



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL

Tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
GRANJA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE,
PROVINCIA DE IMBABURA”

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

AUTORA: Beltrán Vásquez Ana Beatriz

DIRECTOR: Mgs. Myrian Cisneros

2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad de crear una Granja Turística en el Cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura, que preste servicios de alojamiento, alimentación típica, actividades agroturísticas y de recreación, donde el turista pueda disfrutar de la tranquilidad de la naturaleza y conocer las costumbres y tradiciones de la región. El análisis de la investigación realizada se resume en: el diagnóstico aplicado a la situación actual del turismo en el Cantón Antonio siendo este sector el que contribuye a dinamizar la economía, de la misma manera se identificó las situaciones favorables y en menor cantidad las desfavorables, y las oportunidades significativas que contrastan los posibles riesgos de que el proyecto no tenga aceptación. A través del estudio de mercado realizado mediante encuestas, se estableció que existe una demanda insatisfecha considerable que puede ser aprovechada por la Granja Turística existiendo escasa competencia que pueda poner en riesgo el proyecto, posteriormente se estableció el lugar óptimo para implantar esta empresa que tiene la capacidad instalada máxima de 72 paquetes turísticos diarios que se logrará cubrir en el quinto año; seguidamente se realiza el estudio financiero determinado presupuestos de ingresos, inversión, costos y gastos para elaborar los estados financieros proforma, con la finalidad de analizar la evaluación financiera determinándose que la TIR, es de 33.38 % superior a la TRM, que es de 19,13 % , el VAN de \$164.375,05, Costo Beneficio de 1.56 y un punto de equilibrio de \$ 168.878,93 y 6.755 paquetes al año para que los costos y gastos igualen a los ingresos, en cuanto a los impactos es medio positivo porque no pone en peligro ningún aspecto analizado principalmente el impacto ambiental, quedando demostrado en todos sus aspectos y estudios que el proyecto de creación de la Granja Turística es factible ejecutarlo.

ABSTRACT

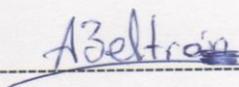
This study has a last finality determine the feasibility to determine creating a Tourism Farm in Antonio Ante countdown, Imbabura province, that give stand set the service of hosting, typical food, agronomic and touristic activities and recreation too, where the tourists can enjoy of the nature quiet and know the customs and traditions of the region. The investigation analysis that was made, is summarize in the applied diagnostic of the actual situation of Antonio Ante tourism, being this sector, who contributed to push the economy, at same way was identified the favorable situations and in less quantity the unfavorable things, and the meaningful opportunities that contrast the possible risks that the project don't have acceptance. Through the market survey made by survey forms, can be establish that exist a considerable unsatisfied demand may be take advantage by the Tourism Farm, where exist a limited rivalry can put into risk the project. Posteriori establish the exactly place to implant the enterprise that has capacity to 72 daily touristic packs, will be cover at fifth year of function. Next we do the financial study where determine the estimate of incomes, inversion, costs and outcomes to elaborate the financial states of mercantile facture with the finality to analyze the financial evaluation to determine the IRR is 33.38% superior to MTR is 19,23% and NYV is \$164.375,05 and benefit cost is 1.56 and a balanced point of \$168.878.93 y 6,755 promotional touristic packs by year, for the costs and outcomes will be equal to the incomes, as soon as the impacts is midst positive because don't set up danger any analyzed aspect, meanly the environment impact, demonstrate that in all of these aspects the project of Touristic Farm is feasible to performed.

AUTORÍA

Yo, **Ana Beatriz Beltrán Vásquez**, portadora de la Cedula de Ciudadanía N° 1003862982 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento. **PROVINCIA DE IMBABURA**.

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

En la ciudad de Ibarra, en el mes de julio del 2014.



BELTRÁN VÁSQUEZ ANA BEATRIZ

C.I. 100386298-2

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la Egresada BELTRÁN VÁSQUEZ ANA BEATRIZ, para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad Superior y Auditoría, C.P.A., cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

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

En la ciudad de Ibarra, en el mes de julio del 2014

CREACIÓN DE UNA GRANJA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA C.P.A, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.



DRA. MYRIAN CISNEROS, MSC.

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo: Beltrán Vásquez Ana Beatriz, con cédula de identidad Nro., 1003862982 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 de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"., que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA C.P.A**, 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.

CEDULA DE IDENTIDAD:	100386298 -2
APELLIDOS Y NOMBRES:	BELTRÁN VÁSQUEZ ANA BEATRIZ
DIRECCION: <i>A. Beltrán</i> calle García Moreno y
BELTRÁN VÁSQUEZ ANA BEATRIZ	
EMAIL:	anybov170@gmail.com
TELÉFONO MOVIL:	C.I. 100386298-2

En la ciudad de Ibarra, en el mes de julio del 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	
CEDULA DE IDENTIDAD:	100386298 -2
APELLIDOS Y NOMBRES:	BELTRÁN VÁSQUEZ ANA BEATRIZ
DIRECCION:	Atuntaqui, calle García Moreno y Rocafuerte.
EMAIL:	anybbv_1704@hotmail.com
TELÉFONO MOVIL:	0993246961

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTOR (A):	Beltrán Vásquez Ana Beatriz
FECHA AAMMDD	2014-07
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSTGRADO
TÍTULO POR QUE OPTA	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA.
ASESOR/DIRECTOR	DRA. MYRIAN CISNEROS (MSC)

2. AUTORIZACIÓN DE USO FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **BELTRÁN VÁSQUEZ ANA BEATRIZ**, con cédula de ciudadanía Nro. 100386298-2 , en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la 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.

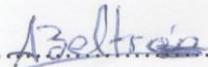
3. CONSTANCIAS

El autor 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.

Ibarra, en el mes de julio del 2014.

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Ana Beltrán Vásquez

C.I.:100386298-2

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Lic. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente Trabajo de Grado dedico a Dios, por ser la guía en los momentos más difíciles, y por regalarme la vida.

A mis padres que con sabiduría y sacrificio me supieron inculcar grandes valores y a su dedicación que hizo posible el sueño de graduarme.

A mis hermanos y sobrinos que me brindaron su apoyo incondicional para la consecución de una de mis metas.

ANNA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a cada uno de mis maestros que con gran voluntad y paciencia, impartieron sus conocimientos durante una etapa más de mi vida estudiantil, en especial a la Doctora Myriam Cisneros Directora del Proyecto, por su colaboración incondicional en el desarrollo del presente Trabajo.

A todos quienes conforman la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (FACAE), que de una u otra manera hicieron posible la culminación del presente proyecto.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	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 FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS	viii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xii
ÍNDICE DE CUADROS	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxv
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	xxvii
PRESENTACIÓN.....	xxix
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxxii
OBJETIVO GENERAL	xxxii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xxxii
CAPÍTULO I	33
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	33
Antecedentes	33
Objetivos del diagnóstico	35
General	35
Específicos.....	35
Variables diagnóstico	36
Indicadores.....	36
Matriz de relación diagnóstica.....	37
Análisis de las variables	38

Ubicación geográfica	38
Aspectos demográficos.....	40
Entorno socioeconómico.....	42
Manejo ambiental.....	46
Determinación de aliados, oponentes, riesgos y oportunidades	48
Aliados	48
Oponentes	49
Riesgos	50
Oportunidades	50
Resultado del diagnóstico	51
CAPÍTULO II	53
MARCO TEÓRICO	53
Empresa	53
Concepto	53
Clasificación.....	53
Turismo	55
Concepto	55
Elementos del turismo	56
Turista.....	56
La oferta turística	56
El espacio geográfico.....	56
Operadores turísticos.....	57
Clasificación del turismo	57
Según el ámbito geográfico:	57
Según la organización:	57
Según la duración:.....	58
Según la motivación de viaje:	58
Turismo de naturaleza	59
Importancia del turismo en el Ecuador.....	59
Turismo en Imbabura.....	59
Atractivos turísticos del cantón Antonio Ante.....	60
Fábrica textil Imbabura – patrimonio cultural del Ecuador	60

Industria textil – almacenes comerciales	61
Las Tolas – los monumentos del recuerdo	62
Desfile de comparsas – 31 de diciembre	63
Gastronomía.....	63
Santuario del señor del Santo Sepulcro – manifestaciones religioso culturales.....	63
Gestión administrativa para empresas turísticas.....	64
Empresa turística	64
Clasificación de las empresas de turismo	64
Marketing turístico	65
Gestión de la empresa turística.....	65
Granja	66
Concepto.....	66
Componentes de la finca integral	66
Vivienda	67
Infraestructura	67
Bodega.....	67
Galpones.....	68
Establos	68
Corrales.....	69
Jaulas.....	69
Redes de abastecimiento de agua	69
Estanques para desechos líquidos.....	70
Cercas.....	70
Flora y fauna nativa de la región	70
Suelo	71
Agua	71
Personas.....	72
Granja turística.....	72
Estudio de mercado	72
Mercado	73
Producto.....	73

Demanda	74
Oferta	74
Precio	74
Comercialización.....	75
Distribución	75
Publicidad	75
Estudio técnico e ingeniería de proyectos	76
Tamaño del proyecto	76
Localización del proyecto.....	77
Ingeniería del proyecto	77
Estudio financiero	78
Capital de trabajo.....	78
Ingresos	79
Egresos.....	79
Costos.....	79
Materia prima	80
Mano de obra.....	80
Costos indirectos	80
Gastos administrativos.....	81
Gastos financieros	81
Gastos de ventas	81
Depreciaciones	82
Estados financieros.....	82
Indicadores de evaluación financiera.....	82
Valor actual neto (VAN)	82
Tasa interna de retorno (TIR).....	83
Punto de equilibrio	83
Relación beneficio costo	83
Estructura organizacional	84
Propuesta administrativa	84
Misión	84
Visión	84

Objetivos de la empresa.....	84
Políticas institucionales	85
Estructura organizacional.....	85
Estructura funcional.....	85
CAPÍTULO III	87
ESTUDIO DE MERCADO	87
Introducción al estudio de mercado.....	87
Objetivos del estudio de mercado	88
Objetivo general	88
Objetivos específicos	88
Identificación del servicio.	88
Determinación de la población	93
Calculo de la muestra.....	94
Información primaria.....	95
Información secundaria	96
Tabulación y análisis de la información.....	97
Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante.....	97
Entrevista granjas turísticas “EL RINCÓN DE ANAYANI”	113
Entrevista a representante de la red de turismo Atuntaqui.....	117
Demanda.....	119
Demanda real.....	119
Demanda potencial	120
Oferta	123
Oferta real	123
Oferta potencial	124
Estimación de la demanda insatisfecha	127
Análisis y determinación de precios	127
Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto ..	128
Conclusiones del estudio.....	131
CAPÍTULO IV	133
ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERIA DE PROYECTO	133

Introducción	133
Tamaño del proyecto	133
Factores que afectan el tamaño.....	133
Determinación de la capacidad del proyecto	133
Localización del proyecto.....	136
Macrolocalización	137
Microlocalización.....	138
Matriz de factores	139
Ingeniería del proyecto	140
Infraestructura física	140
Procesos productivos.....	143
Proceso de preparación de alimentos.....	151
Proceso productivo turístico.....	153
Proceso productivo en el área de alimentación	153
Proceso productivo hospedaje.....	155
Proceso para los servicios recreativos.....	157
Proceso del área comercial	159
Tecnología	160
Maquinaria y equipo.....	160
Presupuesto técnico	163
Inversiones fijas	163
Terreno y obras civiles	163
Capital de trabajo.....	170
Inversión variable.....	171
Inversión total del proyecto	172
Financiamiento.....	173
Talento humano	173
CAPÍTULO V.....	175
ESTUDIO FINANCIERO	175
Introducción	175
Determinación de ingresos proyectados.....	175
Determinación de egresos proyectados.....	176

