mostrando cada una de las áreas a construirse.
- Diseñar como se producirá y servirá los alimentos que se va a vender, se debe tomar en cuenta donde obtener materiales y materia prima, qué máquinas y procesos usar, que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

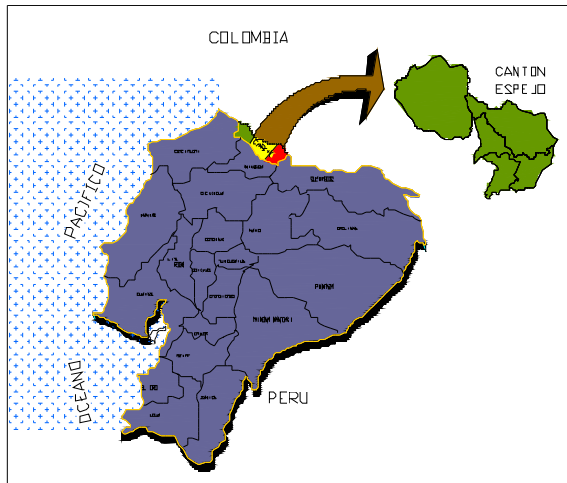
4.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para definir la localización del proyecto, se realiza un análisis de macro y micro localización, con el propósito de seleccionar lo más conveniente para que contribuya a una mayor rentabilidad y una minimización de costos de producción.

4.3.1. Macro localización

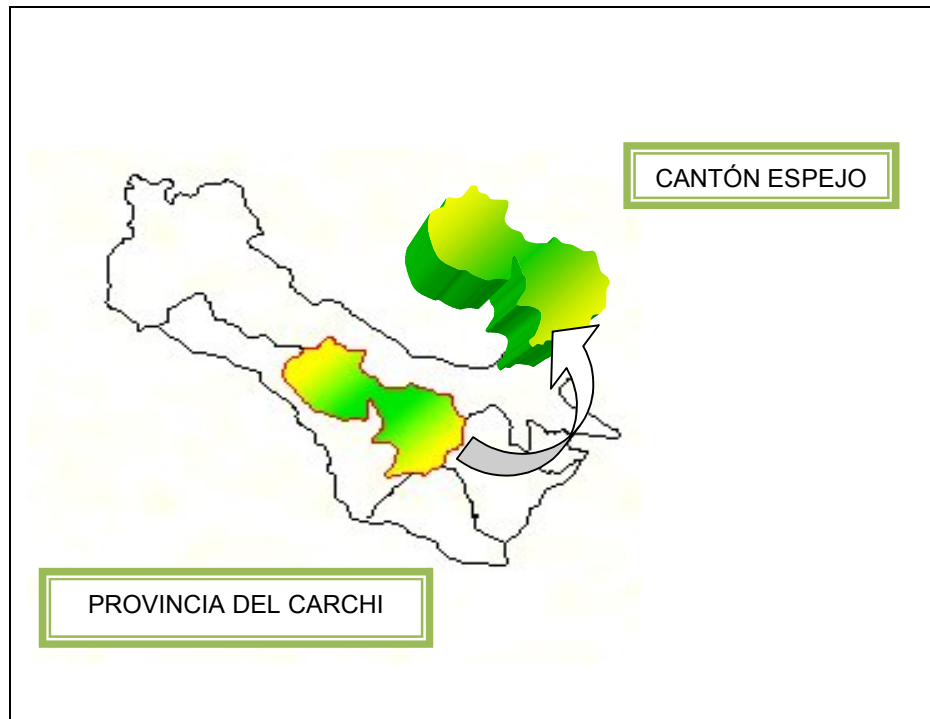
El proyecto estará localizado en la República del Ecuador, en la región Sierra, Provincia del Carchi, Cantón Espejo; ésta es una zona con grandes extensiones de terreno, con cultivos propios de la misma, clima frío y con un suelo muy fértil.

Gráfico 18. UBICACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO RESPECTO AL PAÍS



Fuente: GAD Municipal Espejo.
Elaborado: La Autora

Gráfico 19. UBICACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO RESPECTO A LA PROVINCIA DEL CARCHI



Fuente: GAD municipal Espejo
Elaborado: La Autora

Las razones porque se decide dicho lugar son porque existen vías de acceso, ya que para llegar al cantón Espejo se lo puede hacer de dos formas, desde el cantón Tulcán o desde la provincia de Imbabura. Además es muy conocido por la Reserva Ecológica El Ángel, pues atrae a turistas nacionales y extranjeros mayormente del país vecino Colombia.

La gastronomía del cantón es muy variada y en algunos casos se asemejan a varios platos de otras provincias como por ejemplo el cuy, fritada, hornado, caldo de gallina, entre otros; que son ofertados en su mayoría en las fiestas cantonales y patronales que se festejan en fechas distintas, atrayendo a muchos turistas locales.

4.3.2. Micro localización

Para realizar un estudio de micro localización es importante determinar variables estratégicas que permitan identificar la mejor ubicación del proyecto; estos son:

1. Disponibilidad de terreno

Se cuenta con espacio físico para poder construir el centro turístico recreativo y con posibilidades de expansión si requiere el proyecto a futuro.

Este terreno se encuentra situado cerca al área urbana de la parroquia, donde se encuentran instituciones públicas como escuelas, GAD Parroquial, centro de salud, colegio; culturales como la iglesia, museo entre otros pequeños negocios comerciales y productores.

2. Servicio Básicos

Los servicios básicos son necesarios para el funcionamiento de este proyecto y contribuyen a su operatividad, es por ello que disponiendo del

terreno se analiza este factor y se determina que sí cuenta con todos los servicios básicos en la zona.

3. Vías de acceso

En cuanto a las vías de acceso a la parroquia San Isidro, existe una carretera de asfalto totalmente accesible para que puedan trasladarse los clientes, además toda el área urbana de la parroquia tiene carreteras en buen estado.

4. Transporte

En lo relacionado a medios de transporte público existe una línea de frecuencia interprovincial cada hora perteneciente al cantón Espejo que cubre El Ángel - San Isidro – Mira – Ibarra – Quito, y otra línea que pertenece al cantón Mira que cubre Mira – Ibarra y Mira – San Isidro – El Ángel – Tulcán. Además existen cooperativas de taxis y camionetas haciendo fácil el traslado de cualquier individuo dentro del cantón. La duración del viaje desde Tulcán es de 1 hora, 25 minutos y desde Ibarra 1 hora, 15 minutos.

5. Competencia

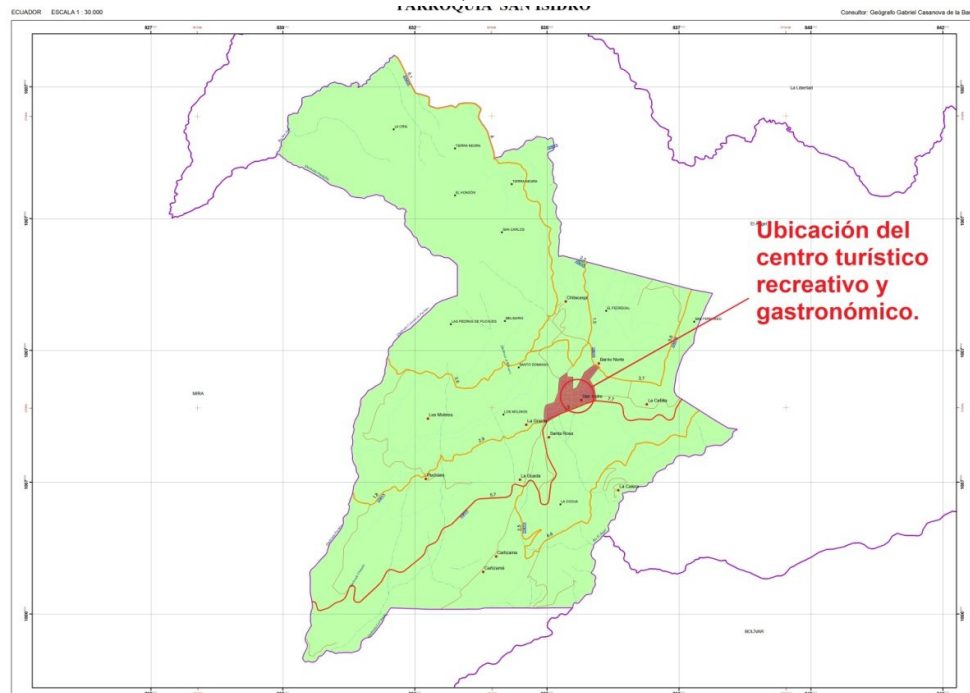
La ubicación de la competencia similar está lejos del proyecto a crearse, con una debilidad de que sus vías están deterioradas, razón por la cual dificulta el ingreso a este lugar. El centro contará con restaurante que oferte y difunda la gastronomía de la parroquia, agregándole un menú del cantón, en este caso no existe en tal lugar, lo cual hace novedoso y atractivo.

6. Tipo de mercado

El centro turístico recreativo y gastronómico, tiene un mercado meta no muy grande, que son la población económicamente activa, la misma que está en disponibilidad de costearse solo y/o con la familia, esto es, con el fin de que tenga una buena acogida internamente para luego poder tener turistas nacionales.

Todos estos factores antes mencionados definen que la construcción del centro turístico será en la panamericana norte y 9 de octubre de la parroquia San Isidro, Cantón Espejo.

Gráfico 20. MAPA DE LA PARROQUIA SAN ISIDRO



Fuente: GAD Parroquial San Isidro
Elaborado: La Autora

4.4. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para establecer el tamaño del proyecto se parte de la capacidad de prestación del servicio que alcanza a cubrir la demanda por satisfacer, determinada en el estudio de mercado.

Existen variables que pueden ser analizadas permitiendo conocer la capacidad del proyecto. Estos son:

4.4.1. Inversión

La Inversión para la implementación del proyecto es alta, es por ello además del capital propio disponible, es necesario buscar financiamiento para cubrir el valor total; el cual permitirá iniciar la actividad de forma normal.

4.4.2. Disponibilidad de capital

Para poner en ejecución el proyecto es necesario mencionar que se cuenta con un terreno de 2.000 m² cuyo valor asciende a USD 20.000 y un aporte de cinco inversionistas por un valor de USD 8.776,64 cada uno, formando un capital propio; sin embargo se requiere financiamiento externo a una institución financiera para completar la inversión y dar inicio las operaciones.

4.4.3. Demanda

La demanda es importante a la hora de determinar el tamaño del proyecto, de acuerdo con el estudio de mercado existen una buena cantidad de demanda, así como de oferta siendo ésta menor; por lo tanto existe una demanda potencial, convirtiéndose en una oportunidad atractiva para el proyecto propuesto.

4.4.4. Tamaño del Mercado

El mercado está basado en la demanda de consumo de platos típicos de la localidad y personas que les gusta la excursión y recreación dentro del cantón espejo, específicamente de las parroquias San Isidro y El Ángel. Se debe recalcar que existen fechas en que la demanda del servicio crece, la misma que exige una mayor capacidad de comercialización siendo necesario contar con una infraestructura adecuada para que nos permita satisfacer la demanda potencial. En el futuro se espera aumentar la infraestructura, al igual que tener turistas nacionales y extranjeros.

4.4.5. Materia prima

La materia prima básica para elaborar los platos típicos en su mayoría existe suficiente cantidad dentro de la parroquia, con excepción de la trucha que se le puede adquirir en la parroquia El Ángel. Los demás insumos se producen en la zona. De igual forma se procederá a seleccionar proveedores locales para la adquisición de la materia prima e insumos que se utilizarán para la prestación de los servicios de calidad. Y otros insumos que se adquirirán en el mercado mayorista de la ciudad de Ibarra.

4.4.6. Mano de obra

El tamaño del proyecto debe considerar el talento humano indispensable para el funcionamiento del proyecto, personal capacitado en la preparación de los menús, la comercialización y administración del centro en general que sepa de presupuestos, promociones, ventas, compras y servicio al cliente.

Dada las limitaciones económicas se debe iniciar el proyecto solo con el personal necesario; en el área de restaurante y cocina tres personas, área

administrativa dos, en turismo una, en recepción una persona y para el mantenimiento y limpieza una persona.

4.4.7. Tecnología

Hacer uso de la tecnología es importante para captar clientes, por medio del internet se puede hacer publicidad en las redes sociales, lugar donde la mayoría de personas visitan estos sitios. Asimismo atraer turistas de diversos lugares. En un futuro se pretende crear una página web mostrando todos los servicios que se dispone con los precios y beneficios que adquiere al visitar el centro, así como poder hacer reservaciones en el restaurante.

4.4.8. La Organización

La organización es importante para el funcionamiento de la microempresa, ya que por medio de ésta se puede dirigir y controlar los procesos y procedimientos con el fin de cumplir con lo planificado. Al igual que tener personal administrativo, es inevitable tener personal operativo calificado para cada puesto de trabajo, fundamental para que ayuden a contribuir al desarrollo de la empresa. Sabiendo que es un servicio turístico recreativo y gastronómico el proyecto no requiere de mucho personal, pero si el necesario para el funcionamiento de la empresa.

Además es un factor determinante para mejorar la imagen, posición, liderazgo, calidad y competitividad en el mercado. Para que la empresa sea conocida en el mercado debe contar con razón social, cumpliendo con todos los requisitos que la ley establece.

4.5. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Este aspecto 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.

De acuerdo al estudio de mercado la demanda por satisfacer del servicio de excursión del año 2014 es de 3.005 visitas; de las cuales se cubrirá el 60% quedando una capacidad instalada de 1.803 visitas, las cuales se irá cubriendo desde 70% para el primer año hasta llegar al 100% en el quinto año.

Cuadro 38. OBJETIVO DE CRECIMIENTO DEL SERVICIO DE EXCURSIÓN

Proyección del servicio recreativo en base a la capacidad instalada de 1.803 visitas.		
Años	Capacidad	Porcentaje de captación
2014	1.262	70%
2015	1.352	75%
2016	1.443	80%
2017	1.623	90%
2018	1.803	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

La demanda por satisfacer del servicio recreativo del año 2014 es de 39.365 visitas; de las cuales se cubrirá el 50% quedando una capacidad instalada de 19.683 visitas, que serán cubiertas a partir de 70% en el primer año y del 100% en el quinto año.

Cuadro 39. OBJETIVO DE CRECIMIENTO DEL SERVICIO RECREATIVO

Proyección del servicio recreativo en base a la capacidad instalada de 19.683 visitas.		
Años	Capacidad	Porcentaje de captación
2014	13.778	70%
2015	14.762	75%
2016	15.746	80%
2017	17.714	90%
2018	19.683	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

La demanda por satisfacer en el servicio de restaurante es de 48.621 visitas, la capacidad instalada es del 70% que representa 34.035 visitas, que se irá cubriendo desde el 70% hasta el 100%.

Cuadro 40. OBJETIVO DE CRECIMIENTO DEL SERVICIO DE RESTAURANTE

Proyección del servicio de restaurante en base a la capacidad instalada de 34.035 visitas		
Años	Capacidad	Porcentaje de captación
2014	23.824	70%
2015	25.526	75%
2016	27.228	80%
2017	30.631	90%
2018	34.035	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

El servicio de restaurante se desagrega en cinco platos tomando el porcentaje de aceptación de cada plato que se realizó en el capítulo anterior, dando como resultado la siguiente tabla:

Cuadro 41. OBJETIVO DE CRECIMIENTO DEL SERVICIO DE RESTAURANTE POR PLATOS TÍPICOS

Años	Capacidad Instalada				
	Cuy 3,10%	Caldo de Gallina Criolla 16,52%	Hornado 44,51%	Fritada 11,27%	Trucha 24,51%
2014	739	3.960	10.604	2.685	5.839
2015	791	4.242	11.362	2.877	6.256
2016	844	4.525	12.119	3.069	6.674
2017	950	5.091	13.634	3.452	7.508
2018	1.055	5.657	15.149	3.836	8.342

Fuente: Cuadro N° 25 - Menú a consumir
Elaborado: La Autora

4.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.6.1. Área e infraestructura requerida

Es importante determinar las áreas requeridas del proyecto, con el objetivo de brindar un servicio cómodo y en un ambiente agradable, que permita al cliente la satisfacción de recibir un servicio de calidad, superando sus expectativas.

Por ello es necesario disponer de un área administrativa para poder planificar y buscar estrategias de comercialización. El área administrativa comprende gerencia, recepción y caja.

El área de cocina y junto a ésta el área de restaurante con capacidad para 60 personas. Baños separados para hombres y mujeres con todos los insumos necesarios.

Área deportiva que comprende una cancha de uso múltiple equipada para básquet, indorfútbol, vóley; área infantil y área verde.

Además de un almacén que se ofertará artesanías elaboradas por mujeres de la parroquia y la oficina de información de turismo para el servicio de excursión.

4.6.2. Fuente de suministros básicos

El agua provendrá del sistema de agua potable que existe en la parroquia. La energía eléctrica mediante la empresa pública Emelnorte.