Costos operativos.....	176
Costos directos.....	176
Costos indirectos operativos	187
Resumen de costos indirectos operativos.....	192
Gastos administrativos	194
Gastos de ventas	198
Gastos financieros.....	200
Tabla de depreciaciones	205
Tabla resumen de egresos proyectados	208
Estado de situación inicial proforma.....	209
Estado de resultados.....	210
Estado de flujo de caja	213
Evaluación financiera	215
Tasa de rendimiento medio costo de oportunidad.....	215
Cálculo del VAN	216
Cálculo de la TIR.....	218
Recuperación de dinero en el tiempo.....	220
Índice beneficio-costo.....	221
Punto de equilibrio.....	222
Resumen de la Evaluación.....	225
Análisis de sensibilidad	225
CAPÍTULO VI.....	227
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	227
Introducción.....	227
Análisis interno de la empresa	227
Nombre de la empresa.....	227
Logotipo y eslogan	227
Aspectos legales de constitución	228
Análisis legal	228
Minuta	228
Registro de turismo	230
Licencia única anual de funcionamiento.....	231

Autorización para construcción y adecuación de construcciones	231
Registro único de contribuyentes (RUC).....	232
Registro único de proveedores	233
Patente municipal	233
Permiso bomberos.....	234
Número patronal	234
Permiso sanitario	234
Propuesta administrativa	235
Misión	235
Visión	235
Objetivos.....	236
Principios	236
Calidad.....	236
Servicio	236
Competitividad	237
Trabajo en equipo	237
Valores.....	237
Espíritu constructivo.....	237
Respeto	237
Lealtad	237
Excelencia en el logro de objetivos.....	238
Profesionalismo	238
Honestidad.....	238
Estructura organizacional	239
Organigrama estructural	239
Organigrama funcional.....	240
Orgánico funcional	241
Nivel ejecutivo.....	241
Nivel de apoyo	241
Nivel de ventas	241
Nivel operativo	241
Manual de funciones.....	242

CAPÍTULO VII	254
IMPACTOS.....	254
Análisis de impactos.....	254
Impacto social	255
Impacto económico	256
Impacto turístico cultural	257
Impacto ético	258
Impacto ambiental.....	259
Impacto general.....	260
CONCLUSIONES.....	261
RECOMENDACIONES	263
BIBLIOGRAFÍA	264
ANEXOS	267
Anexo N° 1 Encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Antonio Ante	268
Anexo N° 2 Entrevista granjas turísticas	271
Anexo N° 3 Plano de la granja turística.....	274

ÍNDICE DE CUADROS

N° 1 Indicadores	36
N° 2 Matriz de relación diagnóstica.....	37
N° 3 Organización territorial según hectáreas	40
N° 4 Población por edades y genero	40
N° 5 Población por parroquia	41
N° 6 Nivel de instrucción	42
N° 7 Nivel de instrucción	43
N° 8 Escenarios de crecimiento de la actividad industrial	44
N° 9 Escenarios de crecimiento agropecuaria	45
N° 10 Sitios Turísticos.....	46
N° 11 Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante.	94
N° 12 Nacionalidad	97
N° 13 Provincia	98
N° 14 Edad	100
N° 15 Ocupación.....	101
N° 16 Vacaciones en el Ecuador	102
N° 17 Viajes en grupo	103
N° 18 Conocimiento de las potenciales turísticas del Cantón Antonio Ante	104
N° 19 Práctica de turismo agropecuario	105
N° 20 Aceptación del servicio	106
N° 21 Actividad agropecuaria	107
N° 22 Periodicidad	108
N° 23 Alimentación	109
N° 24 Publicidad	110
N° 25 Hospedaje.....	111
N° 26 Precio.....	112
N° 27 Demanda turística del Cantón Antonio Ante	119
N° 28 Turistas nacionales y extranjeros que visitaron Antonio Ante durante el año 2011.	120
N° 29 Proyección de la demanda.....	123

N° 30 Establecimientos turísticos.....	124
N° 31 Oferta potencial	126
N° 32 Demanda insatisfecha.....	127
N° 33 Objetivo de crecimiento escenario óptimo.....	134
N° 34 Matriz para determinar la microlocalización del proyecto.....	139
N° 35 Simbología para elaborar los diagramas de flujo	144
N° 36 Preparación del suelo.....	145
N° 37 Sembrío.....	146
N° 38 Manejo de cultivo	147
N° 39 Cosecha y almacenamiento	148
N° 40 Limpieza de corrales y establos	149
N° 41 Alimentación de animales.....	150
N° 42 Proceso de preparación de alimentos	151
N° 43 Proceso productivo en el área de alimentación.....	153
N° 44 Proceso productivo de hospedaje	155
N° 45 Proceso para los servicios recreativos	157
N° 46 Proceso del área comercial.....	159
N° 47 Terreno.....	163
N° 48 Obras de Infraestructura.....	164
N° 49 Equipos de oficina del área de administración	164
N° 50 Equipos y paquetes informáticos del área de administración.....	164
N° 51 Equipos de oficina del área de ventas.....	165
N° 52 Equipos y paquetes informáticos del área de ventas	165
N° 53 Maquinaria y equipo agropecuario	165
N° 54 Maquinaria y equipo de cocina.....	166
N° 55 Equipo de hospedaje.....	166
N° 56 Maquinaria y equipo de aseo	166
N° 57 Equipos deportivos.....	167
N° 58 Equipos seguridad.....	167
N° 59 Vehículo	168
N° 60 Bienes muebles y enseres área administrativa	168
N° 61 Bienes muebles y enseres área de ventas.....	169

N° 62 Bienes muebles y enseres área de operativa	169
N° 63 Resumen de propiedad planta y equipo	170
N° 64 Resumen de Capital de trabajo.....	171
N° 65 Estudio Financiero	172
N° 66 Inversión	173
N° 67 Financiamiento.....	173
N° 68 Talento humano	174
N° 69 Ingresos proyectados.....	176
N° 70 Mano de obra operativa	177
N° 71 Crecimiento histórico de los salarios.....	178
N° 72 Insumos alimenticios año 2014.....	179
N° 73 Insumos alimenticios año 2015.....	180
N° 74 Insumos alimenticios año 2016.....	181
N° 75 Insumos alimenticios año 2017	182
N° 76 Insumos alimenticios año 2018.....	183
N° 77 Insumos pecuarios	184
N° 78 Insumos agrícolas.....	186
N° 79 Resumen de materiales directos.....	187
N° 80 Servicios básicos	188
N° 81 Insumos complementarios de cocina.....	189
N° 82 Combustibles y lubricantes	189
N° 83 Menaje de hospedaje.....	190
N° 84 Menaje de cocina.....	191
N° 85 Herramientas	192
N° 86 Resumen de costos indirectos de fabricación.....	193
N° 87 Proyección de costos operativos	193
N° 88 Sueldo personal administrativo	194
N° 89 Materiales de oficina área administrativa.....	195
N° 90 Materiales de aseo área administrativa	196
N° 91 Gastos de constitución.....	197
N° 92 Proyección de gastos administrativos.....	197
N° 93 Gasto de personal área de ventas	198

N° 94 Gasto publicidad.....	199
N° 95 Proyección gasto de ventas	199
N° 96 Tabla de amortización	201
N° 97 Interés anual al crédito financiero.....	205
N° 98 Depreciaciones por aéreas.....	206
N° 99 Gasto depreciación	207
N° 100 Porcentajes de depreciación.	208
N° 101 Presupuesto de egresos.....	209
N° 102 Proyección de costos operativos.....	211
N° 103 Cálculo de impuesto a la renta para el cuarto año	212
N° 104 Tabla de impuesto a la renta 2013	213
N° 105 Flujo de caja	214
N° 106 Recuperación efectiva	215
N° 107 Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	216
N° 108 Cálculo del VAN	217
N° 109 Cálculo del TIR.....	219
N° 110 Recuperación de dinero en el tiempo.....	220
N° 111 Recuperación de dinero en el tiempo.....	221
N° 112 Proyección para el punto de equilibrio	223
N° 113 Punto de equilibrio.....	224
N° 114 Evaluación financiera	225
N° 115 Análisis de sensibilización.....	226
N° 116 Valoración de Impactos	254
N° 117 Matriz impacto social.....	255
N° 118 Matriz de impacto económico.....	256
N° 119 Matriz de impacto turístico - cultural.....	257
N° 120 Matriz de impacto ético.....	258
N° 121 Matriz de impacto ambiental.....	259
N° 122 Matriz de impacto general	260

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N° 1 Mapa cantón Antonio Ante.....	39
N° 2 Logotipo	89
N° 3 Nacionalidad	97
N° 4 Provincia	99
N° 5 Edad	100
N° 6 Ocupación.....	101
N° 7 Vacaciones en el Ecuador	102
N° 8 Viajes en grupo	103
N° 9 Conocimiento de las potenciales turísticas del Cantón Antonio Ante	104
N° 10 Práctica de turismo agropecuario	105
N° 11 Aceptación del servicio	106
N° 12 Actividad agropecuaria	107
N° 13 Actividad agropecuaria	108
N° 14 Alimentación	109
N° 15 Publicidad	110
N° 16 Hospedaje.....	111
N° 17 Precio.....	112
N° 18 Anuncio publicitario	130
N° 19 Página web	131
N° 20 Mapa de Antonio Ante	138
N° 21 Plano urbano de la parroquia Atuntaqui.....	140
N° 22 Flujograma de preparación del suelo.....	145
N° 23 Flujograma de sembrío	146
N° 24 Manejo de cultivo	147
N° 25 Cosecha y almacenamiento.....	148
N° 26 Limpieza de corrales y establos.....	149
N° 27 Alimentación de animales	150
N° 28 Proceso de preparación de alimentos.....	152
N° 29 Proceso productivo en el área de alimentación	154
N° 30 Proceso productivo de hospedaje.....	156

N° 31 Proceso para los servicios recreativos	158
N° 32 Equipo y maquinaria agropecuaria	160
N° 33 Equipo y maquinaria para el área administrativa.....	161
N° 34 Equipo y maquinaria para el área administrativa.....	161
N° 35 Equipo y maquinaria para el área administrativa.....	162
N° 36 Equipo y maquinaria de aseo	162
N° 37 Punto de equilibrio.....	224
N° 38 Logotipo y eslogan	227
N° 39 Organigrama estructural.....	239
N° 40 Organigrama funcional	240

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Crear una Granja Turística surgió de la necesidad de ofrecer a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan Atuntaqui, la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza e involucrar en las labores diarias que se realiza en el campo, logrando de esta manera liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad.

El cantón Antonio Ante cuenta con potenciales turísticos que no han sido explotados por ser una ciudad de paso donde los turistas tanto nacionales como extranjeros únicamente visitan el cantón para realizar compras de prendas de vestir y deleitar la gastronomía, reflejando como un problema la falta de hospedaje; por lo que, como alternativa de solución, se construirá una granja turística para las personas que les gusta practicar el agroturismo, aprender a convivir con la naturaleza sin destruirla, disfrutar de un lugar donde se conjuga la belleza, armonía y respeto a las leyes de la naturaleza y practicar el sentido comunitario con la responsabilidad del presente y futuro de nuestro entorno para que las nuevas generaciones puedan vivirlo.

El presente proyecto pretende contribuir al desarrollo turístico del cantón ya que al existir un lugar más para hospedarse, los turistas visitaran los atractivos como son: la Antigua fábrica Textil Imbabura, las tolas (Pailatola orozcotola y Pupotola), la Iglesia del Santo Sepulcro, el Trapiche y molienda en Imbaya, las artesanías de cerámica de San Roque y la permanente feria textil ubicada en las calles aledañas al parque central; logrando dinamizar el sector turístico y comercial, ya que se pretende desarrollar una nueva industria turística que genere fuentes de trabajo para mejorar los ingresos económicos de su promotor así como de la población aledaña a ubicarse ya que tendrán nuevas fuentes de trabajo y les permita vivir en mejores condiciones de vida, es decir lo que la cultura humana a asociado al progreso, desarrollo, bienestar y superación.

Llevar a cabo la presente propuesta será de interés local, provincial y regional, ya que se brindara un servicio de calidad con valor agregado que permita buscar nuevas formas de competir y posesionarse en el mercado, ya que el Ministerio de Turismo del Ecuador tiene como objetivo que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana buscando mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística.

Haciendo referencia a grupos beneficiarios directos de este proyecto serán: los dueños de la Granja Turística porque constituye una fuente de ingreso económico, y los turistas tanto nacionales como extranjeros ya que podrán disfrutar de un ambiente acogedor en medio de la naturaleza; e indirectamente se beneficiaran las personas que trabajen en ella como: Ingeniero Agrónomo, Veterinario, Chef, técnicos de la construcción, personal de mantenimiento y atención al cliente proveedores de materiales y servicios, ya que se creara fuentes de trabajo y mejorar la calidad de vida de los mismos.

La factibilidad del proyecto se sustenta en el ámbito político ya que una de las políticas del cantón es fortalecer el desarrollo turístico mediante la masiva promoción de los atractivos turísticos. En lo legal el proyecto se sustenta en la Ley de Turismo del Ecuador Art. 5," Se considera actividad turística las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a uno o más de las siguientes actividades: Alojamiento, Servicio de Alimentación y bebida...". En lo referente a lo económico el proyecto es factible ya que existe facilidad de acceder a créditos a bajos intereses en las Instituciones Financieras del Estado. En lo Material el proyecto es factible ya que se cuenta con el terreno para la construcción, así como existe disponibilidad en el mercado de los diferentes materiales requeridos. El proyecto es factible desde el punto de vista de la disponibilidad de personal ya que se cuenta con técnicos especializados en las diferentes aéreas, así como también por la disponibilidad de personal dispuesto a trabajar.

PRESENTACIÓN

Con este proyecto se desea realizar un estudio de factibilidad para la creación de una granja turística conformada como una empresa civil de hecho, en el Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura con la finalidad de desarrollar el agroturismo del sector, aprovechando las ventajas comparativas como son la belleza del paisaje, diversidad de especies de flora y fauna, identidad cultural y la oportunidad de ofrecer un ambiente de relajación en medio de la naturaleza.

El Proyecto está estructurado en siete capítulos: Diagnostico Situacional, Bases Teóricas, Estudio de Mercado, Estudio Técnico - Ingeniería del Proyecto, Estudio Económico, e Impactos del Proyecto.

CAPÍTULO I.- El diagnóstico situacional se lo desarrollará utilizando el método de la observación y la investigación de campo en base a encuestas y entrevistas aplicados a los turistas que visitan el Cantón Antonio Ante y negocios similares; para así tener un contacto directo con las personas y la localización donde se va a desarrollar el proyecto e identificar las oportunidades, aliados, oponentes y amenazas que tiene en el entorno y el mercado al cual se va a dirigir la Granja Turística.

CAPÍTULO II.- El Marco Teórico se desarrollará utilizando las etapas de investigación, como son: recopilación y selección de datos que proporcionará la información bibliográfica, a través de fichas bibliográficas y nemotécnicas e internet. La segunda etapa es la organización y selección de datos recolectados en la primera etapa; la tercera etapa consiste en un análisis de interpretación de los datos seleccionados, lo que facilitará obtener el extracto de la información para estructurar el marco teórico de forma correcta.

CAPÍTULO III.- Para identificar el mercado al que se desea llegar se procederá a desarrollar un estudio, para lo cual se elaborarán entrevistas y encuestas a una muestra de la población es decir de los turistas que visitan

el Cantón Antonio Ante para identificar las necesidades de los posibles clientes, además se realizará entrevistas a los dueños de locales turísticos de similar servicio de esta manera se obtendrá datos reales de la oferta, demanda, mercado meta y proyección de precios; para determinar si es o no factible el desarrollo del proyecto.

CAPÍTULO IV.- El estudio técnico, se lo desarrollará con el apoyo de especialistas en temas turísticos y agropecuarios, los cuales proporcionarán información acerca de cómo se va a diseñar las instalaciones, además de las inversiones fijas y variables que ha de utilizarse para la creación de la Granja Turística con su respectivo flujo grama de proceso para la prestación del servicio turístico.

CAPÍTULO V.- Una vez realizado el estudio técnico del proyecto, se procederá a realizar un estudio financiero en el cual se determinará la factibilidad del proyecto. En el desarrollo del estudio se requiere realizar un presupuesto o estimaciones con respecto a costos de mano de obra, materia prima, costos indirectos de fabricación, insumos a utilizarse y la rentabilidad que se pretende obtener para efectuar los respectivos estados financieros, esto será realizado en forma técnica y científica con el cálculo, para la evaluación financiera se determinan e interpretan mediante indicadores como el TRM, VAN, TIR, los mismos que permitirán conocer si el proyecto va a tener rentabilidad en cuanto tiempo se recuperara la inversión y el punto de equilibrio que permite obtener resultados de la holgura del proyecto hasta donde los ingresos igualan a los egresos .

CAPÍTULO VI.- El Estudio Organizacional y Funcional de la Granja Turística, el cual trata de establecer un nombre o razón social, que pueda estar relacionado con el servicio; deberá contener un plan estratégico en donde conste la filosofía de la empresa, el Orgánico Funcional, Manual de Funciones y los organigramas

CAPÍTULO VII.- La creación de la empresa civil denominada Granja Turística Killa Wasi puede originar diferentes impactos, para esto se

analizarán varios de ellos, entre los que se mencionan: Ambiental, Económico, Social, Educativo Cultural y Ético. Empleando una matriz de valoración se podrá conocer el efecto final de cada impacto en el proyecto.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una granja turística, en el Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, para contribuir al desarrollo turístico del Cantón.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional externo de los establecimientos de alojamiento del Cantón Antonio Ante para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de la Granja Turística.
- Establecer el fundamento teórico para que la investigación permita procesar en forma apropiada el contexto turístico.
- Diseñar un estudio de mercado en el Cantón Antonio Ante, de manera que permita conocer la oferta y demanda a través de una investigación de campo.
- Estructurar un estudio técnico para determinar los aspectos necesarios para la creación de la Granja Turística, enfocada a satisfacer las necesidades de los turistas tanto nacionales como extranjeros.
- Desarrollar un análisis económico – financiero para la determinación del presupuesto de posibles ingresos y gastos para evaluar la factibilidad del proyecto.
- Definir una propuesta administrativa y operativa de la granja turística.
- Analizar los posibles impactos que provocará la puesta en marcha del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

El Ecuador es un país con mayor diversidad biológica, ya que se caracteriza por sus condiciones ambientales, que generan una impresionante variedad de hábitats y tipos de vegetación, que se convierten en óptimos escenarios para el desarrollo del Agroturismo, que permite a los visitantes nacionales y extranjeros recorrer sus escenarios y deslumbrarse con cada una de las expresiones socio culturales que poseen cada una de las Provincias.

Al norte de Ecuador en la región sierra se encuentra la Provincia de Imbabura, así llamada por el volcán que le sirve de cerro protector. La Provincia tiene una ubicación estratégica, pues se encuentra a 60 Km, de la capital de la república y a 100 Km de la frontera colombiana, y en ella sus residentes han desarrollado actividades industriales, comerciales, empresariales y culturales vinculadas con el turismo, llegando a posicionarla como una de las provincias turísticas del Ecuador.

En el centro de la Provincia de Imbabura se encuentra el Cantón Antonio Ante con 6.147 habitantes, está ubicado al Noroeste de Imbabura, limita al norte con Ibarra, al Sur con Otavalo, al Este con el Cerro Imbabura y al Oeste con Cotacachi y Urcuquí; tiene una superficie de 83,10 km² dividido en parroquias urbanas (Atuntaqui y Andrade Marín) y parroquias rurales (Imbaya, Chaltura, Natabuela y San Roque), la altura es de 2.387 m.s.n.m., el clima es templado seco con una temperatura media de 16°C y posee tierras fértiles apto para la crianza de animales así como el cultivo de cereales, frutas y legumbres, convirtiendo a Antonio Ante en un lugar atractivo para el desarrollo del agroturismo, permitiendo que el visitante pueda disfrutar de la tranquilidad de la naturaleza.

Actualmente, el sector turístico es una de las actividades económicas más importantes en muchos países; además, tiene una alta potencialidad para generar empleo, reducir la pobreza y unir culturalmente a los pueblos, por lo que se ve como oportunidad la visita de turistas para ofrecer servicios tales como el transporte, el alojamiento, alimentación y bebidas, las agencias de viajes, las actividades recreativas, culturales y deportivas.

El turismo mediante el desarrollo económico – agrario, consiste en tener en cuenta bases ambientales y de servicio eficiente en los aspectos turísticos tales como: alojamiento, alimentación, guía turística a su vez de concientización y desarrollo de técnicas fundamentales para el progreso sostenible de un pueblo

El agroturismo es una herramienta para impulsar la economía de las comunidades agrarias en el Ecuador, debido a una profunda vocación generada por nuestros pueblos a partir del siglo XIX y XX en el área agrícola, incluso mucho más anteriores donde el sentido cultural de la madre tierra tenía un valor ancestral de consideración y mucho respeto, durante todo este tiempo se ha plantado las bases para el desarrollo del agroturismo a gran escala, tomando en cuenta el valor cultural, para poder generar aportes en el área científica y sostenibilidad socio ambiental en la región y por consiguiente en el país

Antonio Ante es considerado una Ciudad de paso a pesar de que cuenta con once alojamientos, veintiún locales de alimentos y bebidas, dos espacios para recreación y esparcimiento, no se ha logrado que los turistas se queden a conocer los diferentes lugares turísticos que el Cantón ofrece, por lo que se ha podido observar que uno de los factores que causan este problema es la falta de un lugar acogedor donde el turista pueda disfrutar de la tranquilidad de la naturaleza, descanso, aventura y recreación, así como observar la diversidad de flora y fauna nativas de la región y principalmente vivenciar las actividades campestres y conocer las costumbres y tradiciones del Cantón y la Provincia, no obstante a través del Municipio se han desarrollado proyectos de turismo comunitario en las

aéreas rurales del Cantón, mismos que son desconocidos por los pobladores de la Provincia.

El diseño de una Granja Turística en la zona, involucra la creación de un lugar, donde exista un conjunto de servicios que proporcionan alojamiento y/o comida a los huéspedes complementando con un disfrute escénico y la contemplación de los elementos naturales, sin alterar la integridad del ecosistema, ofreciendo al mercado turístico existente un reencuentro con la naturaleza y con las tradiciones locales.

Una Granja Turística sería la combinación de dos definiciones: granja es una zona de tierra, incluyendo las diversas estructuras, dedicada principalmente a la práctica de la producción y gestión de la alimentación, este establecimiento se convierte en turístico al alojar a visitantes que les guste disfrutar de las actividades granjeras, tranquilidad de la naturaleza y recreación de aventura.

1.2 Objetivos del diagnóstico

1.2.1 General

Determinar la situación actual del turismo en el Cantón Antonio Ante, con el fin de identificar las condiciones óptimas para la creación de una Granja Turística.

1.2.2 Específicos

Analizar la ubicación geográfica adecuada para la creación de la Granja Turística.

Determinar los aspectos demográficos que caracteriza al cantón Antonio Ante. Describir el entorno socioeconómico que identifican al sector.

Identificar el correcto manejo y cuidado de los recursos naturales como la fauna, flora, agua y suelo del área a ubicar la granja.

1.3 Variables diagnóstico

Para cumplir con los objetivos anteriormente expuestos, se ha determinado un conjunto de variables las mismas que serán analizadas para recolectar la información necesaria que servirá de base para el desarrollo de la propuesta.

Ubicación geográfica

Aspectos demográficos

Entorno socioeconómico

Manejo ambiental

1.4. Indicadores

Con la finalidad de analizar cada una de estas variables, se ha seleccionado una serie de indicadores, los que permitirá establecer el método, la técnica e instrumentos a utilizar en este estudio.

Cuadro N° 1 Indicadores

VARIABLES	INDICADORES
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	<ul style="list-style-type: none">- Ubicación.- Límites.- Clima.- Superficie
ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	<ul style="list-style-type: none">- Población por edades. y género.- Población por parroquia- Población según nivel de instrucción.
ENTORNO SOCIOECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none">- Población económicamente activa- Servicios básicos- Industria- Agropecuaria- Gastronomía
MANEJO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none">- Contaminación- Conservación de recursos naturales

1.5 Matriz de relación diagnóstica

Cuadro N° 2 Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS
Analizar la ubicación geográfica adecuada para la creación de la Granja Turística.	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	Ubicación. Límites. Clima Superficie	Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria	Bibliográfica Bibliográfica Bibliográfica Bibliográfica Bibliográfica
Determinar los aspectos demográficos que caracteriza al cantón Antonio Ante	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	Población por edad y genero Población por por parroqui Población según nivel de instrucción	Primaria Primaria Primaria	Bibliográfica Bibliográfica Bibliográfica
Describir el entorno socioeconómico que identifican al sector	ENTORNO SOCIOECONÓMICO	Población económicamente activa Servicios básicos Industria Agropecuaria Turismo	Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria	Bibliográfica Bibliográfica Folletos Folletos Folletos
Identificar el correcto manejo y cuidado de los recursos naturales como la fauna, flora, agua y suelo del área a ubicar la granja	MANEJO AMBIENTAL	Contaminación Conservación de recursos naturales	Secundaria Secundaria	Folletos Folletos Bibliográfica Bibliográfica

1.6. Análisis de las variables

Esté diagnóstico se realizará en base a técnicas de investigación como son encuestas, entrevistas, observación y bibliográfica.