4.6.3. Requerimiento de personal

Para el funcionamiento del proyecto el talento humano requerido es de:

Cuadro 42. REQUERIMIENTO DE PERSONAL

Cargo	No
Área administrativa	
Gerente-Administrador	1
Contador	1
Recepción-Caja	1
Área operativa	
Guía en Turismo	1
Cocina	2
Mesera	1
Mantenimiento y limpieza	1
TOTAL	8




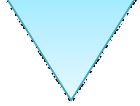
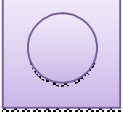

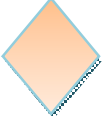
Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

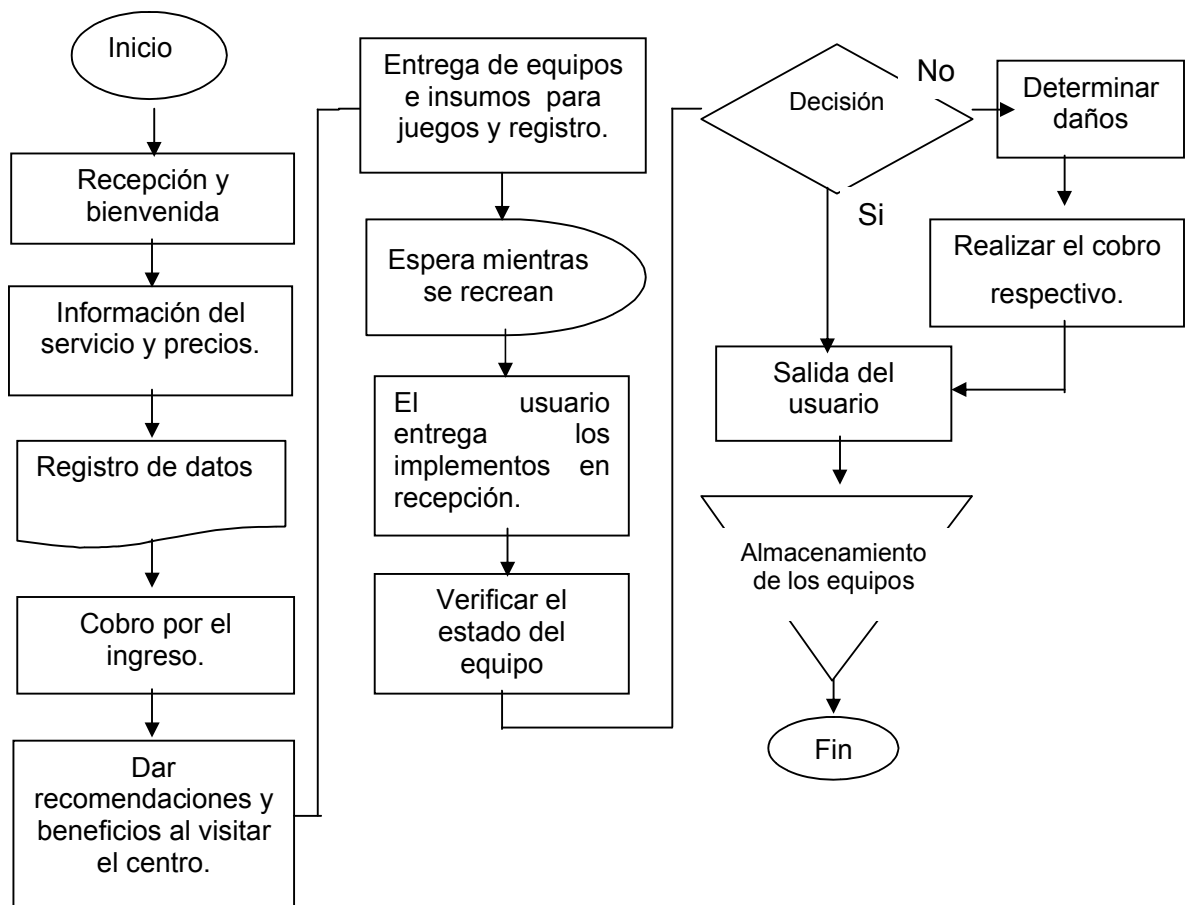
4.6.4. Proceso de Producción

Para determinar el proceso de producción del servicio recreativo y el servicio de restaurante se utiliza un flujograma para cada servicio en los cuales se utiliza la siguiente simbología:

Cuadro 43. SIMBOLOGÍA UTILIZADA EN EL FLUJOGRAMA EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Simbología	Significado
	Operación
	Transporte
	Espera
	Almacenaje
	Actividad combinada
	Documento
	Decisión

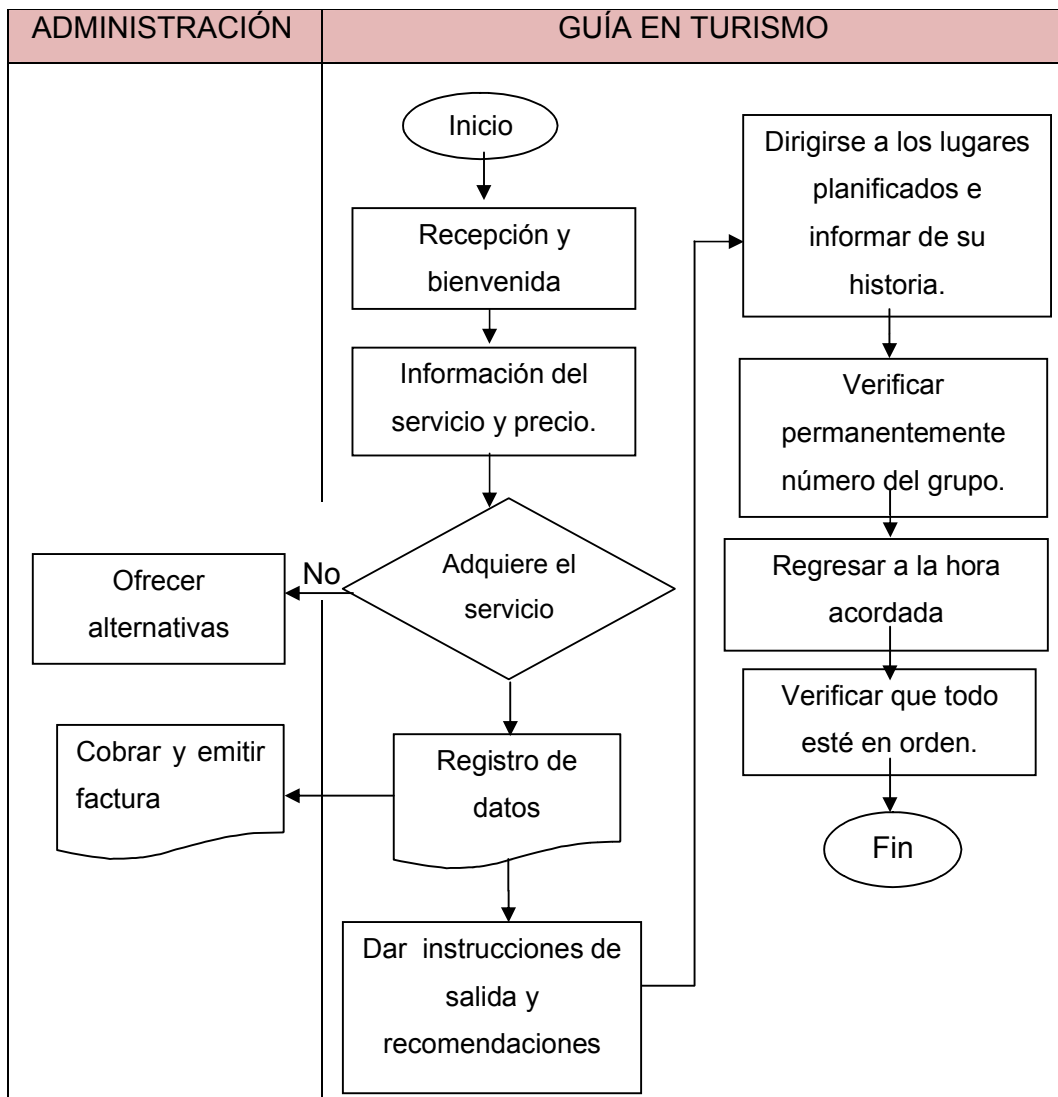
1. Flujoograma del proceso del servicio recreativo



2. Flujoograma del proceso del servicio de excursión

El servicio de excursión inicia desde el ingreso turista al centro, salida y retorno, este servicio se lo ofertará en grupos.

Cuadro 44. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO DE EXCURSIÓN

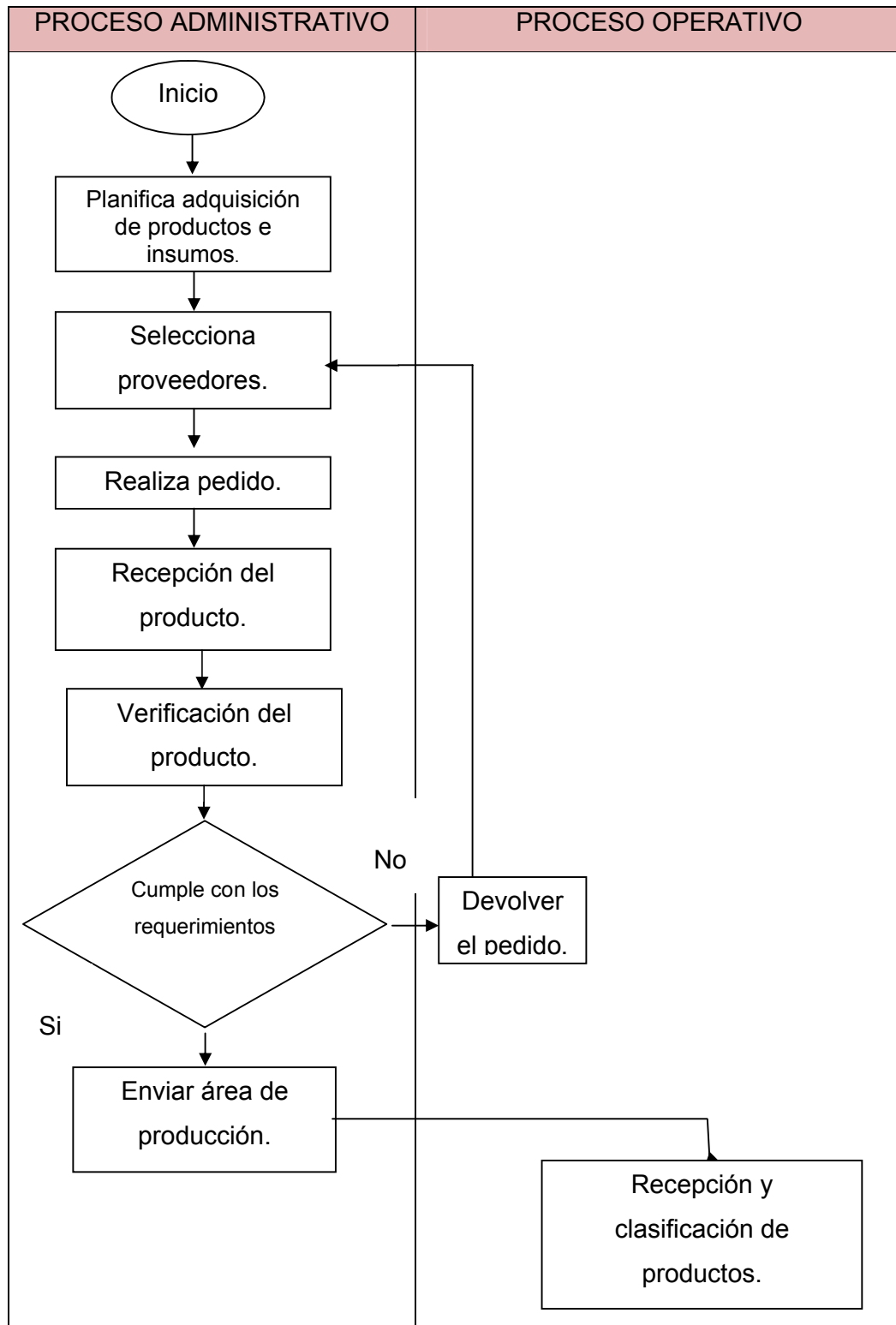


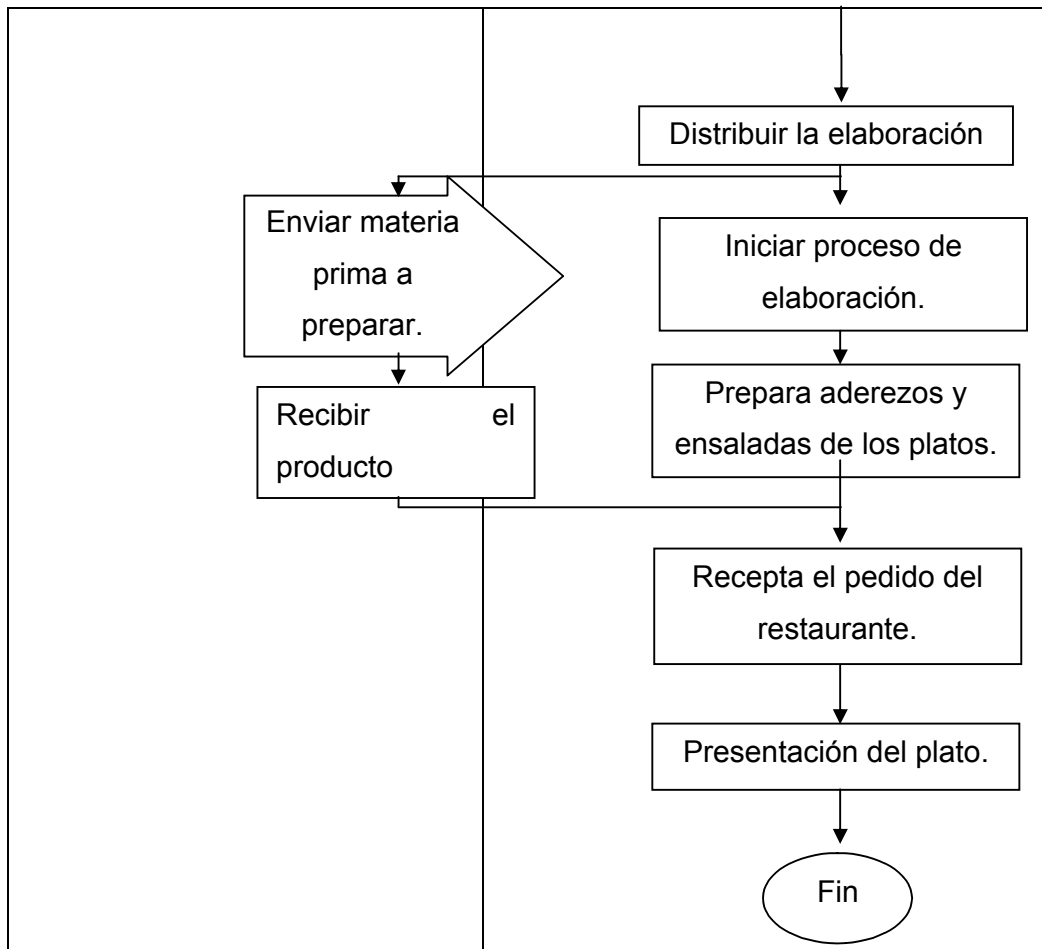
Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

3. Flujoograma del proceso del producto

El proceso de elaboración del producto contempla desde la adquisición de materia prima hasta su procesamiento de cada uno de los platos y su entrega.