1.6. 1. Ubicación geográfica

a) Ubicación

El cantón Antonio Ante es uno de los síes cantones que integran la provincia de Imbabura, ubicado en el centro de la misma, concretamente en el noroeste, a 9 Km de la capital de la provincia Ibarra, a 94 Km de Quito capital del Ecuador y a 178,70 Km de la frontera con Colombia, está a 88,5 Km del nuevo aeropuerto de Quito y a 18 Km de la ciudad del conocimiento del cantón Urcuqui.

Geográficamente se encuentra en el centro de la Hoya de Ibarra, es el cantón más pequeño de la provincia. Goza de un clima agradable y, posee tierras fértiles aptas para el cultivo de cereales y legumbres por lo que se le considera "El granero de Imbabura".

Se le atribuye la memoria geográfica histórica de la región norte del Ecuador. Sus campos multicolores fueron el lugar de verano del Inca o Emperador y su séquito.

b) Límites

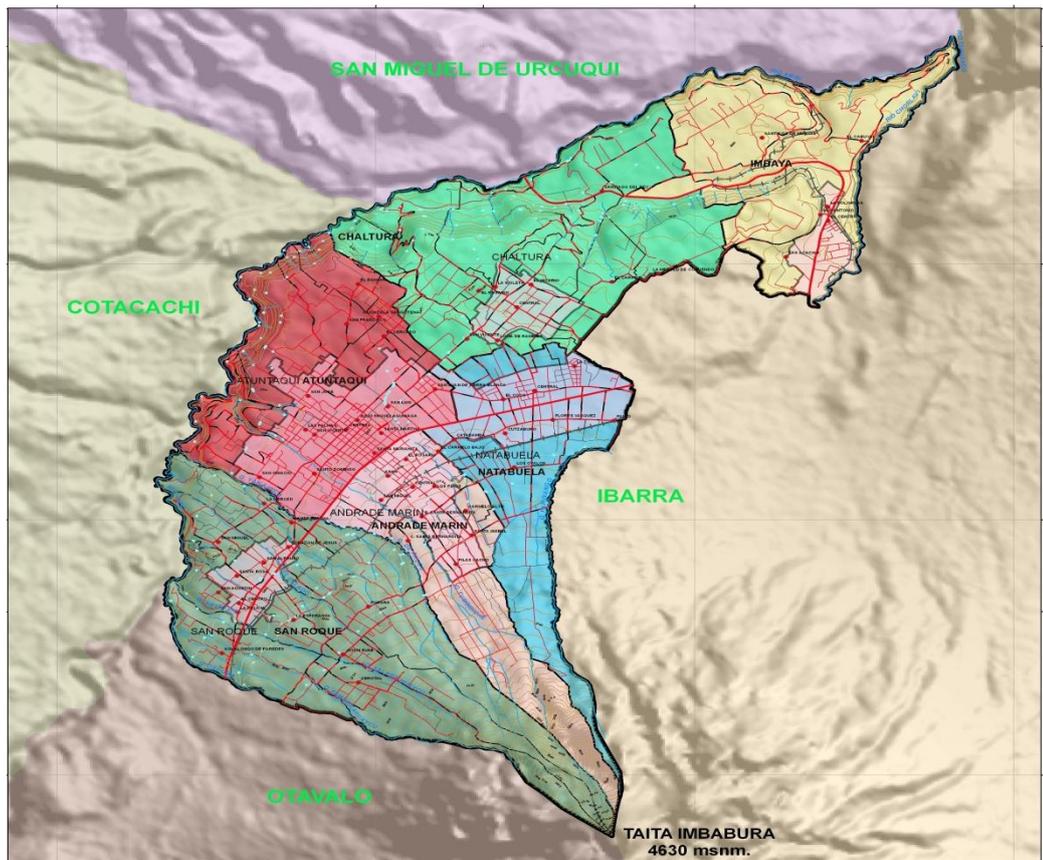
Norte: El cantón San Miguel de Urcuqui.

Sur: El cantón Otavalo y el cantón Ibarra.

Este: La parroquia rural San Antonio de Ibarra.

Oeste: El cantón Santa Ana de Cotacachi.

Gráfico N° 1 Mapa cantón Antonio Ante



Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante
Elaborado por: Autora

c) Clima

La temperatura media del cantón Antonio Ante es de 15,4 grados centígrados.

d) Superficie

La superficie del cantón Antonio Ante es de 7 926,19 hectáreas y la altitud media es de 2.360 m.s.n.m. dato de la cabecera cantonal

Las extensiones son producto de los consensos limítrofes entre parroquias, el Inec no separa la población entre Atuntaqui y Andrade Marín se unificó, no así la superficie que si fue posible tener datos de cada una de las parroquias urbanas:

Cuadro N° 3 Organización territorial según hectáreas

PARROQUIAS	Has	DENSIDAD POBLACIONAL
ANDRADE MARÍN	863.04	10.44
ATUNTAQUI	1367.03	
IMBAYA	1143.02	1.12
NATABUELA	949.47	5.95
CHALTURA	1689.13	1.86
SAN ROQUE	1914.46	5.30
CANTÓN	7926.15	5.49

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante

1.6.2. Aspectos demográficos

En el cantón Antonio Ante existen 43.518 habitantes, distribuidos en sus siete parroquias.

a) Población por edades y genero

Del total de la población 43.518 habitantes, la mayoría son mujeres con 22.449; la que representa el 10,93% del total provincial y el 0,30 del país. La diferencia de la población rural respecto de la urbana es de 946. Prevalece la población de 0 a 28 años con el 56,37%.

Cuadro N° 4 Población por edades y genero

GRUPOS DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	%
NIÑOS/AS (0/11 AÑOS)	5430	5406	10836	24.9
ADOLESCENTES (12/17 AÑOS)	2791	3656	6447	12.52
JOVENES(18/28 AÑOS)	3999	4248	8247	18.95
ADULTOS/AS /29/64 AÑOS)	7187	8192	15379	35.34
ADULTOS/AS MAYORES (55 y más AÑOS)	1662	1947	3609	8.29
TOTAL	21069	23449	44518	100

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante

b) Población por parroquia

La población se encuentra distribuida en siete parroquias del Cantón tomando en cuenta que el Inec no separa la población de Andrade Marín y Atuntaqui.

Cuadro N° 5 Población por parroquia

POBLACIÓN POR PARROQUIAS		
PARROQUIAS	POBLACIÓN	%
ANDRADE MARÍN	23299	53.54
ATUNTAQUI		
IMBAYA	1279	2.94
NATABUELA	5651	12.99
CHALTURA	3147	7.23
SAN ROQUE	10142	23.31
TOTAL	43518	100

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante

c) Población por nivel de instrucción

Según el censo del 2010 predomina el nivel de instrucción primario con el 45%, siendo el mayor porcentaje posee seguido del secundario con el 21%, el superior con el 11%, y educación básica con el 10%.

Cuadro N° 6 Nivel de instrucción

NIVEL DE INSTRUCCIÓN EN PORCENTAJE						
PARROQUIAS	NINGUNA	CENTRO ALFABET.	PREESCOLAR	PRIMARIO	SECUNDARIO	EDUC. BAS.
ANDRADE MARÍN						
ATUNTAQUI	3.82	0.26	1.08	40.48	23.77	7.80
IMBAYA	5.11	0.61	1.65	45.45	20.78	9.52
NATABUELA	5.30	0.47	1.43	42.51	19.05	12.05
CHALTURA	4.90	0.45	1.43	41.68	18.73	12.44
SAN ROQUE	10.90	1.05	1.26	43.38	18.03	13.05
PARROQUIAS	BACHILLER	CICLO POSTBACH.	SUPERIOR	POSTGRADO	SE IGNORA	TOTAL
ANDRADE MARÍN						
ATUNTAQUI	6.34	0.81	14.32	0.59	0.82	100
IMBAYA	4.94	0.26	10.65	0.61	0.43	100
NATABUELA	6.90	1.02	10.21	0.37	0.70	100
CHALTURA	6.05	0.73	9.28	0.70	3.61	100
SAN ROQUE	4.39	0.70	5.59	0.07	1.63	100

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante

1.6.3. Entorno socioeconómico

La ciudad de Atuntaqui cuenta con una población medianamente equilibrada según datos del censo nacional 2010, casi no cuenta con cifras referentes a analfabetismo, siendo este un indicador muy importante para la ciudad; a esto se suma que hace aproximadamente 10 años la ciudad ha venido evidenciando un alto índice de empleo, debido a la gran producción textil a la que se dedican los habitantes de la ciudad.

a) Población económicamente activa

Entre las 5 principales actividades económicas a las que se dedica la Población Económicamente Activa PEA se destaca el sector de la Industria Manufacturera con el 28,04% seguida por la agropecuaria con el 15,98%.

Cuadro N° 7 Nivel de instrucción

POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA						
SEXO %	INDUSTRIA MANUFAC.	AGRICULTURA, GANADERIA, SERVICUTURA Y PESCA	COMERCIO AL POR MAYOY Y MENOR	CONSTRUCC	TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	TOTAL
HOMBRES	2495	2312	1314	1480	165	10980
%	22.72	21.06	11.97	13.48	6.97	
MUJERES	2826	720	2371	29	34	7994
%	35.35	9.01	17.15	0.36	0.43	
TOTAL	5321	3032	2685	1509	799	18974
% TOTAL	28.04	15.98	14.15	7.95	4.21	

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante

b) Servicios básicos

De acuerdo con la información proporcionada por el Alcalde del Municipio de Antonio Ante en cuanto a la dotación de servicios básicos el nivel de cobertura se encuentra:

Agua potable aproximadamente el 90%;

Alcantarillado 88%;

Energía eléctrica 98%;

Servicio telefónico 40%; y,

Recolección de basura 95%.

c) Industria

La Actividad industrial textilera es la más importante del cantón Antonio Ante, se destacan por diferentes fábricas y talleres de elaboración de prendas de vestir en diferentes materiales, diseños y precios; se caracteriza por poseer una de las mejores industrias textiles del país, cerca de 150 almacenes presentan sus mejores artesanías que son creaciones de alta calidad y precios bajos.

Cuadro N° 8 Escenarios de crecimiento de la actividad industrial

SUBSISTEMA VARIABLE	TENDENCIAL	PROBABLE 2019	DESEADO 2030
Producción textil	Condiciones laborales con limitaciones, no inserta a personas con discapacidades Nuevas colecciones de prendas textiles se producen temporalmente	Mejoradas condiciones laborales de trabajadores y se emplea de discapacitados Mejora la creatividad y el diseño de las prendas textiles	Todos los trabajadores cuentan con condiciones de trabajo adecuadas y las personas con discapacidad o sus familias operan en talleres textiles Innovacento provee de tecnología, diseños que marcan la moda a nivel regional y mercados seguros a la producción textil

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante

d) Agropecuaria

La Agricultura es la actividad económica principal de la cabecera parroquial, una zona apta para todo tipo de cultivos, estando como principales la caña de azúcar, tomate riñón, tomate de árbol, fréjol y toda clase de hortalizas y frutales.

Cuadro N° 9 Escenarios de crecimiento agropecuaria

SUBSISTEMA VARIABLE	TENDENCIAL	PROBABLE 2019	DESEADO 2030
Agropecuario	Producción de subsistencia	Cadenas agro productivas de hortalizas, frutales y maíz fortalecidas	Productos agropecuarios se transforman y comercializan

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante

d) Turismo

El turismo es una actividad asociada al descanso, a la diversión y al acceso a la cultura y a la naturaleza, puede constituirse en un medio de desarrollo local si se potencian los atractivos turísticos de un lugar para convertirlos en oferta turística.