Cuadro 45. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL PRODUCTO



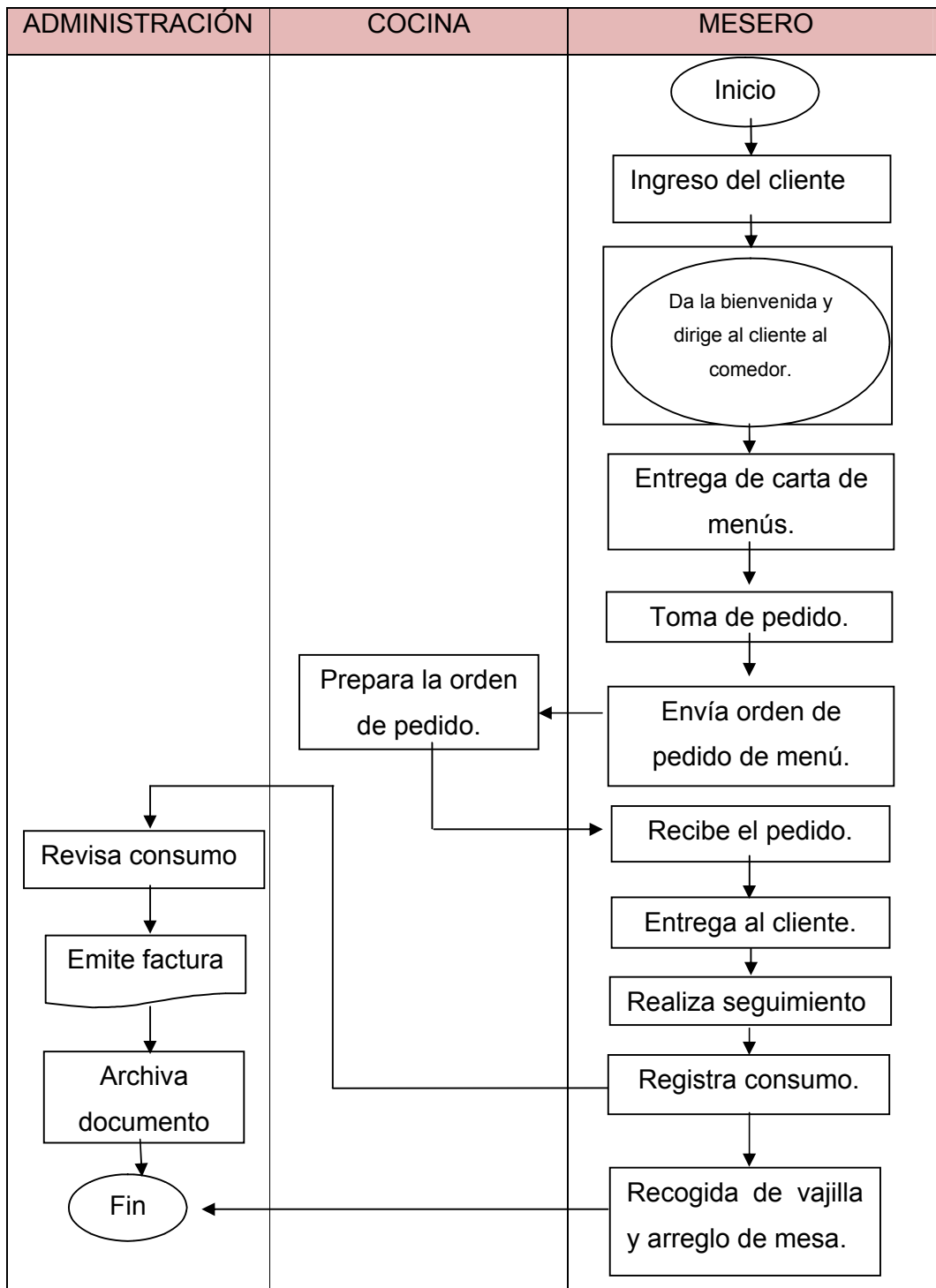


Fuente: Investigación directa
 Elaborado: La Autora

4. Flujograma del proceso del servicio de restaurante

A continuación se presenta un diagrama del proceso de servicio de restaurante desde el ingreso del cliente hasta su salida.

Cuadro 46. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO DE RESTAURANTE



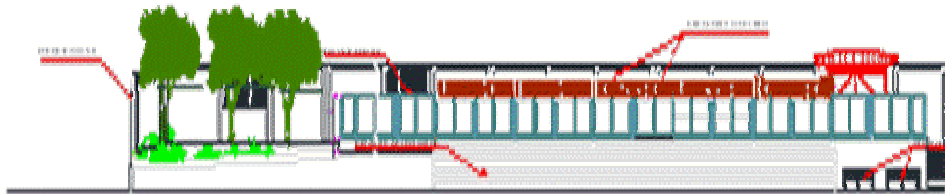
Fuente: Investigación directa
 Elaborado: La Autora

4.6.5. Diseño de las instalaciones

Para diseñar las instalaciones se utiliza el programa AUTO CAD, en el cual se diseña toda la infraestructura física del centro que cuenta con:

- Recepción
- Restaurante: Cocina, comedor con capacidad de 60 personas
- Área de juegos Infantiles
- Espacios verdes
- Almacén de artesanías y oficina de guía de turismo
- Cancha de uso múltiple equipada para indorfútbol, vóley y básquet.
- Área administrativa
- Estacionamiento
- Baños

Gráfico 21. VISTA FRONTAL DEL CENTRO TURÍSTICO RECREATIVO Y GASTRONÓMICO



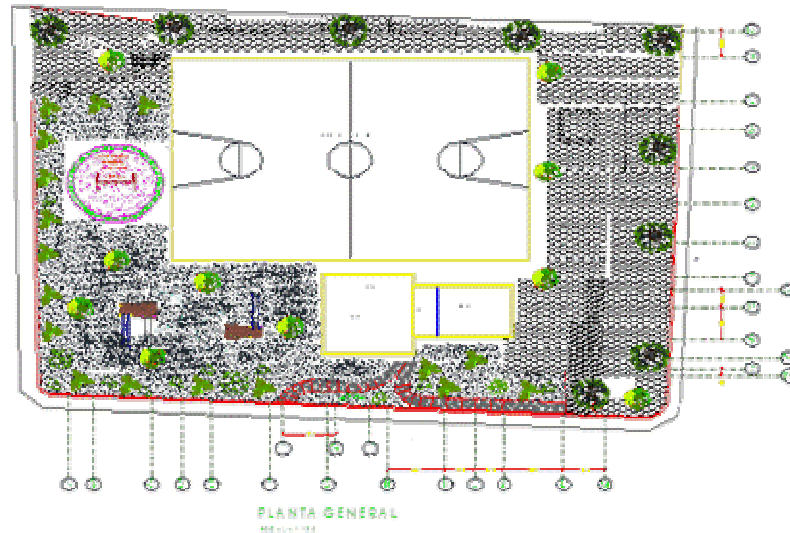
Fuente: Investigación directa
Elaborado: Sr. Marco Guerrero – Topógrafo

Gráfico 22. ÁREA INFANTIL



Fuente: Investigación directa
Elaborado: Sr. Marco Guerrero – Topógrafo

Gráfico 23. PLANTA GENERAL



Fuente: Investigación directa
Elaborado: Sr. Marco Guerrero – Topógrafo

4.6.6. Inversiones del proyecto

Para iniciar el proyecto es preciso realizar la inversión de obra civil, equipos, muebles y enseres y menaje, necesarios para la prestación del servicio de turismo, recreación y gastronomía.

1. Activos Fijos

A continuación se presenta la tabla en donde se detallan los activos fijos, que se invertirán en el proyecto:

- **Terreno**

Se requiere de un espacio físico, en donde se construirá las instalaciones de la nueva unidad productiva.

Cuadro 47. TERRENO

Detalle	m ²	Valor m ²	Valor total en USD
Terreno	2.000	10,00	20.000
TOTAL	2.000	10,00	20.000

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

- **Construcción de las instalaciones**

Incluye todos los valores para la construcción de cada una de las áreas previamente diseñadas, más los gastos de instalación y equipamiento de la infraestructura.

Cuadro 48. VALOR DE CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO RECREATIVO

VALOR DE CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO RECREATIVO			
Detalle	m ²	Valor m ²	Valor total en USD
<u>Construcción del edificio</u>			
Cocina			
Comedor			
Recepción	110	350	38.500,00
Administración			
Almacén			
Baños			
Cancha de uso múltiple	630	30,00	18.900,00
Estacionamiento	200	30,00	6.000,00
Adoquinado y césped para área verde	550	9,09	5.000,00
TOTAL			68.400,00

Fuente: Sr. Marco Guerrero - Topógrafo

Elaborado: La Autora

Cuadro 49. ADECUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA

ADECUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA	
DETALLE	VALOR
Juegos recreativos	5.000,00
Accesorios	5.000,00
TOTAL	10.000,00

Fuente: Sr. Marco Guerrero - Topógrafo
Elaborado: La Autora

Cuadro 50. CUADRO RESUMEN CONSTRUCCIÓN E INSTALACIONES

DETALLE	VALOR
Construcción del edificio	38.500,00
Cancha de uso múltiple	18.900,00
Área recreativa infantil adecuada y espacios verdes	10.000,00
Estacionamiento	6.000,00
Accesorios	5.000,00
TOTAL	78.400,00

Fuente: Sr. Marco Guerrero - Topógrafo
Elaborado: La Autora

- **Maquinaria y equipo**

Maquinaria y equipo necesario que facilita el desarrollo de las actividades del centro.

Cuadro 51. MAQUINARIA Y EQUIPO

Detalle	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total
Área de cocina y comedor			
Cocina industrial	1	400,00	400,00
Tanque de gas	3	60,00	180,00
Horno	1	70,00	70,00
Microondas	1	90,00	90,00
Licuadora	2	80,00	160,00
Refrigerador	1	1.000,00	1.000,00
Batidora	1	50,00	50,00
Cafetera	1	30,00	30,00
Asador	1	25,00	25,00
Subtotal		1.805,00	2.005,00
Área recreativa			
Equipo de sonido	1	200,00	200,00
Herramientas varias	2	20,00	40,00
Subtotal		220,00	240,00
Equipos de incendios			
Extintores de incendios	2	40,00	80,00
Subtotal		40,00	80,00
TOTAL		2.065,00	2.325,00

Fuente: Investigación directa
 Elaborado: La Autora

- **Muebles y enseres**

Se determinan en base a la necesidad, infraestructura y áreas disponibles, con el fin de que todos sean utilizados apropiadamente.

Cuadro 52. MUEBLES Y ENSERES

Detalle	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total
Área administrativa			
Escritorio	1	50,00	50,00
Archivador	1	80,00	80,00
Subtotal		130,00	130,00
Área de Turismo			
Escritorio	1	50,00	50,00
Estanterías	2	60,00	120,00
Subtotal		110,00	170,00
Área de cocina y comedor			
Mesas	15	50,00	750,00
Sillas	60	20,00	1.200,00
Basureros	2	2,00	4,00
Mesa grande	1	60,00	60,00
Subtotal		132,00	2.014,00
Área de recepción y caja			
Mueble recepción	1	110,00	110,00
Subtotal		110,00	110,00
Área recreativa			
Basureros	4	2,00	8,00
Balón de básquet	2	40,00	80,00
Balón de futbol	2	45,00	90,00
Balón de vóley	2	30,00	60,00
Subtotal		117,00	238,00
Equipo de S.S.H.H.			
Dispensador de papel	2	25,00	50,00
Dispensador de jabón	2	21,00	42,00
Subtotal		46,00	92,00
TOTAL		645,00	2754,00

Fuente: Investigación directa
 Elaborado: La Autora

- **Equipo de oficina**

Son bienes que contribuyen al desarrollo de las operaciones y actividades administrativas de todo tipo de empresa.

Cuadro 53. EQUIPO DE OFICINA

Detalle	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total
Área administrativa			
Teléfono	1	20,00	20,00
Calculadora	1	10,00	10,00
Grapadora	2	3,00	6,00
Perforadora	2	5,00	10,00
Subtotal		38,00	46,00
Área de Turismo			
Teléfono	1	20,00	20,00
Subtotal		20,00	20,00
Área de cocina y comedor			
Televisor	1	640,00	640,00
Subtotal		640,00	640,00
Área de recepción y caja			
Teléfono	1	20,00	20,00
Subtotal		20,00	20,00
TOTAL		718,00	726,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

- **Equipo de computación**

El equipo de computación es fundamental para el área administrativa ya que es un instrumento que permite registrar las operaciones, cálculos, entre otros.

Cuadro 54. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Detalle	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total
Área administrativa			
Computador	1	570,00	570,00
Impresora	1	100,00	100,00
Subtotal		670,00	670,00
Área de Turismo			
Computador	1	570,00	570,00
Impresora	1	100,00	100,00
Subtotal		670,00	670,00
TOTAL		1340,00	1340,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

- **Menaje**

El requerimiento de menaje para el servicio de restaurante es importante, pues estos son de uso permanente como por ejemplo ollas, vajilla, cubiertos, limpienes entre otros, que se detallan a continuación:

Cuadro 55. MENAJE

Detalle	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total
Área de restaurante			
Saleros	15	0,25	3,75
Azucareras	15	0,50	7,50
Ajiceros	15	0,25	3,75
Ollas grandes #42	6	40,00	240,00
Ollas medianas #36	6	35,00	210,00
Juego de ollas pequeñas	2	60,00	120,00
Sartén de acero inoxidable	3	25,00	75,00
Bandejas	4	10,00	40,00
Cubiertos 12 piezas	4	21,00	84,00
Vajilla 20 piezas	4	23,50	94,00
Juego de 36 vasos de vidrio	3	18,50	55,50
Cucharones	5	2,00	10,00
Cuchillos	3	2,00	6,00
Limpiones	5	1,00	5,00
Manteles para mesas	10	1,00	10,00
Porta cubiertos	15	1,00	15,00
TOTAL		241,00	979,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

Cuadro 56. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	VALOR
Terreno	20.000,00
Edificio y obras civil	78.400,00
Maquinaria y equipo	2.325,00
Muebles y enseres	2.754,00
Equipo de oficina	726,00
Equipo de computación	1.340,00
Menaje	979,50
TOTAL	106.524,50

Fuente: Cuadro 46 - 54
Elaborado: La Autora

Cuadro 57. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

DETALLE	Valor del activo	Valor Residual	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Edificio y obras civil	78.400,00	7.840,00	5%	3.528,00
Maquinaria y equipo	2.325,00	232,50	10%	209,25
Muebles y enseres	2.754,00	275,40	10%	247,86
Equipo de oficina	726,00	72,60	10%	65,34
Equipo de computación	1.340,00	134,00	33,33%	402,00
Menaje	979,50	97,95	10%	88,16
TOTAL	86.524,50	8.652,45		4.540,61

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

4.6.7. Costo de producción

Es necesario determinar el costo de producción con el fin de saber el costo desagregado de cada uno de sus componentes del producto final.

1. Materia Prima Directa

El servicio recreativo no registra la materia prima directa, sin embargo se centrará en el servicio de restaurante ya que se pretende ofertar cinco tipos de platos principales y por sondeo a los proveedores se ha llegado a determinar costos que se detallarán a continuación.

Cuadro 58 COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

Detalle	Unidad de M.	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total Mensual	Valor Anual
Menú: Cuy					
Cuy	Unidad	62	6,00	372,00	4.464,00
Papas	Libras	27	0,08	2,16	25,92
Condimento	Unidad	27	0,25	6,75	81,00
Subtotal				380,91	4.570,92
Menú: Hornado					
Chanco en pie	Unidad	4	100,00	400,00	4.800,00
Mote	Libras	67	0,70	46,90	562,80
Papas	Libras	200	0,08	16,00	192,00
Ensalada	Unidad	4	6,00	24,00	288,00
Condimento	Unidad	4	25,00	100,00	1.200,00
Subtotal				586,90	7.042,80
Menú: Caldo de gallina criolla					
Gallina criolla	Unidad	41	7,00	287,00	3.444,00
Papas	Libras	213	0,08	17,04	204,48
Condimento	Unidad	8	5,20	41,60	499,20
Subtotal				345,64	4.147,68

Menú: Fritada					
Carne porcina	Libras	112	0,90	100,80	1.209,60
Papas	Libras	112	0,08	8,96	107,52
Maíz	Libras	80	1,00	80,00	960,00
Condimento	Unidad	8	5,25	42,00	504,00
Subtotal				231,76	2.781,12
Menú: Trucha Frita					
Trucha	Unidad	487	1,25	608,75	7.305,00
Papas	Libras	214	0,08	17,12	205,44
Arroz	Libras	94	0,5	47,00	564,00
Condimento	Unidad	113	0,25	28,25	339,00
Subtotal				672,87	8.074,44
TOTAL MATERIA PRIMA				2.218,08	26.616,96

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

2. Mano de obra Directa

La mano de obra directa es la que se relacionada con la producción del bien y servicio que en este caso es el personal del área operativa; es decir, área de turismo, restaurante y cocina. Estos los encontramos en el siguiente cuadro.

Cuadro 59. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Denominación del puesto	Cantidad	Sueldo Unit	Valor mensual	Valor anual
Guía Turístico	1	320,00	320,00	3.840,00
Jefe de cocina	1	330,00	330,00	3.960,00
Auxiliar de cocina	1	318,00	318,00	3.816,00
Salonero	1	318,00	318,00	3.816,00
TOTAL	4	1.286,00	1.286,00	15.432,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

Cuadro 60. COSTO DE MANO DE OBRA

RUBROS	Mensual	Anual
Sueldo Básico Unificado	1.286,00	15.432,00
Aporte patronal (12,15%)	156,25	1.874,99
Fondo de Reserva		
Décimo Tercero	107,17	1.286,00
Décimo Cuarto	106,00	1.272,00
Vacaciones		
TOTAL	1.655,42	19.864,99

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

3. Costos Indirectos de fabricación

Son los demás requerimientos que permiten que el producto sea terminado. Insumos que no pueden ser medidos en función de cada unidad sino en el total de la producción.