La vegetación nativa del cerro Imbabura es una de las atracciones turísticas, posee una sorprendente belleza paisajística, incentiva a hacer también actividades al aire libre como ciclismo de ruta y de montaña, baño en aguas naturales, caminatas, observación de aves.

Otra de las atracciones que tiene relación con la industria textil es la fábrica Imbabura, posee maquinaria Inglesa y Alemana principalmente data de los años veinte y, se ha convertido en uno de los principales recursos turísticos del cantón, otro atractivo es la línea y estación del ferrocarril que actualmente se encuentra fuera de servicio, la línea férrea que atraviesa al cantón luego de su rehabilitación sería un importante medio de transporte para fines turísticos y el santuario del Señor del Santo Sepulcro, es una de las Arquitecturas Religiosas que posee el cantón ya que data de 1898.

Cuadro N° 10 Sitios Turísticos

SITIOS TURISTICOS

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	RECURSO
Sitios Naturales	Montañas	Volcanes	Volcán Imbabura
	Planicies	Valles	Valle del río Ambi. Valle de Santiago del Rey.
	Ríos	Rápidos o Raudales y Riveras.	Río Ambi, sus riveras y vertientes de agua mineral.
Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	Museo, Fábrica Textil Imbabura.
	Cultural	Zona Arqueológica	Complejo histórico de Tolas (Pailatola, Orozcotola, Pupotola, etc).
			Camino del Chasqui y puente de Arcos.
	Etnografía	Grupos Étnicos	Cultura Natabuela.
	Cultura	Manifestaciones Religiosas, Tradicionales y Creencias Populares	Semana Santa.
			Corpus Cristi.
			Día de difuntos
			Festividades de fin de año (desfile de comparsas)
	Gastronomía	Comidas y Bebidas Típicas	Fiestas de Inti-Raymi (San Roque).
			Fritada de Atuntaqui Cuyes de Chaltura. Helados de crema con cosas finas (suspiros, rosquetes, mojicones, panuchas).
	Realizaciones Técnicas y Científicas	Obras Técnicas	Estación y línea del ferrocarril
	Acontecimientos Programados	Fiestas	Diseño Industrial
Almacenes textiles (Atuntaqui)			
Concurso de riña de gallos			
Gran Paseo del Chagra.			
Caminata Arrieros por Siempre.			
Competencia de Coches de Madera.			
Pelota Nacional.			
Feria de Comidas Típicas.			
Expoferia Atuntaqui (Industrial, Textil, Artesanal, Gastronómica, Agropecuaria).			
Competencia de vehículos 4x4 (pista de Alobuela).			

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante

1.6.4. Manejo ambiental

El cantón Antonio Ante aplica políticas para el correcto manejo del sistema ambiental.

a) Contaminación

Concertación sobre la contaminación industrial, agropecuaria y visual acorde a la normativa legal con mínimas políticas públicas en aras de contar con un ambiente sano, es primordial, el turista que llega al cantón especialmente a Atuntaqui es exigente puesto que sale de Quito buscando otras alternativas a lo que viven en las grandes ciudades, por ello el manejo de los desperdicios de la industria textil, de los agro químicos y de la rotulación es necesario a corto tiempo, con las debidas ordenanzas. De

igual manera es vital continuar y ampliar el manejo integral de los desechos sólidos en todas las parroquias.

b) Conservación de recursos naturales

Conservación y manejo sustentablemente los recursos naturales especialmente garantizar la permanencia de los bosques y vegetación de los territorios del Taita Imbabura como también de quebradas y sitios donde existan vertientes, puesto que esto contribuirá a mantener el agua de donde se abastece la población con serios problemas (vertientes y subterránea). De igual manera contribuirá a que el agua de riego continúe siendo un insumo vital para una de las principales actividades económicas del cantón la agricultura. Tanto el agua de consumo como de riego deben ser de calidad.

En la fauna representativa principalmente se destacan aves es común encontrar a la “garza del ganado” *Bubulcus ibis* que generalmente busca las zonas de cultivos, “gallinazo común” *Coragyps atratus*, los gavilanes *Buteo polyosoma*, *Parabuteo unicinctus* y otros. Son abundantes las “torcazas” *Columba fasciata*, “tórtolas” *Zenaida auriculata*, “cuturpilla” *Columba passerina*, “jilgueros” *Spinus magellanicus*, “guiragchuros” *Pheucticus chrystogaster*, “sigcha” *Tangara xanthocephala*, “rigcha” *Thraupis bonariensis*. Los anfibios y reptiles más comunes son la “rana verde” *Gastrotheca riobambae*, “rana” *Telmatobius niger*, “guagsas” *Stenocercus* sp., “lagartija minadora” *Proctoporus unicolor*, “lagartija de jardín” *Pholidobolus montium*, “falsos corales” *Lampropeltis triangulum*, “raposas” *Didelphis azarae*, “ardillas” *Sciurus granatensis*, “conejos” *Sylvilagus brasiliensis*, “zorillos” *Conepatus chinga*, chucuris *Mustela frenata*, ratones *Thomasonii* sp., *Reithrodontomys* sp, *Phylloti* sp.

La flora representativa está determinada por las siguientes especies: "Chilca" (*Baccharis polyantha* y *B. spcs.*), "saúcos" (*Cestrum quítense* y *C. peruvianum*), árboles aislados de "capulí" (*Prunus serótina* var. *salicifolia*), "nogal" (*Junglans neotropica*), "sauce" (*Salix humboldtiana*). En las áreas

arenosas y secas se destacan los "guarangos" (*Tara spinosa*), "guaranguillos" (*Mimosa quitensis*), "espinos" (*Acacia macrantha*), el "molle" (*Schinus molle*), el "chamano" (*Dodonaea viscosa*), la "mosquera" (*Crotón wagneri*), el "cabuyo" blanco (*Fourcroya andina* y *F. spcs.*), el "cabuyo" negro (*Agave americana* y *A. spc.*), cúmulos de "sábila" (*Aloe vera*) varias especies de *Opuntia* o "tuna" (*Opuntia ferox*, *O. cilíndrica*, *O. tuna*, etc.). *Plantago* sp, *Bidens leucantha*, *Taraxacum officinale*, *Bidens humilis*, entre otras especies menores.

1.7. Determinación de aliados, oponentes, riesgos y oportunidades

1.7.1 Aliados

- **Ministerio de Turismo del Ecuador**

El Ministerio de Turismo, como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador, desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.

- **Municipio de Antonio Ante**

El municipio de Antonio Ante busca el fortalecimiento de las redes turísticas amigables a la sostenibilidad, conservación, y conocimiento del patrimonio natural. En los últimos años se ha impulsado y se ha visibilizado las potencialidades turísticas del cantón con el propósito de articular el turismo que llega a Atuntaqui particularmente para su integración con el agroturismo de Imbaya, comunitario de San Roque y Natabuela, gastronómico de Chaltura y cultural de Andrade Marín. Por lo tanto, es necesario implementar las rutas turísticas con los respectivos paquetes.

- **Instituciones Financieras**

Las instituciones financieras buscan financiar el emprendimiento de negocios para así contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad.

- **Proveedores**

Abastecen que se necesita, en el tiempo requerido, con la calidad y el precio adecuado

- **Fincas de agroturismo y casas comunitarias del cantón Antonio Ante**

Intercambiar conocimientos de cultura, agropecuaria, turismo y comercialización, para lograr fortalecer la oferta agroturística del cantón Antonio Ante.

1.7.2 Oponentes

- **Resistencia por parte de comuneros**

Resistencia al cambio por parte de la población vecina al lugar a construir la granja turística.

- **Vías de acceso**

Al ser un sector agrícola y alejado de la ciudad el ingreso es a través de vías de tercer orden

- **Competencia desleal**

Competencia desleal de parte de propietarios de negocios similares en cuanto a ofrecer el mismo servicio a precios bajos ya por incumplimiento de obligaciones tributarias.

- **Tasas de interés, plazos y políticas financieras inestables.**

Debido a la inestabilidad política y económica del país las instituciones financieras se ven obligadas a cambiar sus políticas y tasa de interés de acuerdo a los mandatos del gobierno.

1.7.3 Riesgos

- **Mano de obra no capacitada**

Al ser Antonio Ante un cantón industrializado la mayor parte de la población se ocupa en talleres y fábricas textiles dejando de lado las demás actividades productivas

- **Elevado nivel de inversión**

Al ser un proyecto agroturístico involucra una alta inversión debido a la variedad de áreas de infraestructura como son: agrícola, pecuaria, hospedaje, restaurante y recreativa

- **Bajo nivel de aceptación del servicio por parte del turista**

El cantón Antonio Ante es considerado como una ciudad de paso por ende el lograr que el visitante opte por los paquetes turísticos a ofrecer no es un trabajo fácil.

- **Inestabilidad económica,**

Poca afluencia de turistas y por ende las ventas no sean las esperadas.

1.7.4 Oportunidades

- **Necesidad de sano esparcimiento**

En la actualidad existe un crecimiento de enfermedades causadas por la vida sedentaria y el estrés de la ciudad, por lo que se considera una

oportunidad de aceptación del paquete turístico en la tranquilidad de la naturaleza

- **Preferencia cultivos orgánicos**

Es una oportunidad las diversas campañas de alimentación saludable es por eso que la granja turística cultivara de forma orgánica y por ende la alimentación será rica en proteínas

- **Crecimiento del turismo**

Según el PLANDETUR Ministerio de Turismo del Ecuador el crecimiento del turismo es de 2,10% anual, por cuanto existe la oportunidad de que la granja turística amplíe sus servicios.

- **Provincia turística.**

La provincia de Imbabura tiene grandes atractivos turísticos y por ende existe concurrencia de visitantes especialmente de las grandes es una oportunidad de hospedar a estos turistas.

1.8 Resultado del diagnóstico

De acuerdo al diagnóstico situacional realizado, se puede identificar que en el cantón Antonio Ante existe de ventajas para llevar a cabo el proyecto como: la ubicación geográfica apta para el cultivo de plantas alimenticias y el crecimiento de animales de granja, además existe paisajes naturales para el desarrollo de la recreación.

Se puede incursionar en este mercado ofreciendo un servicio innovador y de excelente calidad, es decir que satisfaga las necesidades y expectativas del cliente.

Los servicios básicos que se proveen en la ciudad cumplen con las características de calidad y contribuyen de manera positiva para e adecuado funcionamiento de la empresa.

El cantón Antonio Ante desarrolla el turismo a través de políticas que impulsan las potencialidades turísticas con el propósito de articular el turismo que llega a Atuntaqui particularmente para su integración con el agroturismo

Las situaciones antes mencionadas constituyen condiciones suficientes

para la formulación y creación del proyecto de inversión denominado
**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA
TURISTICA EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE PROVINCIA DE
IMBABURA**

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Empresa

2.1.1 Concepto

La empresa para (MÉNDEZ MORALES , 2007, pág. 19) es: "La unidad básica de producción, es decir, un conjunto sistemático de recursos humanos, financieros, técnicos y de información que le permiten participar activamente en el proceso económico de la sociedad".

La empresa es una entidad dedicada a la producción de bienes o servicios, mediante una correcta combinación de recursos materiales, humanos y tecnológicos para lograr satisfacer las necesidades del ser humano y obtener beneficios económicos.

2.1.2 Clasificación

Existen algunos criterios para clasificar las empresas resaltando las siguientes:

A) Según su actividad

- **Comerciales:** Son aquellas empresas que compran mercadería para volverla a vender sin haber sufrido ningún tipo de transformación.
- **Servicios:** Utiliza una habilidad personal para satisfacer las necesidades de comunidad, muchas veces estos servicios pueden ser sin fines de lucro.

- **Industriales:** Se transforma la materia prima en nuevo objeto. La fabricación es artesanal o industrial, es decir con apoyo de equipos pequeños o grandes máquinas.

- **Agropecuarias:** Son aquellas que explotan en grandes cantidades los productos agrícolas y pecuarios.

B) Según su capital

- **Público:** Su capital se origina del Estado o Gobierno.

- **Privado:** Son aquellas en que el capital proviene de particulares.

- **Economía Mixta:** El capital procede una parte del Estado y la otra de particulares.

C) Según el tamaño

- **Pequeñas:** Es aquella que maneja escaso capital y pocos empleados, se caracteriza porque no tiene bien definida las funciones. En la contabilidad se maneja poca información.