- **Materia Prima Indirecta**

Cuadro 61. MATERIA PRIMA INDIRECTA

Detalle	Unidad de M.	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total Mensual	Valor Anual
Gas	Unidad	6	2,25	13,50	162,00
Carbón	Quintal	1	15,00	15,00	180,00
Costo de faenamiento	Unidad	3	6,00	18,00	216,00
Imprevistos				5,00	60,00
TOTAL				51,50	618,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

- **Mano de Obra Indirecta**

Cuadro 62. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

Denominación del puesto	Cantidad	Sueldo Unit	Valor mensual	Valor anual
Mantenimiento y Limpieza	1	318,00	318,00	3.816,00
TOTAL	1	318,00	318,00	3.816,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 63. COSTO MANO DE OBRA INDIRECTA

RUBROS	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Básico Unificado	318,00	3.816,00
Aporte patronal (12,15%)	38,64	463,64
Fondo de Reserva		
Décimo Tercero	26,50	318,00
Décimo Cuarto	26,50	318,00
Vacaciones		
TOTAL	409,64	4.915,64

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

- **Costo Servicios Básicos**

Los servicios básicos que se requieren para el área operativa son los siguientes:

Cuadro 64. SERVICIOS BÁSICOS

Detalle	Unidad de M.	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total Mensual	Valor Anual
Agua potable	m3	17	0,20	3,40	40,80
Energía Eléctrica	Kw/h	280	0,08	22,40	268,80
TOTAL				25,80	309,60

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

Cuadro 65. RESUMEN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Indirecta	51,50	618,00
Mano de Obra Indirecta	409,64	4.915,64
Servicios básicos	25,80	309,60
TOTAL	486,94	5.843,24

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

Cuadro 66. COSTO DE PRODUCCIÓN

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Materia Prima Directa	2.218,08	26.616,96
Mano de Obra Directa	1.655,42	19.864,99
C.I.F.	486,94	5.843,24
TOTAL	4.360,43	52.325,19

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

4.6.8. Gastos administrativos

1. Remuneración

De acuerdo al tamaño y la necesidad del centro se describe el personal que se requerirá.

Cuadro 67. DETERMINACIÓN DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

Denominación del puesto	Cantidad	Sueldo Unit	Valor mensual	Valor anual
Gerente-Administrador	1	600,00	600,00	7.200,00
Contador	1	400,00	400,00	4.800,00
Recepcionista-Cajera	1	370,00	370,00	4.440,00
TOTAL	3	1.370,00	1.370,00	16.440,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 68. GASTO PERSONAL ADMINISTRATIVO

RUBROS	Mensual	Anual
Sueldo Básico Unificado	1.370,00	16.440,00
Aporte patronal (12,15%)	166,45	1.997,46
Fondo de Reserva		
Décimo Tercero	114,17	1.370,00
Décimo Cuarto	79,5	954,00
Vacaciones		
TOTAL	1.730,12	20.761,46

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

2. Gasto Servicios Básicos

Los servicios básicos que se requieren para el área administrativa son los siguientes:

Cuadro 69. GASTO SERVICIOS BÁSICOS

Detalle	Unidad de M.	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total Mensual	Valor Anual
Agua potable	m3	1	0,20	0,20	2,40
Energía Eléctrica	Kw/h	160	0,08	12,80	153,60
Internet	Megas	Sin limite	20,00	20,00	240,00
Consumo de teléfono	Minutos	180	0,05	9,00	108,00
Subtotal				42,00	504,00
Gastos S.S.H.H.					
Ambientales	Unidad	2	0,50	1,00	12,00
Jabón	Unidad	2	1,00	2,00	24,00
Papel Higiénico	Unidad	6	0,30	1,80	21,60
Subtotal				4,80	57,60
TOTAL				46,80	561,60

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

4.6.9. Gastos de ventas

Los gastos de ventas se calculan por la publicidad que se va a realizar mencionada en el capítulo del estudio de mercado, en el cual se va a realizar publicidad radial y elaboración de trípticos con información de la empresa.

La publicidad radial consta de dos spots en el día, los sábados y domingos.

Cuadro 70. GASTOS DE VENTAS

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Valor Anual
Publicidad radial	16	3,00	48,00	576,00
Trípticos	100	0,10	10,00	120,00
Subtotal			58,00	696,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

4.6.10. Gastos financieros

De acuerdo a la inversión que necesita se realizará un crédito de USD 60.000,00 a diez años plazo, con la tasa del 10% anual, financiado por el Banco Nacional de Fomento. Para el año 2014 el interés será de USD 6.000,00. A continuación se presenta una tabla del interés mensual durante un año.

Cuadro 71. INTERÉS MENSUAL

Mes	Interés mensual	Interés Acumulado
1	500,00	500,00
2	500,00	1.000,00
3	500,00	1.500,00
4	500,00	2.000,00
5	500,00	2.500,00
6	500,00	3.000,00
7	500,00	3.500,00
8	500,00	4.000,00
9	500,00	4.500,00
10	500,00	5.000,00
11	500,00	5.500,00
12	500,00	6.000,00
TOTAL	6.000,00	

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

4.6.11. Gastos de constitución

Los gastos de constitución del centro turístico recreativo y gastronómico y su funcionamiento son los siguientes:

Cuadro 72. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CONCEPTO	VALOR
Pago permiso de construcción municipio	3.233,00
Apertura de una cuenta	400,00
Elaboración de una minuta	100,00
Registro notaria pública	100,00
Registro mercantil	100,00
Pago patente	10,00
Trámite RUC	5,00
Pago de bomberos	20,00
TOTAL	3.968,00

Fuente: Arq. Franklin Cadena
Elaborado: La Autora

4.7. CAPITAL DE TRABAJO

El Capital de trabajo que necesitará la microempresa para comenzar con las actividades es de USD 13.390,71 monto necesario para cubrir los dos primeros meses antes de que inicie las operaciones y que le permita mantenerse en funcionamiento.

Cuadro 73. CAPITAL DE TRABAJO

Rubros	Mensual	Capital de trabajo (2 meses)
Costo de producción	4.360,43	8.720,87
Gastos Administrativos	1.776,92	3.553,84
Gastos de venta	58,00	116,00
Gastos financieros	500,00	1.000,00
TOTAL	6.695,35	13.390,71

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. INTRODUCCIÓN

El estudio financiero es la sistematización contable y financiera de las investigaciones realizadas en el estudio de mercado y técnico, que faciliten la verificación de los resultados que generará el proyecto, los costos de operación, gastos administrativos, de ventas, ingresos que se generen a lo largo de su vida útil o período de evaluación; como también los estados financieros proyectados, los cuales permiten conocer el flujo de efectivo, que sirve como base para aplicar la evaluación del proyecto desde el punto de vista financiero, los mismos que permiten conocer la viabilidad del proyecto.

5.2. OBJETIVO

Determinar la factibilidad del proyecto mediante la evaluación financiera que permitirá sustentar la realización o no de la propuesta.

5.3. INVERSIÓN

La inversión es el dinero que se utiliza en Activos Fijos depreciables y no depreciables; los activos no depreciables corresponden a la inversión en terreno. Los activos fijos depreciables son edificaciones y adecuaciones de locales, dotación de infraestructura instalaciones, maquinaria, equipos.

Los activos diferidos que son los gastos de constitución de la empresa y Capital de Trabajo, necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.

A continuación se presenta una tabla resumen de la inversión del proyecto:

Cuadro 74. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

Detalle	Inversión
Activos Fijos	106.524,50
Activos Diferidos	3.968,00
Capital de Trabajo	13.390,71
	123.883,21

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

5.3.1. Financiamiento

A continuación se presenta la estructura del financiamiento, donde el 48,43% se financiará con crédito y el 51,57% será aporte propio de los inversionistas. Cabe recalcar que los inversionistas son un total de cinco personas y la dueña del proyecto.

El Banco Nacional de Fomento a través del Ministerio de Turismo financia proyectos turísticos, y al ser éste un proyecto que va a ofertar servicios de turismo, alimentación y entretenimiento se puede acceder a un préstamo con una tasa del 10% de interés anual en un plazo de 10 años, presentando una garantía del 144%.

Cuadro 75. FINANCIAMIENTO

Rubros	Valor	Porcentaje
Capital propio	63.883,21	51,57%
Crédito	60.000,00	48,43%
TOTAL	123.883,21	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

A continuación se presenta la Tabla de Amortización del crédito otorgado por el Banco Nacional de Fomento, por un monto de 60.000,00 a una tasa anual del 10%.

Cuadro 76. TABLA DE AMORTIZACIÓN

Periodos	Cuota de pago anual	Interés anual	Pago al principal	Saldo Inicial
0				60.000,00
1	9.764,72	6.000,00	3.764,72	56.235,28
2	9.764,72	5.623,53	4.141,20	52.094,08
3	9.764,72	5.209,41	4.555,32	47.538,76
4	9.764,72	4.753,88	5.010,85	42.527,92
5	9.764,72	4.252,79	5.511,93	37.015,99
6	9.764,72	3.701,60	6.063,13	30.952,86
7	9.764,72	3.095,29	6.669,44	24.283,42
8	9.764,72	2.428,34	7.336,38	16.947,04
9	9.764,72	1.694,70	8.070,02	8.877,02
10	9.764,72	887,70	8.877,02	0,00
TOTAL	97.647,24	37.647,24	60.000,00	

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

5.4. DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS

Los ingresos que se obtendrán serán por el servicio de excursión, el recreativo y la gastronomía ofertada que son cinco platos típicos. Las cantidades de cada producto y servicios se encuentran previamente calculadas y detalladas en los cuadros 38 a 41 del estudio técnico y su precio en el cuadro 37 del estudio de mercado. Por lo que se procede a realizar los cálculos para determinar ingresos:

Cuadro 77. INGRESOS PROYECTADOS

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Servicio de excursión					
Cantidad	1.262	1.352	1.443	1.623	1.803
Precio	6,25	6,51	6,78	7,06	7,36
Valor	7.888,24	8.803,28	9.780,79	11.461,13	13.264,35
Ingreso al centro recreativo					
Cantidad	13.778	14.762	15.746	17.714	19.683
Precio	2,08	2,17	2,26	2,35	2,45
Valor	28.701,84	32.031,25	35.588,00	41.702,02	48.263,13
Subtotal	36.590,08	40.834,53	45.368,79	53.163,15	61.527,49
RESTAURANTE					
Menú: Cuy					
Cantidad	739	791	844	950	1.055
Precio	12,50	13,02	13,56	14,12	14,71
Valor	9.231,39	10.302,24	11.446,20	13.412,65	15.522,91
Menú: Caldo de gallina					
Cantidad	3.960	4.242	4.525	5.091	5.657
Precio	3,12	3,25	3,39	3,53	3,68
Valor	12.373,05	13.808,32	15.341,59	17.977,28	20.805,71
Menú: Hornado					
Cantidad	10.604	11.362	12.119	13.634	15.149
Precio	2,60	2,71	2,83	2,94	3,07
Valor	27.613,53	30.816,70	34.238,59	40.120,78	46.433,11
Menú: Fritada					
Cantidad	2.685	2.877	3.069	3.452	3.836
Precio	3,12	3,25	3,39	3,53	3,68
Valor	8.390,15	9.363,40	10.403,11	12.190,37	14.108,32
Menú: Trucha					
Cantidad	5.839	6.256	6.674	7.508	8.342
Precio	3,65	3,80	3,96	4,12	4,29
Valor	21.288,04	23.757,45	26.395,48	30.930,22	35.796,58
Subtotal	78.896,16	88.048,11	97.824,97	114.631,30	132.666,63
TOTAL	115.486,23	128.882,64	143.193,76	167.794,45	194.194,11

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

5.5. DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS

Dentro de la determinación de egresos se encuentra los costos y los gastos en los que incurrirá el proyecto. Para el presupuesto se presentan rubros que deberán utilizarse para el funcionamiento de la empresa a partir del primer período operativo. Los costos de materia prima, mano de obra directa, fueron realizados en base a cotizaciones y salarios reales, los costos de materiales indirectos fueron tomados de valores referenciales actuales, además de otros costos administrativos y generales se muestran en los siguientes cuadros.

5.5.1. Materia Prima Directa Proyectada

Cuadro 78. PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Menú: Cuy					
Cantidad	739	791	844	950	1.055
Precio	6,45	6,71	6,99	7,28	7,59
Valor	4.761,07	5.313,35	5.903,35	6.917,54	8.005,91
Menú: Caldo de gallina					
Cantidad	3.960	4.242	4.525	5.091	5.657
Precio	0,69	0,72	0,75	0,78	0,81
Valor	2.739,17	3.056,92	3.396,36	3.979,85	4.606,02
Menú: Hornado					
Cantidad	10.604	11.362	12.119	13.634	15.149
Precio	1,09	1,14	1,18	1,23	1,28
Valor	11.569,98	12.912,10	14.345,86	16.810,48	19.455,33
Menú: Fritada					
Cantidad	2.685	2.877	3.069	3.452	3.836
Precio	1,08	1,12	1,17	1,22	1,27
Valor	2.896,81	3.232,85	3.591,82	4.208,89	4.871,09
Menú: Trucha					
Cantidad	5.839	6.256	6.674	7.508	8.342
Precio	1,44	1,50	1,56	1,63	1,70
Valor	8.410,34	9.385,94	10.428,15	12.219,71	14.142,27
TOTAL	30.377,38	33.901,16	37.665,54	44.136,48	51.080,62

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

5.5.2. Mano de Obra Directa

Es el talento humano que participa directamente el proceso de producción de los productos y servicios que genere el proyecto. A continuación se presenta un cuadro de la remuneración mensual básica unificada proyectada tomando la tasa de inflación del año 2012 que es de 4,16%.

Cuadro 79. SUELDO BÁSICO UNIFICADO PROYECTADO

RUBROS	Cant.	Años					
		Año base	1	2	3	4	5
Guía Turístico	1	320,00	333,31	347,18	361,62	376,66	392,33
Jefe de cocina	1	330,00	343,73	358,03	372,92	388,43	404,59
Auxiliar de cocina	1	318,00	331,23	345,01	359,36	374,31	389,88
Salonero	1	318,00	331,23	345,01	359,36	374,31	389,88
TOTAL	4	1.286,00	1.339,50	1.395,22	1.453,26	1.513,72	1.576,69

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Determinación del costo de la mano de obra proyectada:

Cuadro 80. COSTO DE MANO DE OBRA PROYECTADA

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldo Básico Unificado Anual	16.073,97	16.742,65	17.439,14	18.164,61	18.920,26
Aporte patronal (12,15%)	1.952,99	2.034,23	2.118,86	2.207,00	2.298,81
Fondo de Reserva		1.395,22	1.453,26	1.513,72	1.576,69
Décimo Tercero	1.339,50	1.395,22	1.453,26	1.513,72	1.576,69
Décimo Cuarto	1.324,00	1.380,00	1.436,00	1.496,00	1.560,00
Vacaciones		697,61	726,63	756,86	788,34
TOTAL	20.690,46	23.644,93	24.627,15	25.651,91	26.720,79

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

5.5.3. Costos indirectos de fabricación

Los materiales indirectos son parte del costo variable, su volumen depende de la producción pero no forman parte directa del producto y servicio.

1. Materia Prima Indirecta

Cuadro 81. PROYECCIÓN MATERIA PRIMA INDIRECTA

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Gas	162,00	168,74	175,76	183,07	190,69
Carbón	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
Faenamiento	216,00	224,99	234,35	244,09	254,25
Imprevistos	60,00	62,50	65,10	67,80	70,62
Subtotal	618,00	643,71	670,49	698,38	727,43

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

2. Mano de obra Indirecta

Para el mantenimiento y limpieza del centro se contará con una persona encargada de hacer dichas labores.

Cuadro 82. REMUNERACIÓN BÁSICA DE MANO DE OBRA INDIRECTA

RUBRO	Cant.	Años					
		Año base	1	2	3	4	5
Mantenimiento y limpieza	1	318,00	331,23	345,01	359,36	374,31	389,88
TOTAL	1	318,00	331,23	345,01	359,36	374,31	389,88

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

Cuadro 83. COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldo Básico Unificado Anual	3.974,75	4.140,10	4.312,32	4.491,72	4.678,57
Aporte patronal (12,15%)	482,93	503,02	523,95	545,74	568,45
Fondo de Reserva		345,01	359,36	374,31	389,88
Décimo Tercero	331,23	345,01	359,36	374,31	389,88
Décimo Cuarto	331,00	345,00	359,00	374,00	390,00
Vacaciones		172,50	179,68	187,15	194,94
TOTAL	5.119,91	5.850,64	6.093,67	6.347,23	6.611,72

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

3. Costo Servicios Básicos**Cuadro 84. PROYECCIÓN SERVICIOS BÁSICOS**

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Energía Eléctrica	268,80	279,98	291,63	303,76	316,40
Agua	40,80	40,80	40,80	40,80	40,80
Subtotal	309,60	320,78	332,43	344,56	357,20

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

4. Depreciación de activos de producción

Los activos fijos se deprecian por medio del método de línea recta que se detalla a continuación. Del total de activos fijos únicamente maquinaria y equipo forman parte de los costos indirectos de fabricación y con un valor residual del 10% de su valor total:

Cuadro 85. DEPRECIACIÓN DE ACTIVO DE PRODUCCIÓN

RUBROS	Valor del activo	Valor residual	Años				
			1	2	3	4	5
Maquinaria y Equipo	2.325,00	232,50	209,25	209,25	209,25	209,25	209,25
Menaje	979,50	97,95	88,16	88,16	88,16	88,16	88,16
TOTAL	3.304,50	330,45	297,41	297,41	297,41	297,41	297,41

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

Cuadro 86. CUADRO RESUMEN C.I.F.