- **Mediana:** En este tipo de empresa existe una mayor división del trabajo, su información contable es más amplia.

- **Grande:** Es la mayor organización, posee personal técnico especializado. En este tipo de empresa existe una gran división y especialización del trabajo.

D) Según la integración del capital o número de socios

(ZAPATA SÁNCHEZ, 2011, págs. 252 - 256) clasifica a las empresas según la integración del capital de la siguiente manera:

- **Unipersonales:** el capital es el aporte de una sola persona.

- **Sociedades:** Aporte de capital por personas jurídicas o naturales:

- **Sociedad de personas:** es la asociación de dos o más individuos para emprender como copropietarios de un negocio con fines de lucro.
- **Sociedades de Capital:** son aquellos seres artificiales, invisibles, intangibles, y cuya existencia es puramente de índole jurídica.
- **Sociedad Anónima:** es una sociedad cuyo capital se encuentra dividido en acciones negociables, está formada por los aportes de socios, que responden únicamente por el monto de su inversión expresa y evidente.
- **Cía. Limitada:** se trata de sociedades de familiares o amigos de confianza que se unen con el fin de hacer empresa.

2.2 Turismo

2.2.1 Concepto

(ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, 2007), manifiesta que: “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.”

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

2.2.2 Elementos del turismo

Elementos se deben tener en cuenta para el desarrollo de la actividad turística:

2.2.2.1 Turista

(QUESADA CASTRO, 2007, pág. 6) Manifiesta: " la persona que viaja a otro lugar distinto al de su domicilio, la duración del viaje así como la permanencia en el destino, debe ser superior a veinticuatro horas y menor a seis meses".

Se denomina turista a la persona que sale de su residencia por diferentes motivos y que permanece en otro lugar diferente a su domicilio por más de 24 horas y menos de seis meses.

2.2.2.2 La oferta turística

(GÒMEZ MARTÌN, Belèn; LÒPEZ PALOMEQUE , 2007, pág. 45) manifiesta que la oferta turística es:" un conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística".

La oferta turística es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico, en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

2.2.2.3 El espacio geográfico

(GÒMEZ MARTÌN, Belèn; LÒPEZ PALOMEQUE , 2007, pág. 31) Manifiesta que el espacio geográfico es:" Base física donde tiene lugar el encuentro entre la oferta y la demanda turística, además puede

actuar como factor de localización, recursos y como factor de atracción turística”.

Espacio geográfico es un lugar donde se asienta la oferta turística y hacia el que acude la demanda.

2.2.2.4 Operadores turísticos

(GÒMEZ MARTÍN, Belèn; LÒPEZ PALOMEQUE , 2007, pág. 51) Manifiesta que el espacio geográfico es:” Aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda”.

Operadores turísticos son empresas que participan en la actividad turística, como intermediarios entre el consumidor final y el producto turístico.

2.2.3 Clasificación del turismo

(QUESADA CASTRO, 2007, pág. 101) Clasifica el turismo de la siguiente manera:

2.2.3.1 Según el ámbito geográfico:

- **Nacional:** son los viajes realizados por las personas nacidas y residentes de un país, dentro de su territorio.
- **Internacional:** son viajes realizados por las personas que visitan una nación distinta a la que habitan.

2.2.3.2 Según la organización:

- **Organizado:** significa viajar con todo organizado como: tener objetivo de viaje, seguridad en el viaje, transporte, tiempos planeados, entre otros.

- **No organizado:** son viajes emprendidos por personas que seleccionan libremente sus destinos, servicios y actividades turísticas.

2.2.3.3 Según la duración:

- **Excursionistas:** son los visitantes que permanecen menos de veinticuatro horas en el destino.
- **Turistas:** son los visitantes que permanecen más de veinticuatro horas y menos de seis meses en el destino.

2.2.3.4 Según la motivación de viaje:

- **Turismo cultural:** es practicado por quienes viajan motivados por el disfrute y la permanencia en aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos.
- **Turismo deportivo:** las personas que viajan dentro de esta modalidad, lo hacen motivados de: participación como espectadores de eventos deportivos internacionales, para practicar alguna actividad deportiva.
- **Turismo de placer:** las personas viajan principalmente por el deseo de divertirse y disfrutar de lo que se hace.
- **Turismo de salud:** lo practican personas que viajan a un destino caracterizado por las condiciones y facilidades para el descanso y la recuperación o para recibir un tratamiento que mejore las dificultades de salud en general.
- **Turismo Religioso:** las motivaciones de viaje son las tradiciones religiosas.
- **Turismo gastronómico:** la motivación de viajar es deleitar los platos típicos de las diferentes regiones.
- **Turismo Naturalista:** lo realizan las personas motivadas por conocer o disfrutar de un atractivo natural.
- **Ecoturismo:** sustenta los atractivos naturales y además contribuye con el cuidado de los recursos naturales.

- **Agroturismo:** se refiere a las diferentes actividades de esparcimiento que se puede realizar en el medio rural para tener contacto con la naturaleza, y disfrutar de las actividades involucradas en ella.

2.2.4 Turismo de naturaleza

(SECTUR, 2012) define al Turismo de Naturaleza a: “Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”.

El Turismo de Naturaleza son los viajes realizados por personas que viven en una tensión cotidiana, buscando distraerse y liberar el estrés de la ciudad en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de cada región.

2.2.5 Importancia del turismo en el Ecuador

Ecuador gracias a su posición geográfica es un destino incomparable para el desarrollo del turismo natural, y se caracteriza por su singular topografía, su diversidad de zonas climáticas, y una prolífica población de especies vegetales y animales; por lo que el sector turístico es una de las actividades económicas más importantes en muchos países; además, tiene una alta potencialidad para generar empleo, reducir la pobreza y unir culturalmente a los pueblos, ya que en un futuro el turismo estará llamado a remplazar la industria petrolera de nuestro país.

2.2.6 Turismo en Imbabura

Imbabura es una provincia ubicada en la zona norte de la región Sierra en ella sus residentes han desarrollado actividades industriales, comerciales,

empresariales y culturales vinculadas con el turismo, llegando a posicionarla como una de las “provincias turísticas” del Ecuador.

La Provincia Azul como es conocida Imbabura, por las espectaculares tonalidades azules que reflejan sus lagos, lagunas y cielo, colores que inclusive se proyectan sobre los relieves montañosos, llegando a inspirar a pintores y poetas, para recrear este color a través de sus pinceles y de sus emotivos versos.

Los cantones que integran la provincia: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuquí, se encuentran involucrados y esperanzados con una actividad turística, que les permita un desarrollo sostenible a través de cuidar y mantener sus patrimonios e incentivar un mayor número de visitas, de quienes se interesen por conocer el patrimonio natural, cultural y gastronómico que les identifica y diferencia de las restantes regiones del Ecuador.

Actualmente, los residentes de estos cantones, participan en iniciativas originadas en sus gobiernos seccionales, en sus organizaciones comunitarias o en acciones empresariales para impulsar el turismo comunitario y de haciendas, así como actividades artesanales, deportivas y sociales que están vinculadas al turismo, generando de esa manera mayores fuentes de trabajo que redundarán en el mejoramiento de la calidad de vida de quienes residen en esta región.

2.2.7. Atractivos turísticos del cantón Antonio Ante

(DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, 2011, págs. 1 - 5)

2.2.7.1. Fábrica textil Imbabura – patrimonio cultural del Ecuador

La edificación de la Fábrica, así como su maquinaria, gracias a la gestión Municipal han sido declaradas como “Patrimonio Cultural de la Nación”. El

rescate de este legado histórico cultural para la Provincia, su proyección como un elemento aglutinador de la rica cultura Imbabureña y su visión de sustentabilidad en el potencial turístico que posee, más aún con el proyecto de la rehabilitación del Ferrocarril del Norte con fines turísticos y de transporte, a pocos metros de la fábrica, se han convertido en los juicios para que la Municipalidad a través de la autogestión y los estamentos sociales del cantón Antonio Ante, prioricen la ejecución de este proyecto, mismo que, en un área de cerca de 38.000 metros cuadrados, ofrecerá una propuesta diferente atractiva a la visita turística, donde se recopilarán los valores culturales en espacios destinados a la ARTESANIA, MEDICINA POPULAR, GASTRONOMÍA, TEXTILERÍA MODERNA, DANZA, MUSICA Y LITERATURA.

2.2.7.2. Industria textil – almacenes comerciales

Precios bajos, calidad en el producto y cortesía en la atención, es lo que se encuentra en almacenes que le ofrecen ropa para toda la familia: camisetas, sacos, ropa deportiva, ropa interior, tendidos de cama, blusas en lana, punto y una gran variedad de material para su comodidad y la de su familia; a ello complementa la excelente calidad y acabado de la artesanía del calzado.

Es esta ciudad la que viste al 20% del Ecuador, a través de sus almacenes detalladamente decorados para el visitante, así como también de la feria textil de los días viernes y la movilización de sus productores a las principales ciudades del país para comercializar el excelente producto; la exportación de éste a países como Colombia, Perú, Chile, Costa Rica, Argentina, entre otros, demuestran el verdadero potencial industrial que es la ciudad de Atuntaqui y, que con justa razón y esforzado trabajo es reconocida como el “Centro Industrial de la Moda”

2.2.7.3 Las Tolas – los monumentos del recuerdo

Quedan para Antonio Ante las Tolas, que constituyen monumentos para el recuerdo permanente, de la lucha histórica por la libertad en los albores de la Historia Ecuatoriana.

La verdad que las tolas de Antonio Ante, además de su valor histórico, son también para la estética del suelo las más grandes y bellas de Imbabura y de Ecuador todo.

La “Orozco-tola”, casi una colina por su enorme volumen de tierra en cuya cima plana se ha construido el cementerio de la parroquia urbana de Andrade Marín. Conserva la tradición de que su seno es el sepulcro del héroe más real que legendario, el Shyri Cacha.

La de “Pupo-tola”, contigua a la anterior pero de menor proporción, de líneas armoniosas y formas redondas, nos habla del sentido artístico que tuvo el pueblo de los Atuntaquis o Tontaquis en la construcción de tolas. Sepulcro de la Reina Pacha hija del Rey Cacha; como podían estar alejados dos personajes reales que se amaron tanto, deberían estar juntos en la muerte como lo prueban sus tumbas reales unidas frente a frente.

La “Paila-tola” nombre que relaciona a la forma de una paila, ya que su cima es de superficie cóncava. El tambor de guerra, a cuyos pies se extendía la plaza de armas, donde los héroes de Atuntaqui, Otavalo, Caranqui, Cotacachi (de Imbabura toda) sembraron el germen prolífico de nuestra nacionalidad. Es la sagrada representación de la batalla de Atuntaqui.

Estas tolas entre otras, conforman un complejo que son el valor máximo que tiene Atuntaqui en la Historia Nacional, y por esto, además de su constante superación en camino franco hacia el progreso, es por mil títulos, ¡inmortal!

2.2.7.4 Desfile de comparsas – 31 de diciembre

La Corporación 31 de Diciembre es la institución encargada de la organización y coordinación de la festividad de fin de año, misma que inician a partir del 26 de diciembre con el tradicional “bando”, para continuar con un programa especial de las características antes mencionadas en el coliseo de la ciudad; la representación de la “agonía de papá” y terminar con el evento de mayor trascendencia como es el “desfile de comparsas” el 31 de diciembre en la tarde; en éste, cada institución da a conocer el talento humano y artístico, plasmándolo en una comparsa que se ha venido preparando meses atrás, para deleitar a todo el turismo nacional e internacional que se concentra para apreciar un espectáculo de primera clase, único en el Ecuador y con el toque de jocosidad característico de esta ciudad. Termina la jornada con la quema del año viejo en la noche previo a un programa especial en la Plaza Libertad.

2.2.7.5 Gastronomía

Parte importante de la cultura de Antonio Ante es la gastronomía: la exquisita y tradicional “fritada de Atuntaqui”, los sabrosos y crujientes “cuyes de Chaltura” platos que acompañados de mote, tostado, choclo, papas, deleitan los paladares más exigentes y dan a conocer a su vez el potencial agropecuario del cantón, como es la producción del maíz y sus heterogéneos productos resultado de una cosecha en un estado diferente. No en vano, González Suárez aseveró la traducción de la palabra “Atuntaqui” como “Granero Grande”.