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Materia Prima Indirecta	618,00	643,71	670,49	698,38	727,43
Mano de obra indirecta	5.119,91	5.850,64	6.093,67	6.347,23	6.611,72
Servicios Básicos	309,60	320,78	332,43	344,56	357,20
Depreciación maquinaria y equipo	209,25	209,25	209,25	209,25	209,25
Depreciación Menaje	88,16	88,16	88,16	88,16	88,16
TOTAL	6.344,91	7.112,53	7.393,99	7.687,58	7.993,75

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

Cuadro 87. CUADRO RESUMEN COSTO DE PRODUCCIÓN

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Materia Prima	30.377,38	33.901,16	37.665,54	44.136,48	51.080,62
Mano de obra	20.690,46	23.644,93	24.627,15	25.651,91	26.720,79
C.I.F.	6.344,91	7.112,53	7.393,99	7.687,58	7.993,75
TOTAL	57.412,75	64.658,62	69.686,69	77.475,97	85.795,17

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

5.5.4. Gastos administrativos

1. Remuneración

Comprende la remuneración básica del talento humano administrativo, a continuación se muestra el total del valor en sueldo mensual proyectado a 5 años tomando un año base. Para este presupuesto se considera el 4,16% de tasa de inflación del año 2012.

Cuadro 88. REMUNERACIÓN BÁSICA ADMINISTRACIÓN PROYECTADO

RUBROS	Cant.	Años					
		2013	1	2	3	4	5
Gerente-Administrador	1	600,00	624,96	650,96	678,04	706,24	735,62
Contador	1	400,00	416,64	433,97	452,03	470,83	490,42
Recepcionista-Cajera	1	370,00	385,39	401,42	418,12	435,52	453,64
TOTAL	3	1.370,00	1.426,99	1.486,35	1.548,19	1.612,59	1.679,68

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 89. GASTO ADMINISTRATIVO PROYECTADO

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldo Básico Unificado	17.123,90	17.836,26	18.578,25	19.351,10	20.156,11
Aporte patronal (12,15%)	2.080,55	2.167,11	2.257,26	2.351,16	2.448,97
Fondo de Reserva		1.486,35	1.548,19	1.612,59	1.679,68
Décimo Tercero	1.426,99	1.486,35	1.548,19	1.612,59	1.679,68
Décimo Cuarto	993,00	1.035,00	1.077,00	1.122,00	1.170,00
Vacaciones		743,18	774,09	806,30	839,84
TOTAL	21.624,45	24.754,25	25.782,97	26.855,74	27.974,26

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

2. Servicios Básicos

Cuadro 90. SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Energía eléctrica	2,40	2,50	2,60	2,71	2,82
Agua	153,60	159,99	166,65	173,58	180,80
Consumo de Teléfono	108,00	112,49	117,17	122,05	127,12
Internet	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
Gastos S.S.H.H.	57,60	60,00	62,49	65,09	67,80
TOTAL	561,60	584,96	609,30	634,64	661,04

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

5.5.5. Gastos de ventas

Los gastos de ventas corresponden a aquellos producidos por la ejecución de la función de ventas como es la publicidad. La cual irá incrementando en un 2% cada año.

Este gasto es importante realizarlo, pues permite dar a conocer a los clientes los productos y servicios que se ofrecen. Asimismo es una estrategia de buscar posicionamiento en el mercado.

Cuadro 91. GASTOS DE PUBLICIDAD

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Publicidad radial					
Cantidad	196	200	204	208	212
Precio	3,12	3,25	3,39	3,53	3,68
Valor	599,96	637,42	690,76	733,88	779,70
Trípticos					
Cantidad	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92	1.324,90
Precio	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Valor	127,49	135,45	143,91	152,89	162,44
TOTAL	727,45	772,87	834,67	886,78	942,14

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

5.5.6. Gastos de constitución

Se determinan en base a los activos diferidos correspondientes a trámites de construcción y legalización de la empresa, previamente calculados dando un total de 3.968,00 USD. Estos valores se amortizan en cinco años, los mismos que se especifican en el siguiente cuadro.

Cuadro 92. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Gastos de constitución	793,60	793,60	793,60	793,60	793,60
TOTAL	793,60	793,60	793,60	793,60	793,60

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

5.5.7. Gastos de depreciación

Los gastos de depreciación son aquellos rubros que se calculan sobre maquinaria y equipos que no forman parte del procesamiento de

productos; es decir, gastos administrativos. Se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro 93. DATOS PARA DEPRECIACIÓN

RUBROS	Valor del activo	Valor residual
Edificio y obras civiles	78.400,00	7.840,00
Muebles y enseres	2.754,00	275,40
Equipo de oficina	726,00	72,60
Equipo de computación	1.340,00	134,00
TOTAL	83.220,00	8.322,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 94. PROYECCIÓN DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS CONSIDERADOS COMO GASTO

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Edificio y obras civiles	3.528,00	3.528,00	3.528,00	3.528,00	3.528,00
Muebles y enseres	247,86	247,86	247,86	247,86	247,86
Equipo de oficina	65,34	65,34	65,34	65,34	65,34
Equipo de computación	402,00	402,00	402,00	0	0
TOTAL	4.243,20	4.243,20	4.243,20	3.841,20	3.841,20

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Cuadro 95. RESUMEN PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Materia Prima Directa	30.377,38	33.901,16	37.665,54	44.136,48	51.080,62
Mano de obra Directa	20.690,46	23.644,93	24.627,15	25.651,91	26.720,79
C.I.F.	6.344,91	7.112,53	7.393,99	7.687,58	7.993,75
Subtotal	57.412,75	64.658,62	69.686,69	77.475,97	85.795,17
GASTOS					
Gastos Administrativos	22.186,05	25.339,21	26.392,27	27.490,38	28.635,31
Gastos de Ventas	727,45	772,87	834,67	886,78	942,14
Gastos Financieros	6.000,00	5.623,53	5.209,41	4.753,88	4.252,79
Gastos de constitución	793,6	793,6	793,6	793,6	793,6
Gastos de depreciación	4.243,0	4.243,20	4.243,20	3.841,20	3.841,20
Subtotal	33.950,30	36.772,41	37.473,14	37.765,84	38.465,04
TOTAL COSTOS Y GASTOS	91.363,05	101.431,03	107.159,83	115.241,80	124.260,21

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

5.6. ESTADOS FINANCIEROS

5.6.1. Estado de situación inicial

Es la descripción de activos y su relación con los pasivos, capital contable y el patrimonio. La igualdad fundamental del balance:

Activo = Pasivo + Patrimonio

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja-Bancos	13.390,71	Cuentas por pagar (Préstamo)	60.000,00
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		PATRIMONIO	
Terreno	20.000,00	Capital Social	63.883,21
Edificio	78.400,00		
Maquinaria y Equipo	2.325,00		
Muebles y Enseres	2.754,00		
Equipo de oficina	726,00		
Equipo de computación	1.340,00		
Menaje	979,50		
TOTAL	106.524,50		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de constitución	3.968,00		
TOTAL ACTIVO	<u>123.883,21</u>	TOTAL PASIVO PATRIMONIO	Y <u>123.883,21</u>

5.6.2. Estado de resultados

Permite conocer si existe o no utilidad neta en cada año proyectado, el mismo que se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro 96. PROYECCIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS

RUBROS	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos	115.486,23	128.882,64	143.193,76	167.794,45	194.194,11
(-) Costo de producción	57.412,75	64.658,62	69.686,69	77.475,97	85.795,17
Materia Prima Directa	30.377,38	33.901,16	37.665,54	44.136,48	51.080,62
Mano de Obra Directa	20.690,46	23.644,93	24.627,15	25.651,91	26.720,79
C.I.F.	6.344,91	7.112,53	7.393,99	7.687,58	7.993,75
=UTILIDAD BRUTA	58.073,49	64.224,02	73.507,08	90.318,49	108.398,95
(-) Gastos administrativos	22.186,05	25.339,21	26.392,27	27.490,38	28.635,31
(-) Gastos de ventas	727,45	772,87	834,67	886,78	942,14
(-) Gastos financieros	6.000,00	5.623,53	5.209,41	4.753,88	4.252,79
(-) Gastos de constitución	793,60	793,60	793,60	793,60	793,60
(-) Gastos de depreciación	4.243,20	4.243,20	4.243,20	3.841,20	3.841,20
=UTILIDAD OPERACIONAL	24.123,18	27.451,60	36.033,93	52.552,65	69.933,91
(-) 15% participación de trabajadores	3.618,48	4.117,74	5.405,09	7.882,90	10.490,09
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	20.504,70	23.333,86	30.628,84	44.669,75	59.443,82
(-) 22% Impuesto a la renta	4.511,03	5.133,45	6.738,35	9.827,35	13.077,64
UTILIDAD NETA	15.993,67	18.200,41	23.890,50	34.842,41	46.366,18

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

En términos financieros el proyecto es rentable ya que cada año proyectado presenta una rentabilidad.

5.6.3. Flujo de caja

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo que tendrá el proyecto en un período determinado, provenientes de los ingresos proyectados y egresos proyectados que el proyecto genere, para seguir operando.

Cuadro 97. FLUJO DE CAJA

RUBROS	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Inicial	123.883,21					
Utilidad neta		15.993,67	18.200,41	23.890,50	34.842,41	46.366,18
(+) Depreciaciones		4.243,20	4.243,20	4.243,20	3.841,20	3.841,20
(-) Reinversión					1.500,00	
(+) Recuperación de la inversión						87.014,00
(-) Pago al principal		3.764,72	4.141,20	4.555,32	5.010,85	5.511,93
FLUJO NETO DE CAJA		16.472,15	18.302,42	23.578,38	32.172,76	131.709,45

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera analiza los beneficios netos que se obtendrán del proyecto, que debe estar respaldado teóricamente y que será económicamente rentable, para ello se cuenta con las siguientes técnicas de evaluación como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo-Beneficio (C/B) período de recuperación de la inversión y punto de equilibrio que se detallan a continuación:

5.7.1. Determinación de la tasa de redescuento o tasa de rendimiento medio

La tasa de redescuento o también llamada Tasa de Rendimiento Medio tiene dos componentes: el costo de capital, tanto para el aporte propio como para el financiamiento, y el nivel de riesgo en inversiones en el país.

Cuadro 98. DETERMINACIÓN DE TASA DE INTERÉS TOTAL

Rubros	Valor	Porcentaje	Interés	Tasa de interés total
Capital propio	63.883,21	51,57%	4,53%	2,34%
Crédito	60.000,00	48,43%	10%	4,84%
TOTAL	123.883,21	1,00		7,18%

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

Fórmula de cálculo:

TR= Tasa de Interés total + Tasa de Inflación

Donde:

TR= Tasa de redescuento

Tasa de inflación del año 2012 =4,16%

TR = Tasa de Interés total + Tasa de Inflación

TR=7,18+4,16

TR= 11,34%

La Tasa de redescuento es lo mínimo que puede ganar para operar, si no fuera así no se podría realizar el pago de intereses.

5.7.2. Determinación Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto es la suma actualizada de los flujos de caja que se espera genere el proyecto a lo largo de su vida. A una tasa de redescuento del 11,34%.

Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

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

$\text{Flujos Netos Actualizados} = \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FNn}{(1+i)^n}$

Cuadro 99. VALOR ACTUAL NETO

Año	Flujo Neto de caja	Flujo Neto Actualizado
2014	16.472,15	14.794,45
2015	18.302,42	14.764,07
2016	23.578,38	17.082,85
2017	32.172,76	20.935,51
2018	131.709,45	76.976,98
TOTAL		144.553,86

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

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

$VAN = 144.553,86 - 123.883,21$

$VAN = 20.670,65$

EL Valor Actual Neto permite conocer si el proyecto es o no factible, cuando el $VAN < 0$; el proyecto es NO VIABLE; cuando el $VAN = 0$; INDIFERENTE y $VAN > 0$; VIABLE.

El Valor Actual Neto del presente proyecto es de USD 20.670,65 positivo, por tanto es rentable, lo que significa que justifica la inversión del centro turístico recreativo y gastronómico.

5.7.3. Determinación de la tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno, muestra la rentabilidad que devuelve el proyecto durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados para obtener un VAN positivo y negativo. Entonces la TIR de un proyecto es la tasa de interés que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero.

Para determinar la TIR se aplica la siguiente fórmula:

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

Donde:

TIR =Tasa Interna de Retorno

Ti = Tasa Inferior

Ts = Tasa Superior

VAN_i= VAN Inferior

VAN_s= VAN Superior

Valor actual Neto con una tasa de 16% superior a la tasa de redescuento.

Cuadro 100. FLUJO NETO ACTUALIZADO

Año	Flujo Neto de caja	Flujo Neto Actualizado
2014	16.472,15	14.200,13
2015	18.302,42	13.601,68
2016	23.578,38	15.105,67
2017	32.172,76	17.768,73
2018	131.709,45	62.708,58
TOTAL		123.384,79

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

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

$VAN = 123.384,79 - 123.883,21$

$VAN = - 498,42$

Para calcular la TIR se reemplaza los datos del VAN positivo con tasa de redescuento de 11,34% y el negativo de 16%.

$$TIR = 0,1134 + (0,16 - 0,1134) \left[\frac{20.670,65}{20.670,65 + 498,42} \right]$$

$$TIR = (0,16)(0,98)$$

$$TIR = 15,68\%$$

Parámetros para determinar si el proyecto es viable o no:

TIR < 0; NO VIABLE

TIR = 0; INDIFERENTE

TIR > 0; VIABLE

En este caso el proyecto es viable ya que tiene un 15,68%, lo que supera al costo de oportunidad de 11,34%.

5.7.4. Determinación Costo-Beneficio

Es la relación que muestra el valor que tiene la inversión en el nuevo proyecto con relación a los beneficios y costos. Igualmente sirve para determinar cómo retornan los ingresos en función de los egresos, para la cual se hace una relación de los ingresos actualizados sobre los egresos actualizados, aplicando la tasa de redescuento del 11,34%.

Para el cálculo de la Relación Beneficio Costo utilizamos las siguientes fórmulas:

Primera

$$C/B = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

Segunda

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

Reemplazando datos en la primera fórmula:

$$C / B = \frac{144.553,86}{123.883,11}$$

$$C / B = 1,17$$

El Costo beneficio tiene que ser mayor a 1, en este caso se va a tener una rentabilidad de 0,17 centavos de dólar al invertir uno.

Cuadro 101. INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

Años	Ingresos	Ingresos Actualizados	Egresos	Egresos Actualizados
2014	115.486,23	103.723,94	91.363,05	82.057,71
2015	128.882,64	103.966,15	101.431,03	81.821,68
2016	143.193,76	103.745,78	107.159,83	77.638,72
2017	167.794,45	109.187,45	115.241,80	74.990,31
2018	194.194,11	113.495,85	124.260,21	72.623,30
TOTAL		534.119,18		389.131,73

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Reemplazando datos en la segunda fórmula:

$$C / B = \frac{534.119,18}{389.131,73}$$

$$C / B = 1,37$$

En este caso por cada dólar de egresos se obtendrá 0,37 centavos adicionales o de utilidad, lo cual es beneficioso para el proyecto.

R C/B > 1; VIABLE

Análisis

La primera fórmula del costo beneficio toma en cuenta los flujos netos actualizados y la inversión total (Activo fijo, diferido y capital de trabajo), es decir, sirve para determinar si existe o no rentabilidad al invertir una cantidad de dinero.

La segunda fórmula sirve para determinar si los ingresos que se obtienen cubren los egresos y se puede obtener una utilidad.

Como se pudo observar en los dos casos presenta resultados positivos y una utilidad adicional durante los cinco años de operación al invertir una cierta cantidad de dinero.

5.7.5. Período de recuperación de la inversión

El siguiente cuadro indica el período en el que se recupera la inversión.