2.2.7.6 Santuario del señor del Santo Sepulcro – manifestaciones religioso culturales.

Magna construcción ubicada en el centro de Atuntaqui. Dos torres frontales y una majestuosa cúpula en la parte posterior, imponen su presencia como la construcción más grande de la ciudad.

En su altar mayor se venera la imagen del Santísimo, y con especial devoción al Señor del Santo Sepulcro del cual toma nombre este majestuoso Santuario.

2.3 Gestión administrativa para empresas turísticas

2.3.1 Empresa turística

La empresa turística para (OSORIO, Maribel; CASTILLO Marcelino, 2006, pág. 44) es:” Son entidades que ejercen una tarea compleja de acuerdo con el tipo de servicio y producto que ofrecen, ya que pueden ir desde transportación y alojamiento hasta las actividades culturales y de recreación”.

Las empresas turísticas son aquellas que prestan sus servicios de una manera eficiente con una adecuada gestión de personal y organización de recursos para lograr la satisfacción del cliente.

2.3.2 Clasificación de las empresas de turismo

Las empresas de turismo para (BERASTAIN, 2006, pág. 34) se clasifican de la siguiente manera:

- ✓ **Empresas turísticas de alojamiento:** hoteles, hostales, apartamentos turísticos, haciendas, granjas, quintas, balnearios, paradores, entre otros.
- ✓ **Empresas turísticas de restauración:** restaurantes, cafeterías, salón de eventos, entre otros.
- ✓ **Empresas turísticas de mediación:** agencias de viajes, centrales de reservas, entre otros.
- ✓ **Empresas turísticas de servicios complementarios:** transporte, parques, espectáculos, museos casinos, entre otros.

2.3.3 Marketing turístico

Según (GUEVARA, 2012, pág. 134) el marketing turístico: “Se coloca al inicio del proceso de planificar un destino para poder hacer la entrega de valor a los visitantes. El proceso consiste primero en segmentar el mercado, luego seleccionar el objetivo apropiado y entonces desarrollar el posicionamiento de valor de la oferta, que sea significativo para los turistas, y con el posicionamiento psicológico, usar las herramientas de comunicación, para transformar las expectativas de los turista en decisiones de compra”.

Marketing turístico es entregar valor a los visitantes, atreves de una mezcla de producto, precio, plaza y pronación, de tal manera que el turista se sienta satisfecho de sus necesidades.

2.3.4 Gestión de la empresa turística

Según (RAMIREZ, 2007, pág. 296) la gestión de la empresa turística es: “la administración equivalente al factor económico, es decir busca el buen uso y rentabilidad de los recursos.

La gestión turística es aprovechar los recursos de la empresa de una manera eficiente, para obtener productos de excelente calidad y por ende una buena rentabilidad.

2.4 Granja

2.4.1 Concepto

Según (LINARES, 2007, pág. 16) una granja es: “un proyecto de vida para las familias asentadas en el campo, que además de asegurar una alimentación abundante y rica en proteínas, vitaminas y minerales, le enseña a cada uno de sus integrantes a vivir con armonía con la naturaleza, preservando el medio que lo rodea, respirando aire puro, evitando la tala de bosques, conservando los nacimientos de agua y propiciando el mejoramiento de las tierras y de los cultivos.

Una granja es una zona de tierra, incluyendo las diversas estructuras, dedicada principalmente a la práctica de la producción y gestión de la alimentación (producción, granos o ganado), fibras y cada vez más de combustible. Es la planta de producción de base en la producción de alimentos.

2.4.2 Componentes de la finca integral

Según (CADAVID, 2008, pág. 56) Una granja está constituida por varios componentes, los mismos que poseen un grado de importancia equitativo, de tal forma que éstos se complementan unos con otros y la falta de alguno de ellos conlleva a un desequilibrio del sistema; es decir, la granja no funciona.

Los componentes de una granja están íntimamente relacionados y el desequilibrio de un componente puede llevar al fracaso de toda la granja.

2.4.2.1 Vivienda

Según (FORRERO BARRERA, 2006, pág. 34) la vivienda en las zonas rurales:” tienen una connotación diferente que en las urbes. Mientras en la ciudad se pone énfasis en la estética y la ubicación, en el campo se debe priorizar la comodidad, amplitud y salubridad de las casas para ofrecer comodidad a los habitantes de la misma y así incentivar el buen desempeño del campesino en las labores cotidianas.

La vivienda de una granja debe ser cómodas y acordes a la zona de ubicación es decir si la granja es en la Sierra debería tener una estructura abrigada y sobre todo que brinde comodidad para desarrollar las actividades agropecuarias.

2.4.2.2 Infraestructura

Según (MUNDO PECUARIO, 2009) para montar la infraestructura de la granja se debe tomar en cuenta:” la funcionalidad y el presupuesto destinado para tal propósito, el mismo que debe estar acorde a la realidad económica del campesino, debido a que generalmente éste no está en capacidad de asumir grandes costos.

La granja debe tener una infraestructura adecuada a la comodidad y presupuesto del propietario, por lo que se debe optar por materiales de construcción duraderos y de bajo costo.

2.4.2.3 Bodega

Según (CADAVID, 2008, pág. 59) las bodegas:” Deben ofrecer protección adecuada a productos, insumos, maquinaria y herramientas contra las inclemencias del clima, principalmente en las zonas cálidas y templadas donde hay mucho riesgo de deterioro.

Deben tener una adecuada ventilación pero no deben permitir el ingreso directo de corrientes de aire muy húmedo.

La bodega de una granja debe tener el diseño adecuado de manera que permita un almacenaje de productos y herramientas de manera ordenada y segura.

2.4.2.4 Galpones

Según (TERRANOVA , 2006, pág. 35) los galpones: “Para explotación avícola, porcina, cunícola o cavícola (cuyes), se deben construir en sentido NORTE-SUR, con el propósito de aprovechar de mejor manera el calor solar, principalmente en las primeras horas de la mañana y en las últimas de la tarde, y así asegurar un desarrollo adecuado de los animales que se produzcan”.

Para la construcción de galpones se debe tener en cuenta las condiciones tanto en temperatura, orden y fácil acceso, que permita a los animales el desarrollarse de manera eficiente.

2.4.2.5 Establos

Según (CADAVID, 2008, pág. 60) los establos:” Deben ser lo suficientemente funcionales y cómodos para el ganado, no importa el material del que estén contruidos.”

Los establos son lugares apropiados para el cuidado de animales como vacas y caballos, ya que facilita la alimentación, aseo y manejo de los animales.

2.4.2.6 Corrales

Según (TERRANOVA , 2006, pág. 37) los corrales:” se utilizan principalmente para el manejo de terneros, cerdos, cabras u ovejas, los materiales y medidas son diversos pero se deben tomar en cuenta las áreas para cada animal de acuerdo a la especie y la edad.

Los corrales al igual que los establos son lugares apropiados para la alimentación, aseo y facilidad de manejo de los animales como los cerdos, cabras, chivos, entre otros.

2.4.2.7 Jaulas

Según (CADAVID, 2008, pág. 60) las jaulas se utilizan:” Para la crianza de conejos, cuyes y gallinas ponedoras, los materiales de construcción son diversos, van desde malla de alambre hasta madera, todo depende de la disponibilidad del material en la zona y la capacidad de compra del agricultor”.

Las jaulas son lugares apropiados para la crianza de aves.

2.4.2.8 Redes de abastecimiento de agua

Según (OSORIO, D; ROLDÁN, G;, 2009, pág. 43) las redes de abastecimiento de agua:” Son de vital importancia para asegurar el adecuado abastecimiento de agua en la granja, consiste principalmente en tanques reservorios, tanque de captación-sedimentación, manguera o tubería, accesorios y de ser necesario una bomba de impulso.

Las redes de abastecimiento de agua son los estanques que permiten el almacenamiento de agua, de tal manera que los sembríos de la granja no sufran sequías.

2.4.2.9 Estanques para desechos líquidos

Según (OSORIO, D; ROLDÁN, G;, 2009, pág. 44) los estanques para desechos líquidos son:” Compuestas casi en su totalidad por desechos animales y se destinan como fertilizante o para la producción de biogás. Las dimensiones y modelo serán determinadas de acuerdo al tamaño de las explotaciones, la cantidad de desecho generada y las características del lugar de construcción del estanque.”

Los estanques para desechos sólidos son tanques especiales dentro de la tierra que permite dar un tratamiento adecuado a los desechos sólidos de los animales.

2.4.2.10 Cercas

El modelo más popular de cercas, debido a su bajo costo, seguridad y facilidad de construcción y mantenimiento es el construido con postes y alambre de púas, el mismo que se lo utiliza para dividir potreros, algunas parcelas y los límites de una finca. Un inconveniente que presenta este tipo de cercas es el poco tiempo de vida útil de los postes de madera; para prolongar su vida útil se pueden utilizar plantas arbustivas destinadas para cercas como el conocido lechero, que se pueden aprovechar como fuente de proteínas para los animales, o árboles frutales como naranja, guaba, guayaba, etc., que pueden servir como fuente de ingreso adicional o sustento para el campesino y su familia.

2.4.2.11 Flora y fauna nativa de la región

Según (NIETO, 2007, pág. 87), las especies vegetales y animales propios de la zona tienen gran importancia para la granja integral, ya que muchas de estas especies cumplen funciones importantes; por ejemplo, hay especies animales que polinizan los cultivos de la granja, otras controlan la población de plagas y enfermedades en las

explotaciones agropecuarias, también pueden proveer de carne al campesino, etc. También las especies vegetales cumplen con funciones muy importantes: sirven de refugio y fuente de alimentos para aves y otros animales, aportan con materia orgánica al suelo, pueden tener propiedades repelentes contra plagas y también medicinales para aliviar ciertas dolencias, proveen de madera al campesino y pueden servir como fuente de energía; es decir, todas las especies nativas pueden ayudar al agricultor y abaratar costos de producción. Además, se pueden implementar programas de agroecoturismo y obtener ingresos adicionales para la granja”.

La flora y fauna de la región son los animales y plantas que se cultivan y crían en la región para el sustento económico y alimenticio de los pobladores.

2.4.2.12 Suelo

Tal como lo mencionan (DE MOYA, J; VALENCIA , F;, 2008, pág. 45), el suelo es el elemento donde se asentarán los demás componentes de la finca integral y aportará con el sustento, agua y nutrientes para los cultivos que allí se asienten. Al suelo se lo define como la acumulación de partículas, minerales y de materias orgánicas que suministran apoyo y substancias nutritivas a las plantas.

El suelo es la tierra fértil que permite un excelente cultivo de las frutas, legumbres y hortalizas.

2.4.2.13 Agua

Según (BOYER, 2009, pág. 70) el agua es:” Un elemento vital para la conservación de las funciones biológicas de los seres vivos, es considerada como la matriz de la vida”.

El agua es el elemento fundamental para el mantenimiento de una granja, ya que todo ser vivo necesita del líquido vital.

2.4.2.14 Personas

Según (LINARES, 2007, pág. 23), son los componentes de la finca encargados de organizar, implementar, producir y controlar el buen desempeño de cada uno de los de los elementos que también conforman la granja, así como del cuidado de los recursos naturales que allí se encuentren.

Las personas son los encargados de la organización, producción y control del desempeño de cada uno de los elementos de la granja.

2.4.3 Granja turística

una Granja Turística Es un establecimiento en el área rural donde se ofrecen distintas actividades de esparcimiento, tales como hospedaje, interacción con animales de granja, degustación y venta de alimentos típicos, hospedaje y se les permite a los turistas realizar actividades de granja como por ejemplo: dar de comer a los animales, ordeñar las vacas, cosechar los productos agrícolas.

Granja turística es un lugar natural donde se desarrolla actividades agrarias y pecuarias, que permite a los visitantes involucrarse en sus actividades.

2.5 Estudio de mercado

Según (STANTON; WILLIAM , J, 2007, pág. 177) el estudio de mercado es:” Todas las actividades que le permite a una organización obtener la información que necesita para tomar decisiones concernientes a su ambiente, mezcla de marketing y clientes presentes y potenciales, es decir el estudio de mercado es el desarrollo, interpretación y comunicación de la información orientada

a las decisiones para su uso en todas las fases del producto de marketing”.