Cuadro 102. FLUJOS NETOS ACUMULADOS

Años	Flujos Netos Actualizados	Flujos Netos Acumulados
2014	14.794,45	14.794,45
2015	14.764,07	29.558,52
2016	17.082,85	46.641,37
2017	20.935,51	67.576,88
2018	76.976,98	144.553,86

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

Inversión = 123.883,21

- Se recupera en cuatro años = **67.576,88**

Flujo Neto Actualizado de 2018= 76.976,98

Flujo Neto Mensual = 76.976,98/12 = 6.414,75

Flujo Neto Diario= 76.976,98/365 = 210,90

Recuperación en meses=6.414,75* 8 meses= **51.317,98**

• Monto que falta= 123.883,21– 67.576,88 – 51.317,98

Monto que falta= **4.988,34** * Recuperación en días

Días= 4.988,34/210,90

Días= 24 días

Es decir, la inversión se recuperará en 4 años 8 meses y 24 días.

Cuadro 103. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tiempo	Monto
4 años	67.576,88
8 meses	51.317,98
24 días	4.988,34
Inversión	123.883,21

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

5.7.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se determina cuando los ingresos son iguales a los costos y gastos, en este caso no existe ni pérdida ni ganancias. El punto de equilibrio en dólares del presente proyecto se calcula aplicando la siguiente fórmula:

$$P. eq = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}} = USD$$

A continuación se presenta un cuadro en donde se clasifica en costos fijos y costos variables, para realizar su determinación.

Cuadro 104. DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS FIJOS					
Gastos Administrativos	22.186,05	25.339,21	26.392,27	27.490,38	28.635,31
Gastos de Ventas	727,45	772,87	834,67	886,78	942,14
Gastos Financieros	6.000,00	5.623,53	5.209,41	4.753,88	4.252,79
Gastos de constitución	793,60	793,60	793,60	793,60	793,60
Gastos de depreciación	4.243,20	4.243,20	4.243,20	3.841,20	3.841,20
TOTAL COSTOS FIJOS	33.950,30	36.772,41	37.473,14	37.765,84	38.465,04
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	30.377,38	33.901,16	37.665,54	44.136,48	51.080,62
Mano de obra Directa	20.690,46	23.644,93	24.627,15	25.651,91	26.720,79
C.I.F.	6.344,91	7.112,53	7.393,99	7.687,58	7.993,75
TOTAL COSTOS VARIABLES	57.412,75	64.658,62	69.686,69	77.475,97	85.795,17
TOTAL C.F.+C.V.	91.363,05	101.431,03	107.159,83	115.241,80	124.260,21

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Reemplazando los valores del primer año.

$$P. eq = \frac{33.950,30}{1 - \frac{57.412,75}{115.486,23}} \quad P. eq USD = 67.514,33$$

Los inversionistas deben tener ingresos de USD 68.015,48 en el año uno, monto que determina que no se ha perdido ni se ha ganado, sino alcanzó el punto de equilibrio.

A continuación se presenta el punto de equilibrio desde el año uno hasta el cinco, tomando en cuenta que mientras más dura el proyecto el pronóstico es menos cierto.

Cuadro 105. PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	115.486,23	128.882,64	143.193,76	167.794,45	194.194,11
Costo Fijo	33.950,30	36.772,41	37.473,14	37.765,84	38.465,04
Costo Variable	57.412,75	64.658,62	69.686,69	77.475,97	85.795,17
Punto de equilibrio	67.514,33	73.793,66	72.998,69	70.161,69	68.909,20

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

El punto de equilibrio es importante determinarlo para cada año, debido a que es necesario saber qué cantidad de ingresos debemos tener como mínimo para no perder ni ganar.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. RAZÓN SOCIAL

La empresa es la unidad económica que acopla los recursos materiales, tecnológicos y humanos para generar un bien o servicio que satisfaga las necesidades de un mercado, teniendo un beneficio o utilidad. Para reconocer a una empresa es necesario que cuente con un nombre propio y se la pueda registrar legalmente.

Para determinar el nombre de la microempresa se ha considerado varios aspectos como la originalidad, claridad que permita identificar al lugar y al tipo de servicio que se oferta. Con estas consideraciones el nombre y logo definidos se detallan a continuación:

Nombre: “DELICENTRO RECREATIVO SAN ISIDRO”

Filosofía: Ofrecemos variedad de delicias y diversión en un ambiente familiar.

Con esta filosofía empresarial queremos conseguir, satisfacer y fidelizar a clientes.

Gráfico 24. LOGOTIPO



DELICENTRO RECREATIVO
turismo-diversión-gastronomía

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Se constituye como una compañía de responsabilidad limitada, con capital propio de los inversionistas, conformado por 6 personas y financiamiento bancario, es por ello que pertenecerá al sector privado. Dedicada a la prestación de servicios de turismo, recreación y alimentación, fomentando el turismo local y nacional, a la vez ofertando pequeñas artesanías de la localidad.

6.2. MISIÓN

El **Delicentro Recreativo San Isidro** tiene como misión esencial ofertar servicios de excursión, recreación para niños, jóvenes y adultos, complementados con la variedad de gastronomía, con el fin de contribuir al desarrollo turístico local y nacional destacando las fortalezas que tiene la parroquia y su cultura. Todo esto en un ambiente propiamente diseñado para el esparcimiento familiar y con talento humano capacitado y

comprometido para brindar un servicio de calidad satisfaciendo las expectativas del cliente.

6.3. VISIÓN

El **Delicentro Recreativo San Isidro** dentro de cinco años será una empresa líder a nivel cantonal y provincial reconocido, que brindará el mejor servicio turístico, recreativo y gastronómico, en un ambiente agradable, generando lealtad en los clientes y permitiendo el incremento de nuevos usuarios nacionales e internacionales a través de un trabajo en equipo.

6.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Alcanzar niveles de calidad y eficiencia en la atención al cliente.
- Crecimiento sostenido en los servicios que se brinde, a través de la innovación y presentación gastronómica.
- Satisfacer a los clientes plenamente en la prestación de nuestros servicios.
- Aumentar el número de clientes en un tiempo determinado pensando siempre en dar a conocer nuestra empresa a nivel nacional.

6.5. VALORES

Los siguientes valores son un marco de referencia que respaldan las buenas prácticas éticas y evitar entornos irregulares fuera de la empresa.

6.5.1. Puntualidad

Hacer las cosas a tiempo, en el momento correcto y en el lugar conveniente, para evitar problemas para ser eficiente.

6.5.2. Responsabilidad

Saber reconocer y aceptar cada una de las funciones a su cargo y las consecuencias que se producen por una mala práctica.

6.5.3. Respeto

Brindar un trato justo y amable principalmente a los clientes, talento humano, proveedores, utilizando un vocabulario adecuado.

6.5.4. Honestidad

Con los clientes ofrecerles servicios que están disponibles y en condiciones de cumplir. Mantenerse dentro de la verdad, con honradez, responsabilidad y transparencia total; y mantener la honestidad dentro de la empresa entre compañeros.

6.5.5. Calidad humana

Compromiso personal para ser mejores cada día, relaciones comerciales cordiales y amistosas.

6.5.6. Compañerismo

Apoyo mutuo entre compañeros en todos los momentos, especialmente en situaciones difíciles.

6.5.7. Ética

Actuar conforme a las normas morales que rigen a la conducta humana.

6.6. PRINCIPIOS

6.6.1. Trabajo en Equipo

Formar grupos de trabajo para resolver problemas y obtener un mejor desempeño.

6.6.2. Servicio de excelencia

Responder de manera oportuna a las necesidades de los clientes internos y externos, satisfaciendo al máximo en nuestros servicios y propiciando una relación continua y duradera.

6.6.3. Credibilidad

Responder siempre a las necesidades de los clientes con la integridad, cumpliendo con las promesas y exigencias de usuarios internos y externos generando lealtad hacia la empresa.

6.6.4. Responsabilidad Social

Relacionar las operaciones y políticas de la empresa con las leyes y reglamentos de prevención de problemas sociales, de esta forma se crea una imagen pública favorable.

6.6.5. Compromiso

Con el cliente ya que él es muy importante para el funcionamiento de la empresa. Con los colaboradores proporcionándoles las herramientas y

materiales de trabajo adecuado y necesario para el cumplimiento de sus funciones.

6.6.6. Comunicación

Mantener una buena comunicación ayuda a desarrollar el desempeño de las actividades y mejora las relaciones con los clientes internos y externos.

6.6.7. Buen ambiente organizacional

La empresa considera a sus colaboradores como principal recursos y como tal se le ofrecerá un ambiente organizacional, en el cual tendrá remuneraciones justas y acorde con su desempeño, seguridad, comunicación amplia y oportuna, estabilidad laboral, confianza y solidaridad.

6.6.8. Mejoramiento continuo

La empresa buscará un mejoramiento continuo, basándose en la calidad del servicio y de los resultados finales que busque el cliente.

6.7. POLÍTICAS

- Tratará con amabilidad y cortesía a cada uno de los clientes sin ninguna discriminación por su condición económica, étnica o religiosa; tomando en cuenta sus reclamos y solicitudes para que sean atendidos prontamente.
- Mantendrá constantemente en capacitación al personal que trabaja en la empresa.
- Se debe planificar las actividades y programas a fin de mantener un control en cada una de ellas, además de evaluar siempre el desarrollo de la empresa y como se va consiguiendo los objetivos planteados.

- Tanto los ingresos como los gastos de la microempresa deberán ser sustentados mediante documentos que respalden éstas transacciones.
- Mantendrá aspectos de seguridad en beneficio de los clientes y de la actividad.
- Las actividades que realicen los miembros de la microempresa deben estar basadas y establecidas en el manual de funciones.

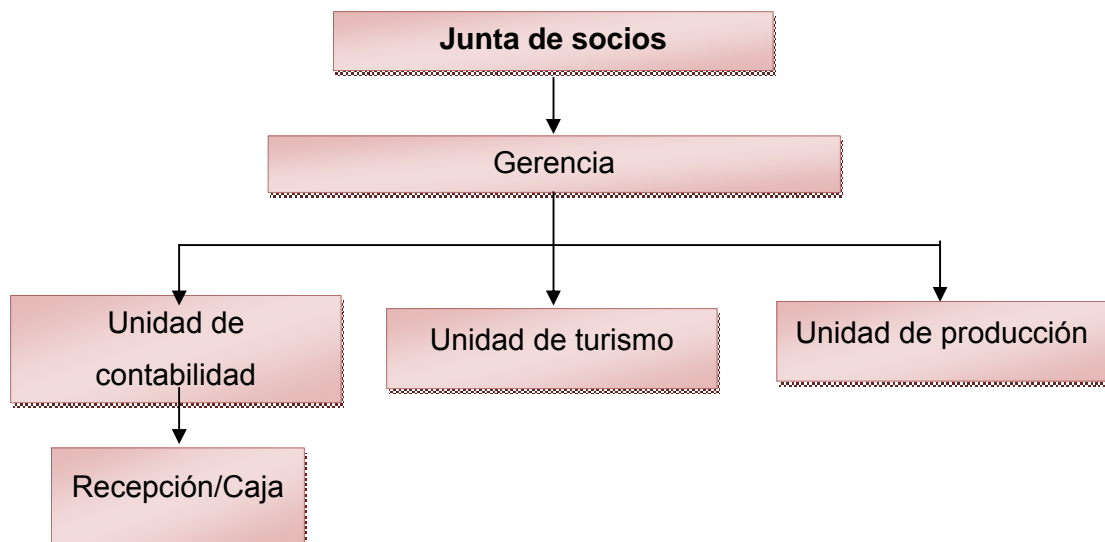
6.8. ESTRUCTURA ORGÁNICA

Para poder desarrollar las actividades de la empresa es importante disponer de una estructura organizacional que especifique que tipo de factores precisa y como se combinan.

Para definir y representar la estructura orgánica se utiliza el organigrama funcional, el que permite organizar el talento humano de forma eficiente, fácil de manejarlo y comprenderlo.

De acuerdo a su tamaño, tipo y actividad económica, se plantea el siguiente organigrama:

Gráfico 25. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

6.9. ESTRUCTURA FUNCIONAL

Niveles administrativos

Los niveles administrativos del centro turístico son:

- **Nivel Directivo**

El nivel directivo está conformado por la junta de socios, los cuales están encargados de controlar, coordinar, dirigir las actividades de la empresa y formular estrategias para que la empresa salga adelante, mejorando cada vez más el trabajo que realiza al brindar el servicio.

- **Nivel Ejecutivo**

El nivel ejecutivo está integrado por la gerencia, quien es responsable de planear, organizar, dirigir y controlar cada una de las actividades y políticas de la empresa.

- **Nivel Administrativo**

El nivel administrativo está compuesto de la unidad de contabilidad que corresponde al contador, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la empresa.

- **Nivel Operativo**

Lo integran todo el personal encargado del restaurante y son quienes comparten una relación directa en la prestación del servicio con el cliente, e indirectamente el encargado del mantenimiento y limpieza del centro, además serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la empresa.

Al igual que el guía de turismo que se encargará directamente a prestar el servicio de excursión.

6.10. DESCRIPCIÓN DE PERFILES Y FUNCIONES DEL PERSONAL

6.10.1. Junta de Socios

La Junta General de socios es la encargada de tomar las decisiones de mayor importancia para la empresa, en consenso, con la opinión de todos los socios y llegando al acuerdo más conveniente, sus principales funciones son: nombrar o remover al Gerente y Directivos, determinar lineamientos generales para la empresa, aprobar Estados Financieros.

6.10.2. Gerencia

Cuadro 106. FUNCIONES GERENTE

Descripción del puesto	
Nombre del Puesto: Gerencia	Cargo: Gerente
Jefe inmediato: Junta de socios	Ubicación jerárquica: Ejecutivo
OBJETIVO: Cumplir y hacer cumplir las disposiciones y reglamentos internos y normatividad externa vigentes aplicable al centro, a fin de lograr los objetivos y metas trazadas, mediante la toma de decisiones procurando la optimización de los recursos económicos, financieros y humanos.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Ser el representante legal de la microempresa y por lo tanto ejercerá su personería judicial y extrajudicial cuando sea necesario.• Contribuir a que la microempresa sea eficiente y competitiva, mediante la correcta administración de los recursos humanos, materiales y financieros.• Preparar planes, programas, proyectos y realizar el presupuesto anual.• Dirigir y controlar la ejecución de los planes, programas y proyectos aprobados de acuerdo a la ley.• Cumplir y hacer cumplir los procedimientos de reclutamiento, selección, capacitación del personal de la microempresa.• Programar cursos de capacitación y adiestramiento del personal, tendientes a mejorar destrezas, habilidades y aptitudes de los empleados.• Establecer paquetes promocionales, de acuerdo a la temporada y fijar descuentos según el monto del servicio o el cliente.	
PERFIL DEL CARGO: Título de tercer nivel en administración de empresas o afines. Experiencia tres años. Dominio del idioma inglés.	
COMPETENCIAS: Conocimientos sobre normativa legal. Persona con liderazgo. Habilidad para tomar decisiones. Trabajo en equipo.	

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

6.10.3. Unidad de contabilidad

Cuadro 107. FUNCIONES CONTADOR

Descripción del puesto	
Nombre del Puesto: Contador	Cargo: Contador
Jefe inmediato: Gerente	Ubicación jerárquica: Administrativo
OBJETIVO: Planificar, dirigir, supervisar, coordinar, ejecutar, controlar, las actividades financieras y contables de la empresa.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Mantener actualizado el sistema de control interno.• Implementar y mantener actualizado el sistema de contabilidad de acuerdo a las necesidades de la empresa.• Planificar, dirigir, coordinar y supervisar la ejecución de las actividades de la unidad.• Codificación, jornalización y mayorización de las transacciones contables.• Elaboración de roles de pago.• Elaboración de planillas de empleados y el pago de aportes patronales del IESS y pagos de impuestos.• Constatación física de inventarios, activos fijos.• Presentar oportuna y permanentemente de reportes e informes financieros para la gerencia.	
PERFIL DEL CARGO: Título de tercer nivel. Ingeniero en contabilidad y auditoría CPA. Experiencia tres años.	
COMPETENCIAS: Conocimientos sobre normativa legal Habilidad para tomar decisiones. Trabajo en equipo.	

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

6.10.4. Recepción/Caja

Cuadro 108. FUNCIONES RECEPCIONISTA-CAJERA

Descripción del puesto	
Nombre del Puesto: Recepción/Caja	Cargo: Recepcionista – Cajera
Jefe inmediato: Gerente	Ubicación jerárquica: Administrativo
OBJETIVO: Satisfacer de manera eficaz las necesidades de información que el cliente requiere para utilizar los servicios del centro, brindando una buena atención en cumplimiento de las normas y reglamentos.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Registrar el ingreso de quienes utilicen la cancha deportiva, área recreativa infantil o espacios verdes.• Entregar y recibir verificando las condiciones de entrega de los balones de básquet, indorfútbol o vóley.• Recibir los pedidos en el restaurante.• Cobrar por los servicios entregados, tanto del restaurante, como de la utilización de cancha, área verde, área recreativa infantil y de productos del almacén de artesanías cuando sea necesario.• Realizar la contabilidad de los clientes y otros consumos que realicen.• Ayudar en el buen funcionamiento del centro.• Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia le asigne el gerente.	
PERFIL DEL CARGO: Nivel de instrucción: Contador bachiller o de preferencia estar cursando o haber estudiado al menos un año de educación superior en administración de empresas, contabilidad o carreras afines. Conocimientos del idioma inglés. Tiempo de experiencia previa requerida: dos años en área de recepción.	
COMPETENCIAS: Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión, negociación. Capacidad de trabajo en equipo, relacionarse con los clientes y resolver problemas. Discreción y honestidad comprobadas. Procedimientos básicos de telefonía.	

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

6.10.5. Unidad de Turismo

Cuadro 109. FUNCIONES GUÍA EN TURISMO

Descripción del puesto	
Nombre del Puesto: Guía en Turismo	Cargo: Guía en Turismo
Jefe inmediato: Gerente	Ubicación jerárquica: Operativo
<p>OBJETIVO: Orientar, acompañar y transmitir información a personas o grupos, durante el trayecto de la excursión, adoptando todas las atribuciones de la naturaleza técnica y administrativa necesarias para la fiel ejecución del programa, lo que comprende recibir y trasladar al turista.</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizar el trabajo. • Brindar información al turista de las actividades y programas a realizarse. • Diseñar rutas atractivas de excursión en función de los requerimientos. • Preparar y dar las recomendaciones al turista en las actividades programadas. • Mantener al turista motivado e interesado en la programación. • Mantener el liderazgo y la unidad del grupo. • Verificar la cantidad de participantes permanentemente. • Velar por la limpieza y la integridad del ambiente. • Actuar en emergencias. 	
<p>PERFIL DEL CARGO: Título superior en Turismo o afines Experiencia tres años. Dominio del idioma inglés. Experiencia en manejo de grupos</p>	
<p>COMPETENCIAS: Conocimientos sobre aspectos históricos, geográficos y naturales del sector. Facilidad de comunicarse y/o interrelacionarse con personas de otras culturas. Preparación física para caminatas largas y capacidad para transportar peso. Capacidad para dar solución a problemas. Organizado, proactivo y dinámico.</p>	

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

6.10.6. Jefe de cocina

Cuadro 110. FUNCIONES JEFE DE COCINA

Descripción del puesto	
Nombre del Puesto: Jefe de cocina	Cargo: Jefe de cocina
Jefe inmediato: Gerente	Ubicación jerárquica: Operativo
OBJETIVO: Planificar y coordinar todas las actividades de producción de la empresa.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Coordinar con el gerente lo necesario para la producción de servicios.• Formular, junto con el gerente, las políticas, normas y procedimientos administrativos, relacionados con las compras y almacenaje.• Supervisar y controlar las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios.• Recibir, contar o pesar dependiendo de la unidad de compra y verificar la calidad del artículo recibido.• Una vez verificada la cantidad, calidad y precios; firmar la factura de compra y enviar al contador para el pago respectivo o registro de crédito correspondiente.• Elaborar menú o carta.• Desarrollar platos especiales de acuerdo a la gastronomía de la parroquia.• Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia le asigne el gerente.	
PERFIL DEL CARGO: Título de Chef o afines, de preferencia con conocimientos de la gastronomía de la parroquia. Experiencia mínima tres años.	
COMPETENCIAS: Recetas básicas de la cocina nacional e internacional. Técnicas de preparación de cocción, disposición, montaje y presentación de platos, técnicas de servicio. Manejo de equipos de cocina. Vocación de servicio.	

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

6.10.7. Auxiliar de cocina

Cuadro 111. FUNCIONES COCINERO

Descripción del puesto	
Nombre del Puesto: Auxiliar de cocina	Cargo: Cocinero
Jefe inmediato: Jefe de cocina	Ubicación jerárquica: Operativo
OBJETIVO: Preparar los alimentos, teniendo un sentido exacto de las proporciones.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Ayuda en la preparación del menú del día.• Preparar salsas, ensaladas, frituras y demás actividades que le asigne el jefe de cocina.• Preparar las órdenes pequeñas como desayunos, jugos, etc.• En caso de reservación del salón ayudar en el banquete y a montar la mantelería, vajilla, cubiertos y demás detalles del plano de piso.• Mantener el aseo del área y utensilios de cocina.• Otras funciones que la administración le asigne dentro del ámbito de su competencia.	
PERFIL DEL CARGO: Bachiller y haber realizado cursos de cocina. Experiencia mínima dos años.	
COMPETENCIAS: Recetas básicas de cocina. Técnicas de preparación de cocción, disposición, montaje y presentación de platos, técnicas de servicio. Manejo de equipos de cocina. Capacidad de trabajo en equipo.	

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

6.10.8. Salonero

Cuadro 112. FUNCIONES SALONERO

Descripción del puesto	
Nombre del Puesto: Salonero	Cargo: Salonero
Jefe inmediato: Jefe de cocina	Ubicación jerárquica: Operativo
OBJETIVO: Servir los alimentos al cliente del restaurante, procurando convertirse en uno de los mejores vendedores del centro por su trato directo al público.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Recibir al cliente en el restaurante y conducirlo hasta la mesa.• Presentar el menú o carta, aconsejar y orientar al cliente en la elección e incentivar el consumo.• Tomar la orden y explicar el tiempo que debe esperar hasta que esté listo.• Servir según las políticas de servicio establecidas.• Presentar el detalle del pedido de la mesa a recepción para la respectiva facturación.• Presentar la factura al cliente y esperar que realice el pago correspondiente para luego llevar a recepción y solicitar el sello de cancelado en la factura, que debe entregar al cliente.• Verificar que sus uniformes como la ropa de mesa, los cubiertos y vajillas se encuentren limpios y en buen estado.• En caso de reservación del comedor ayudar a montar la mantelería, vajilla, cubiertos, y demás detalles del plano de piso de acuerdo a la forma en que el cliente lo ha contratado.	
PERFIL DEL CARGO: Bachiller Experiencia mínima un año en cargos similares.	
COMPETENCIAS: Dominio en el área de servicio a la mesa. Facilidad para relacionarse, dinámico, proactivo, trabajo bajo presión. Utilización de equipos, computadora, calculadora. Interpretación del lenguaje corporal, en particular gestual.	

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

6.10.9. Mantenimiento y Limpieza

Cuadro 113. FUNCIONES AUXILIAR DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

Descripción del puesto	
Nombre del Puesto: Mantenimiento y Limpieza	Cargo: Auxiliar de mantenimiento y limpieza
Jefe inmediato: Gerente	Ubicación jerárquica: Operativo
OBJETIVO: Mantener las instalaciones libres de posibles focos de contaminación para disponer de un área limpia, saludable y segura.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Establecer programas de aseo para que en todo momento exista las condiciones higiénicas adecuadas y prevenir condiciones de insalubridad que pueden ser agresivas o afecten a los clientes y al personal que labora.• Tratamiento adecuado de la basura.• Dar mantenimiento a los espacios verdes y al área recreativa infantil.• Mantener el buen estado de los equipos y el cuidado de las herramientas a su cargo.• Realizar el inventario de las herramientas recibidas por lo menos una vez al mes.• Reporte mensual de trabajos ejecutados en forma preventiva en las instalaciones y espacios verdes.• Notificar cualquier anomalía que se presente inmediatamente.• Sugerir alternativas de solución a problemas que puedan presentarse o alternativas de mejor estética.• Otras funciones que la administración le asigne dentro del ámbito de su competencia.	
PERFIL DEL CARGO: Bachiller Experiencia mínima un año en cargos similares.	
COMPETENCIAS: Utilización de maquinaria Trabajo bajo presión.	

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

6.11. MARCO LEGAL

Para que sea una empresa legalmente constituida, es necesario seguir los pasos desde la construcción de la empresa; esto es, pago al municipio por línea de fábrica, elaboración de planos y demás documentos necesarios.

Una vez construida es necesaria la constitución legal para ello se requiere seguir los siguientes pasos:

- **Reservar el nombre para la sociedad**

Este trámite ayudará a revisar si todavía no existe una compañía con el mismo nombre. El trámite se lo realiza en la Superintendencia de Compañías en el balcón de servicios o vía web desde la página <https://www.supercias.gob.ec>

- **Apertura de cuenta de integración de capital**

Este trámite se lo realiza en cualquier banco del país, con un capital mínimo es USD 800 para constituir una compañía anónima y USD 400 para una compañía limitada; en este caso como es una compañía limitada; carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno, copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.

- **Elaboración de los estatutos o contrato social**

Es decir, elaborar una minuta firmada por un abogado, donde se detalla el capital social, los nombres de los socios y demás requisitos que se requiere para este efecto.

- **Registrar en notaría pública**

Luego de elaborar la minuta se debe elevar a escritura pública, para que se legalice la creación de la compañía de responsabilidad limitada, donde debe estar presente la firma de un notario público y el detalle del capital social pagado.

- **Publicación en el diario**

Después de que se ha obtenido la aprobación de la Superintendencia, dicha institución entrega cuatro copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

- **Pago patente municipal**

Se debe realizar el pago de la patente municipal del “1.5×1000” (uno punto cinco por mil) y obtener el certificado de cumplimiento de obligaciones emitido por el Municipio.

El trámite inicia con la compra de la solicitud de patente (especie valorada en 20 centavos), donde deberá llenar los siguientes datos:

- Nombres completos
- Razón Social
- Representante legal
- Número de cédula
- Dirección donde va a ejercer la actividad económica
- Clave Catastral (es un dato importante respecto del predio donde se va a ejercer la actividad)
- Número telefónico
- Actividad económica principal con la que se inscribe la patente

Además se debe adjuntar una copia de la cédula y papeleta de votación de la persona que va a realizar la actividad económica. Constitución de la empresa o acuerdo ministerial para personas jurídicas que también deberán acompañar una copia de cédula, papeleta de votación y nombramiento del representante legal.

- **Registro mercantil**

Cuando ya se cuente con todos los documentos antes descritos, se debe ir al Registro Mercantil del cantón a fin de inscribir la sociedad que en este caso es compañía de responsabilidad limitada.

- Afiliación a la cámara de turismo

Para poder operar en el área turística en el Ecuador se necesita estar afiliado a la cámara de turismo.

- Registro de operación turística

Para poder operar en el Ecuador se necesita estar registrado en el ministerio de turismo (MINTUR) y obtener la licencia de funcionamiento.

- **Obtener RUC**

Se debe ir a las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI) para sacar el Registro Único de Contribuyentes (RUC), con los siguientes requisitos:

- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Formulario correspondiente debidamente lleno
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios y de ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.

Para finalizar el proceso con el RUC, se debe acudir a la Superintendencia de Compañías para que les entreguen una carta dirigida al Banco en el que se abrió la cuenta de integración de capital; desde ese momento se dispondrá del valor depositado en el banco.

- **Pago a bomberos**

El pago a bomberos se debe realizar una vez al año.

Además ya constituida la empresa se debe manejar las siguientes leyes, para la buena marcha de la microempresa:

- Ley de Régimen Tributario Interno
- Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF'S)
- Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA)
- Normas de Calidad
- Estatutos de Constitución de la Empresa

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. DESCRIPCIÓN

Los impactos son efectos que se previenen por la aplicación de los proyectos. La determinación de los impactos es de gran trascendencia debido a que es indispensable realizar un análisis exacto de los mismos y los efectos que la realización del proyecto tendrá sobre el medio que lo rodea.

Por tal razón la investigación realizada se sustenta con un análisis técnico de los impactos. Para el presente análisis, se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla y tiene una particular estructura. Para tal efecto, se determinan varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente.

La evaluación de impactos se realiza en función de las actividades ejecutadas y de los resultados previstos con el proyecto de creación del centro turístico recreativo y gastronómico “Delicentro recreativo San Isidro.”

Los posibles impactos que se espera de la implantación del proyecto son: económico, sociocultural, empresarial y ambiental para lo cual se hace uso de una matriz de impactos, que tiene una valoración cuantitativa que va desde -3 a 3 de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro 114. MATRIZ DE IMPACTOS

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No existe impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Se construye para cada una de las áreas una matriz en la que horizontalmente se ubica los niveles de impacto establecido, mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que permitirá tener información específica y puntual del área analizada.

A cada indicador, se asigna un nivel de impacto, positivo o negativo, a continuación se encuentra la sumatoria de los niveles de impacto, la misma que será dividida para el número de indicadores establecidos en cada área, obteniéndose de esta manera matemáticamente el nivel de impacto del área de estudio.

Bajo cada matriz de área se realiza un breve análisis, en el que se selecciona y argumenta las razones, motivos, circunstancias que conllevaron a asignar el nivel de impacto al indicador de la matriz.

7.2. IMPACTOS ECONÓMICOS

Cuadro 115. MATRIZ DE IMPACTOS ECONÓMICOS

Nivel de impacto Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3
Estabilidad laboral							X
Nivel de ingresos						x	
Estabilidad económica de accionistas						x	
Incremento de la demanda							X
Generación de empleo							x
TOTAL						6	9

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

Para realizar su cálculo utilizaremos una fórmula, la misma que nos proporcionará el índice que corresponde a cada impacto.

$$\text{Nivel de impactos} = \frac{\sum \text{de Impactos}}{\text{Número de impactos}}$$

$$\text{Nivel de impactos} = \frac{15}{5}$$

$$\text{Nivel de impactos} = 3 \text{ Impacto alto positivo}$$

Análisis

Con la creación de esta microempresa de turismo recreativo y gastronómico se pretende en primer lugar incentivar la inversión local, reactivar la economía del sector mediante la prestación de servicios de calidad y de esta manera brindar la estabilidad laboral a todos los trabajadores.

Los inversionistas tendrán muy en cuenta el beneficio que ocasionará el capital invertido en este tipo de actividades ya que se obtiene ingresos y utilidades a lo largo de la vida útil del proyecto y además ingresos para quienes trabajen en el centro y los proveedores de la materia prima, lo que permite tener un bienestar económico y familiar, de la misma manera que generará un efecto multiplicador hacia las demás actividades económicas, agrícolas, industriales y de servicios.

Se espera lograr con la implantación de las estrategias sugeridas, la estabilidad económica de los accionistas y poder seguir invirtiendo para su ampliación si lo requiere a futuro.

Del mismo modo se espera brindar una nueva alternativa, haciendo que por medio de este servicio se fortalezcan sectores como artesanías, turismo, comercio y en general.

Una inversión de estas características permite crear fuentes de trabajo, lo que da lugar a que los que están involucrados en este proyecto sean los beneficiarios en mejorar sus ingresos, mejorar el consumo y mejorar la economía del sector. Conjuntamente permitirá que los beneficiarios a este proyecto tengan una mayor capacidad de consumo, es decir, que se incrementaría la demanda de productos por tanto deberá incrementarse necesariamente la producción, esto permitiría el crecimiento económico del sector.

7.3. IMPACTO SOCIOCULTURAL

Cuadro 116. MATRIZ DE IMPACTO SOCIOCULTURAL

Nivel de impacto Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejoramiento de calidad de vida						x	
Relaciones interpersonales							x
Bienestar comunitario						x	
Integración del sector empresarial							x
Mejoramiento del servicio al consumidor						x	
TOTAL						6	6

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

$$Nivel\ de\ impactos = \frac{\sum de\ Impactos}{Número\ de\ impactos}$$

$$Nivel\ de\ impactos = \frac{12}{5}$$

Nivel de impactos = 2,4 Impacto medio positivo

Análisis

En el aspecto de carácter social será que los habitantes de la parroquia San Isidro, mejorarán su calidad de vida, ya que toda la población se relaciona directa e indirectamente con el proyecto, en calidad de inversionistas, proveedores, personal de la nueva empresa y clientes.

Por otra parte ayuda también a mejorar las relaciones interpersonales, con todo el entorno en que pudieran actuar.

El bienestar comunitario surge debido a que el centro es un intermediario que permite la integración tanto familiar como de la sociedad, además cubre la necesidad de recreación y se sienten identificados por la gastronomía.

Integración empresa y sociedad se desarrollará con la ejecución del proyecto, puesto que se consolidarán convenios con pequeños negocios ya que para brindar un mejor servicio a propios y turistas es necesario complementarlo con la oferta de variedad de servicios.

La atención al cliente siempre será fundamental en la vida de cualquier empresa que venda bienes y servicios de cualquier índole, porque ésta función hace la diferencia entre la competencia. El cliente siempre va a realizar comparaciones entre una u otra empresa, por eso es importante mejorar continuamente los procesos para obtener un mejor producto y un servicio de calidad, que permita la satisfacción de quienes consuman; quienes a futuro se convertirán en clientes potenciales por toda la vida, al mismo tiempo que difundirá externamente la calidad del producto, hacia otros consumidores.

7.4. IMPACTO EMPRESARIAL

Cuadro 117. MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

Nivel de impacto Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3
Vinculación de socios							X
Estrategias de mercado						x	
Competencia					X		
Satisfacción de necesidades						x	
Creación de valor a la empresa							x
Enfoque al cliente							x
Mejora continua de procesos							x
Participación del personal						x	
Cumplimiento de leyes							x
TOTAL					1	6	15

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

$$Nivel\ de\ impactos = \frac{\sum de\ Impactos}{Número\ de\ impactos}$$

$$Nivel\ de\ impactos = \frac{22}{9}$$

$$Nivel\ de\ impactos = 2,44\ Impacto\ medio\ positivo$$

Análisis

Este impacto es uno de los principales que se requiere implementar en los grupos sociales rurales, ya que personas como productores y especialmente las artesanas tengan un cambio de actitud frente a la forma de trabajo y a la forma de comercializar su producto; motiva sobre manera a sentirse parte integrante de una organización económica, como es la microempresa, ya que su incorporación se lo hace como socios y en

éste proceso se genera una autoevaluación de su esfuerzo tanto productivo como de su integración de una organización socio económica, que además de permitirle un ingreso económico puede ser integrante de nuevas estructuras societarias.

La gerencia es de vital importancia ya que se toman decisiones importantes, al mismo tiempo que permite elaborar estrategias de mercado, para atraer clientes; fortalecer convenios interinstitucionales que permitan intercambiar ideas y en base al apoyo mutuo fomentar un modelo de desarrollo sostenible y sustentable que sea un ejemplo para el sector empresarial y turístico.

Los colaboradores del centro se comprometen a brindar un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de los usuarios, por lo que se convierte en un factor positivo para el desarrollo y prestigio del centro, reconocer y enfrentar a la competencia a través de la mejora continua.

Es sustancial crear valor a la empresa para obtener buenos resultados en el tiempo por lo que el proyecto trabajará en aquello.

El proyecto tendrá un enfoque al cliente, lo realizará para crear servicios turísticos recreativos y gastronómicos que el cliente los necesite en el transcurso de vida de la empresa.

Cada servicio tiene su respectivo proceso pero es necesario mejorarlo continuamente para mantener y fidelizar al cliente y atraer a nuevos usuarios.

El proyecto buscará la participación de todo el talento humano en las decisiones importantes esto ayudará para que se sientan motivados y puedan empoderarse del mismo.

La presente investigación indica que el debido cumplimiento de las normas y leyes tributarias, laborales, entre otras da como resultado el buen funcionamiento de una empresa sin complicaciones ni sanciones.

7.5. IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro 118. MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Contaminación del medio ambiente.		x					
Manejo de normas ambientales.					x		
Reciclaje de basura.					x		
Mejoramiento de la cultura de protección ambiental.					x		
TOTAL		-2			3		

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

$$Nivel\ de\ impactos = \frac{\sum de\ Impactos}{Número\ de\ impactos}$$

$$Nivel\ de\ impactos = \frac{1}{4}$$

Nivel de impactos = 0,25 Impacto bajo positivo

Análisis

El puntaje a pesar de ser bajo se encuentra en el nivel positivo, puesto que se toma en cuenta las medidas de prevención para no causar demasiada contaminación, evitando así efectos secundarios dentro y fuera del centro, esto permitirá que sus clientes le reconozcan como una empresa comprometida con el medio ambiente.

El proyecto toma en cuenta la aplicación de normas ambientales y manejo de desechos que la gastronomía en esta área demanda. A más de establecer normas de manufactura de alimentos, con la finalidad de obtener materias primas e insumos de primera calidad, es por eso que se

darán preferencia aquellos proveedores que aplican normas orgánicas en la producción de los alimentos, que garantizan la salud del cliente y la preservación de salud de los colaboradores.

La microempresa reciclará en lo posible todos los desechos producidos por la actividad empresarial.

Se buscará mejorar la cultura de protección ambiental en la parroquia involucrando a toda la comunidad ya que esto crea una buena imagen del lugar.

7.6. IMPACTO GENERAL

Los impactos analizados en el proyecto se reúnen en una sola matriz general, permitiendo conocer los efectos secundarios que generan cada uno de ellos. A continuación está la matriz de impactos generales.

Cuadro 119. MATRIZ DE IMPACTOS GENERALES

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Económico							x
Sociocultural						x	
Empresarial						x	
Ambiental					x		
TOTAL					1	4	3

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

$$Nivel\ de\ impactos = \frac{\sum de\ Impactos}{Número\ de\ impactos}$$

$$Nivel\ de\ impactos = \frac{8}{4}$$

$$Nivel\ de\ impactos = 2 \text{ Impacto medio positivo}$$

Análisis

Por todo lo indicado en lo referente a los impactos que tendrá el proyecto y valorado en 2 como promedio en la matriz general; el estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico recreativo y gastronómico, tendrá un impacto positivo medio, por lo que es favorable la puesta en marcha de la propuesta; lo que quiere decir que la implantación del proyecto va a atraer beneficios positivos mejorando la economía del sector y brindando servicios de calidad a sus clientes.

De acuerdo a los parámetros del estudio se puede decir que el impacto económico, pese a los riesgos que pueden existir al implementar un proyecto de esta naturaleza, por una posible no aceptación de los demandantes, como también por los niveles de oferta, genera un impacto alto positivo.

El proyecto genera cambios sociales ya que crean nuevas fuentes de empleo, lo que permite generación de nuevos ingresos, que se verán traducidos en un incremento del bienestar de las familias y la sociedad en general. Al mismo tiempo contribuirá con el fortalecimiento de la cultura.

De igual forma se pretende concientizar a los usuarios, talento humano de la microempresa y a la ciudadanía en el manejo adecuado de los recursos naturales y en general del medio ambiente, por ello su impacto es positivo.

CONCLUSIONES

- Luego del estudio realizado se determinó que el proyecto es viable ya que en la parroquia existe diversidad de atractivos naturales, culturales, flora, fauna, vías de acceso en buenas condiciones, servicios básicos, entre otros; que permiten llevar a cabo este tipo de proyectos, generar rentabilidad y beneficiar a su población.
- Mediante la aplicación de la encuesta a la población económicamente activa de las parroquias El Ángel y San Isidro, se pudo deducir que el servicio a ofertar tendrá gran aceptación en el mercado, por tanto existe demanda.
- Al analizar la oferta se encontró que la competencia actual dentro de la parroquia está dada por un solo lugar recreativo y que además no cumple con todas las exigencias de los turistas.
- Con la relación de oferta y demanda se obtuvo la demanda a satisfacer futura tanto del servicio turístico, recreativo como del gastronómico.
- Como resultado del estudio técnico se llegó a determinar el lugar más adecuado para la ubicación del proyecto analizando variables como disponibilidad de terreno, servicios básicos y vías de acceso. De igual forma se pudo establecer la infraestructura en edificaciones necesarias, área deportiva, recreativa y complementos de ingeniería civil que el proyecto requiere de acuerdo a los productos y servicios que éste ofrece, a más de equipos, maquinaria y mano de obra requeridos para la operación del proyecto.
- Debido a que es un proyecto que requiere una gran inversión en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, es necesario cubrir una

parte con capital propio y otra con financiamiento, inversión que será recuperada en un período determinado.

- En cuanto a la organización se propone ser una compañía de responsabilidad limitada denominada “DELICENTRO RECREATIVO”, formada de acuerdo a leyes, reglas y normas vigentes que permitan que sea administrada eficientemente para cumplir con la visión y objetivos propuestos.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implantación del proyecto del centro turístico recreativo y gastronómico en la parroquia de San Isidro, ya que existen factores favorables que determinan su factibilidad y rentabilidad. Y que será útil para la integración familiar, para que exista una buena comunicación con autoridades, con el fin de buscar la organización, el desarrollo armónico y equitativo de la parroquia.
- Es importante aprovechar al máximo el interés de la población por adquirir el servicio propuesto ofreciendo calidad, variedad y a precios cómodos y accesibles.
- Al existir poca oferta se debe tomar como una ventaja para mejorar los servicios pero a la vez diferenciarlos de los existentes, con el fin de atraer a clientes y mantenerlos.
- Se debe aprovechar al máximo la demanda a satisfacer del servicio, mediante estrategias de marketing. Una buena estrategia que además es gratuita y sin costo financiero será utilizar publicidad y promoción basada en resultados; es decir, de las buenas experiencias de los clientes, es allí donde resulta importante brindar un excelente servicio.
- Para poner en marcha el proyecto planteado y que se obtenga los resultados esperados es necesario basarse en los procesos y procedimientos de los servicios y productos ya definidos, en la infraestructura propiamente diseñada para brindar una buena atención a los clientes.
- Se recomienda a los inversionistas cubrir el total de la inversión para contar con suficiente liquidez y solvencia con el fin de desarrollar normalmente las operaciones. Por otra parte, la actividad productiva

propuesta garantiza un significativo flujo de ingresos y utilidades, por lo cual se recomienda reinvertir las utilidades generadas para el desarrollo y ampliación futura del proyecto.

- Se debe controlar los procesos de organización y administración, mediante la aplicación de técnicas, procedimientos y estrategias administrativas, para que los recursos materiales, humanos, financieros y tecnológicos sean manejados de forma eficiente y eficaz, en beneficio de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Ander, E. (2008). *Léxico de animador sociocultural*. Argentina: Brujas.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mexico: McGraw-Hill.
- Bravo, M., & Ubidia, C. (2009). *Contabilidad de costos* (2a. ed.). Quito: Nuevodia.
- Cabarcos, N. (2010). *Promoción y venta de servicios turísticos: Comercialización de servicios turísticos*. España: Ideaspropias.
- Casanova, G. (2011). *Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011-2031 de la parroquia San Isidro*. San Isidro.
- Córdova, M. (2011). *Formulación y Evaluación de proyectos* (2a. ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Enrique, A., Madodeño, G., Morales, F., & Soler, P. (2009). *La planificación de comunicación empresarial*. España: Materials.
- García, L., Ruíz, M., & García, M. (2009). *Claves para la educación: Actores, agentes y escenarios en la sociedad actual*. España: Narcea S.A.
- Garfias, O. (2012). *La epidemiología aplicada a la medicina del Trabajo*. México: Palibro.
- Garza, G. (2008). *Macroeconomía del sector servicios en la ciudad de México* (1a. ed.). México: Gráficas.
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2014). *Contabilidad Financiera* (6a. ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana.

- Koontz, H., & Weihrich. (2013). *Elementos de administración: Un enfoque internacional de innovación* (8a. ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Krugman, P., Olney, M., & Wells, R. (2008). *Fundamentos de la economía*. Barcelona: Reverté.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing* (11a. ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.
- Llamas, C. (2009). *Marketing y gestión de la calidad Turística*. Madrid: Liber Factory.
- Mankiw, G. (2009). *Principios de economía* (5a ed.). México: Cengage Editores.
- Martínez, J. (2011). *Gastronomía y Nutrición*. Madrid: Editorial Síntesis S.A.
- McDaniel, C., & Gates, R. (2011). *Investigación de mercados* (8a. ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.
- Ochoa, M. (2009). *Ciudad, vegetación e impacto climático* (1a. ed.). España: Erasmus Ediciones.
- Ortega, A. (2010). *Proyectos de inversión* (primera edición ed.). Mexico: Continental.
- Pearce, D. (2008). *Diccionario Akal de Economía Moderna*. Madrid, España: Ediciones Akal.
- Prieto, J. (2009). *Investigación de mercados*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Rivera, J., & Garcillán, M. (2012). *Dirección de Marketing: Fundamentos y aplicaciones* (3a. ed.). Madrid, España: Alfaomega.

Rodríguez, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas* (6a. ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.

Rojas, S. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. México: McGraw-Hill/Interamericana.

Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión: Formulación y Evaluación* (2a. ed.). Santiago de Chile: Pearson Educación.

Warren, C., Reeve, J., & Duchac, J. (2009). *Contabilidad financiera* (11a ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.

LINKOGRAFÍA

Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME). Cantón Espejo.
Obtenido de: <http://www.ame.gob.ec>

Barba, J. (2011). *Tipos de empleo*. Obtenido de
http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/temas/tipos_de_empleo.pdf

Caballero, M., González, I., & C., R. (2011). *Actividades Económicas*.
Obtenido de
<http://actividadeseconomicasgeografia.blogspot.com/p/sector-primario.html>

Centro colaborador de la OMS en Québec. (2009). *Seguridad y Promoción de la seguridad: Aspectos conceptuales y operacionales*.
Obtenido de
http://www.inspq.qc.ca/aspx/en/seguridad_traumatismos.aspx?sortcode=2
.16.17.21

Cherre, C. (2011). *Geografía y ciencias de la Tierra*. Obtenido de
<http://www.monografias.com/trabajos79/geografia-ciencias-tierra/geografia-ciencias-tierra.shtml#ixzz2nEditpyi>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Espejo. Obtenido de:
<http://ime.admr.es>

INEC. (s.f.). *Glosarios de conceptos y definiciones*. Obtenido de
http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=278&Itemid=57&lang=es

Jimenez, C. (2009). *La recreación: Una ciencia en construcción*. Obtenido de
de libros en línea:

https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&ved=0CFMQFjAG&url=http%3A%2F%2Fwww.ludica.com.co%2Fensayos%2FRECREACION%2520-%2520CONCEPTO%2520.doc&ei=jyKzUuLmIYu0kAfdhIHIDA&usg=AFQjCNHJLpc_wuVSwTGdYk0yObagilQ04Q&bvm=bv.58187178

Maldonado, P. (2006). *Demografía/Demography: Conceptos y Técnicas Fundamentales*. Obtenido de Libros en línea: <http://books.google.com.ec/books?id=LGrydfPT2D4C&pg=PA11&dq=definici%C3%B3n+demografia&hl=es-419&sa=X&ei=f7uoUraVI4zpkAf7toDgBQ&ved=0CFoQ6AEwCA#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20demografia&f=false>

Meraz, L. (2013). *Salud Integral, ¿Qué significa?* Obtenido de <http://www2.esmas.com/salud/667825/salud-integral-que-significa/>

Ministerio de Turismo. Obtenido de: www.turismo.gob.ec

Muro, P. (2010). *Innovación en el management desde la necesidad del cliente*. Obtenido de <http://arpcalidad.com/definicion-de-proceso/>

ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo conocer las formas y preferencias de recreación de los habitantes, con el propósito de determinar la factibilidad para la creación de un centro turístico recreativo y gastronómico en la parroquia San Isidro. En tal virtud le agradezco se digne leer detenidamente las preguntas y señale con una X la respuesta correcta.

DATOS TÉCNICOS:

Edad: 15 a 25 () 26 a 35 () 36 a 45 () 46 en adelante ()

Género: M () F ()

Ocupación: _____ **Domicilio:** _____

CUESTIONARIO

1. ¿Le gusta realizar algún tipo de deporte o actividad recreativa?

Si () No ()

2. ¿Qué actividades recreativas realiza con más frecuencia?

Deportivas ()

Excursiones ()

Esparcimiento ()

Otros.....Cuál.....

3. ¿Qué tipo de deporte practica?

Fútbol () Básquet () Vóley ()

Natación () Tenis () Ninguno ()

4. ¿Qué lugares de recreación ha visitado con frecuencia?

Parques () Reservas ecológicas ()

Balnearios () Otros.....Cuál.....

5. ¿Con qué frecuencia visita lugares de recreación?

Días festivos () Trimestral ()

Fin de semana () Semestral ()

Mensual () Anual ()

6. Los lugares que visita los realiza:

Solo () Con familia ()

Con pareja () Con amigos ()

7. Los centros recreativos que ha visitado disponen de:

Restaurante () Estacionamiento ()

Área recreativa infantil () Espacios verdes ()

Área deportiva ()

8. El precio que paga por el ingreso a los establecimientos recreativos que acude son:

De 1 a 5 USD ()

De 6 a 10 USD ()

Más de 10 USD ()

9. El tipo de atención que recibe es:

Excelente () Buena ()

Muy buena () Regular ()

10. ¿De dónde obtiene información sobre sitios turísticos recreativos?

Amigos () Agencias de viajes ()

Familiares () Internet ()

Revistas () Otros.....Cuál.....

Radio ()

11. Al visitar un sitio recreativo. ¿Qué criterio le da mayor importancia?

Seguridad () Cercanía ()

Vías de acceso () Precios ()

Variedad de servicios () Infraestructura ()

12. ¿Conoce usted la gastronomía de la parroquia de San Isidro?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

13. ¿Está de acuerdo a que se promocióne la gastronomía de la parroquia?

Totalmente de acuerdo () En desacuerdo ()

De acuerdo () Totalmente en desacuerdo ()

14. ¿Le gustaría que se cree un centro turístico recreativo y gastronómico en la parroquia San Isidro?

Si () No ()

15. ¿Cuál de los siguientes menús está dispuesto a consumir?

Cuy ()

Caldo de gallina ()

Hornado ()

Fritada ()

Trucha ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

FOTOGRAFÍAS DE PLATOS TÍPICOS

Gráfico 26. CUY



Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Gráfico 27. FRITADA



Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Gráfico 28. CALDO DE GALLINA CRIOLLA Gráfico 29. HORNADO



Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora



Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora

Gráfico 30. TRUCHA



Fuente: Investigación directa
Elaborado: La Autora