El estudio de mercado es determinar la oferta y la demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización para la toma de decisiones de la viabilidad del proyecto.

2.5.1 Mercado

KOTLER, P. y ARMSTRONG, G. (2008). Fundamentos de la Marketing, Octava Edición en español, Pearson Educación S.A, México.

Según (KOTLER, P & ARMSTRONG, G, 2008, pág. 8), un mercado es: “El conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o deseos determinados que se pueden satisfacer mediante relaciones de intercambio”.

Es un lugar donde compradores y vendedores intercambian bienes para satisfacer sus necesidades.

2.5.2 Producto

(STANTON; WILLIAM , J, 2007, pág. 726) al producto lo define como: “Conjunto de atributos tangibles o intangibles, que pueden incluir empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y reputación del vendedor. Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar o una idea de una persona”.

El producto es un objeto que se puede ofrecer a un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

2.5.3 Demanda

(BACA URBINA, 2010, pág. 15) define a la demanda como: “La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”

La demanda es la cantidad de un bien que el comprador está dispuesto a adquirir para satisfacer sus necesidades y deseos.

2.5.4 Oferta

Según (BACA URBINA, 2010, pág. 41) la oferta es:” La cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

La oferta es la cantidad de un producto q las empresas manufactureras o prestadoras de servicios estarían dispuestas a intercambiar con el demandante a un precio determinado.

2.5.5 Precio

Según (BACA URBINA, 2010, pág. 44) el precio es:” Cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

Es la cantidad monetaria que el comprador está dispuesto a pagar por un bien o servicio.

2.5.6 Comercialización

Según (BACA URBINA, 2010, pág. 54) la comercialización es:” La actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que el espera con la compra de un producto.”

Comercialización es la forma en que un bien o servicio se coloca en el sitio y momento adecuado para que pueda llegar al consumidor.

2.5.7 Distribución

Según (BACA URBINA, 2010, pág. 69) la distribución es:” La ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria, en cada intermediario o punto que se detiene la trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información”.

Distribución es la ruta con intermediarios que el producto recorre para hacer llegar al consumidor final, en cada transacción entre intermediarios existe un pago.

2.5.8 Publicidad

Según (KOTLER, P & ARMSTRONG, G, 2008, pág. 363) se define a la publicidad como:” Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes, o servicios por un patrocinador no identificado”

Puede llegar a masas de compradores dispersos geográficamente a un costo de exposición bajo, y también permite al vendedor repetir un mensaje muchas veces.

2.6 Estudio técnico e ingeniería de proyectos

Según (MURCIA, 2009, pág. 124) el estudio técnico es: “Determinar si el bien o servicio que el proyecto va a ofertar pueda ser producido o comercializado con la tecnología disponible y asequible para el inversionista, en la cantidad y calidad proyectadas y en la localización seleccionada a un costo competitivo.

El estudio técnico se refiere al bien o servicio que el proyecto va a ofrecer desde el punto de vista de la función y del proceso de producción, ya que determina la necesidad de capital, mano de obra, tecnología, tamaño de la planta y una correcta organización de los recursos.

2.6.1 Tamaño del proyecto

Según (CÓRDOBA, 2006, pág. 211) el tamaño del proyecto es: “La capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento, entendiéndose como capacidad de producción al número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”.

Se entiende por tamaño de proyecto a la capacidad de unidades producidas durante un periodo de tiempo, haciendo uso de los recursos requeridos que generan costos de inversión y operación, el tamaño de proyecto debe ser el adecuado de manera que nos permita maximizar la rentabilidad de la inversión a realizar.

2.6.2 Localización del proyecto

Según (CÓRDOBA, 2006, pág. 222) la localización del proyecto es: “Determinar el lugar donde el proyecto lograra la máxima utilidad o el mínimo costo. Por ello la decisión de donde ubicar el proyecto debe obedecer no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso de preferencias emocionales; tomando en cuenta los siguientes factores: medios y costos de transporte, disponibilidad y costos de mano de obra, cercanía de las fuentes de abasto, cercanía de mercado, factores ambientales y climáticos, topografía de suelos, disponibilidad de agua, luz y otros suministros, comunicaciones ,entre otros”

La localización del proyecto se refiere a la selección adecuada de la ubicación estratégica del proyecto, tomando en cuenta los factores como: medios y costos de transporte, disponibilidad y costos de mano de obra, cercanía de las fuentes de abasto, cercanía de mercado, factores ambientales y climáticos, entre otros; lo que permitirá reducir costos y por ende maximizar las ganancias de la empresa.

2.6.3 Ingeniería del proyecto

Según (CÓRDOBA, 2006) ingeniería de proyecto lo define de la siguiente como: “El conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto. La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidas, así como también de almacenamiento y distribución de productos, de métodos de diseño, de trabajos de laboratorios, de empaques de

*productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución.
Pág. 240*

La ingeniería de proyecto se refiere a la combinación adecuada de los recursos materiales, humanos y tecnológicos disponibles en la empresa para la fabricación del producto o prestación del servicio en las cantidades definidas por el productor.

2.7 Estudio financiero

Según (MURCIA, 2009, pág. 300) el estudio financiero consiste en: "Determinar la rentabilidad comercial del proyecto a precios de mercado, es decir se analiza la cuantificación de los ingresos y los egresos se hace con base en las sumas de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir."

El estudio financiero es medir lo que el proyecto gana o pierde en función de los ingresos y egresos estimados que obtendrá el proyecto durante su periodo de vida útil.

2.7.1 Capital de trabajo

Según (REY J. , 2009, pág. 16) Capital de trabajo es: "El valor de las aportaciones ya sean en efectivo o en bienes, hechas por el propietario o los socios de la empresa para su normal funcionamiento". Pág. 16

El capital de trabajo son los bienes tangibles e intangibles con los que una empresa cuenta para desarrollar sus actividades.

2.7.2 Ingresos

Según (REY J. , 2009) ingresos es: “La enajenación de bienes y la prestación de servicios que son objeto de tráfico de la empresa; comprende también otros ingresos, variación de existencias y beneficios del ejercicio”.

Los ingresos son todas las entradas de efectivo que tiene una empresa por la venta de productos o la prestación de servicios.

2.7.3 Egresos

Según (ZAPATA SÀNCHEZ, 2011, pág. 484) egresos son: “Los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien de nacimiento o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio neto, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio”.

Los egresos son todos los desembolsos de efectivo que la empresa realiza para el normal desenvolvimiento de las actividades.

2.7.4 Costos

Según (BACA URBINA, 2010, pág. 139) los costos es: “Un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual”.

Los costos son todos los desembolsos de efectivo que la empresa realiza exclusivamente para la fabricación de los productos.

2.7.4.1 Materia prima

Según (RINCÓN, Carlos Augusto; LASSO, Giovanni; PARRADO, Álvaro; 2010, pág. 76). “Son materiales utilizados en el proceso de fabricación de los bienes destinados para la venta, adquiridos para ser usados en el proceso de fabricación”.

La materia prima son todos los materiales tanto directos e indirectos que se utilizan para la fabricación de los productos.

2.7.4.2 Mano de obra

Según (RINCÓN, Carlos Augusto; LASSO, Giovanni; PARRADO, Álvaro; 2010, pág. 65) “Esfuerzo del trabajo humano que se aplica a la elaboración del producto: se divide en mano de obra directa y mano de obra indirecta”.

La mano de obra es el pago a los trabajadores que intervienen directa e indirectamente en la fabricación del producto.

2.7.4.3 Costos indirectos

Según (RINCÓN, Carlos Augusto; LASSO, Giovanni; PARRADO, Álvaro; 2010, pág. 184). “Son todos los costos de fabricación que no se pueden asociar directamente con el producto o es complejo asociarlos con precisión. Los costos indirectos son asignados al producto por prorrateo a cada orden de producción”.

Los costos indirectos de fabricación son los materiales y mano de obra que intervienen en pequeñas cantidades en la fabricación del producto.

2.7.4.4 Gastos administrativos

Según (BRAVO, 2009, pág. 75) los gastos administrativos son: “Todos los gastos que se relacionan en forma directa con la oficina o departamento administrativo, tales como: sueldos, arriendos, aportes patronales IESS, componentes salariales, depreciaciones, amortizaciones, consumos, seguros, servicios públicos (gastos generales) e impuestos, entre otros”.

Los Gastos Administrativos son aquellos desembolsos de dinero que la empresa realiza para desarrollar las actividades administrativas.

2.7.4.5 Gastos financieros

Según (BRAVO, 2009, pág. 193) los gastos financieros, “Se relacionan con los intereses que paga la empresa a los bancos o financieras por los préstamos concedidos para su financiamiento”.

Los Gastos financieros son aquellos desembolsos de dinero que la empresa realiza para pago de interés de préstamos bancarios.

2.7.4.6 Gastos de ventas

Según (BRAVO, 2009, pág. 193) son: “Todos los gastos q se relacionan directamente con la oficina o departamento de ventas, tales como: sueldo personal de ventas, beneficios sociales personal de ventas, publicidad, comisiones, cuentas incobrables, seguros, gastos generales, depreciaciones y otros gastos relacionados con el departamento de ventas”.

2.7.4.7 Depreciaciones

Según (ZAPATA SÁNCHEZ, 2011, pág. 182) la depreciación es: “El termino contable que denota desgaste físico de activos tangibles por el uso normal o intensivo realizado por el propietario o por terceros; este gasto está asociado a la utilización del bien en los propósitos técnicos para los cuales fue construido”.

Las depreciaciones son el gasto por el desgaste físico de un bien durante su vida útil.

2.7.5 Estados financieros

Según (ZAPATA SÁNCHEZ, 2011, pág. 60) los estados financieros son:” Los reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”.

Los estados financieros son un resumen de la actividad económica que tiene una empresa durante un periodo de tiempo.

2.7.6 Indicadores de evaluación financiera

2.7.6.1 Valor actual neto (VAN)

Según (PRIETO, 2009, pág. 194) el valor actual neto es:” El flujo de caja actualizado, es decir la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados del proyecto. Es la suma algebraica de ingresos y egresos, medida en dinero de hoy, es decir en el momento cero. Es el índice más seguro y puede asumir un valor positivo, negativo o nulo. La tasa a utilizar para su cálculo es generalmente la tasa de oportunidad.

El valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

2.7.6.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Según (PRIETO, 2009, pág. 195) es la medida de rentabilidad más adecuada. Es la tasa de interés que produce un VPN igual a cero. Es la tasa de interés que devengan los dineros que se mantienen invertidos en el proyecto. Es una característica propia del proyecto independiente de la situación del inversionista en relación con su tasa de interés de oportunidad.

La tasa interna de retorno mide los rendimientos futuros esperados de una inversión, y que implica el supuesto de una oportunidad para reinvertir.

2.7.6.3 Punto de equilibrio

Según (BACA URBINA, 2010, pág. 148) es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

El punto de equilibrio lo obtenemos cuando los ingresos y los egresos son totalmente iguales, es decir la empresa no obtiene utilidad ni pérdida en la venta de sus productos.

2.7.6.4 Relación beneficio costo

Según (PRIETO, 2009, pág. 201) se utiliza especialmente en proyectos relacionados con el sector público y que reciben financiamiento de organismos de ayuda multilateral ya sean bancarios o de cooperación internacional entre países y su cálculo está basado en el concepto del VPN.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

2.8 Estructura organizacional

2.8.1 Propuesta administrativa

2.8.1.1 Misión

Según (DAFT, R; MARCIC, D;, 2010, pág. 149) la misión es:” la razón de existir de la organización. La misión describe los valores, las aspiraciones y la razón de ser de la organización, una misión bien definida es la base para el desarrollo de todos los planes y metas subsecuentes.”

La misión es la razón de ser de la empresa.””

2.8.1.2 Visión

Según (ARTHUR, A; THOMPSON, J; STRICKLAND, J;, 2008, pág. 25) la visión es: “herramienta administrativa, valiosa para registrar el compromiso del personal con las acciones que harán que la compañía avance en dirección deseada.

La visión es lo que la empresa espera ser en el futuro.

2.8.1.3 Objetivos de la empresa

Según (ARTHUR, A; THOMPSON, J; STRICKLAND, J;, 2008, pág. 29) los objetivos son: “metes de desempeño de una organización, es decir son los resultados y productos que la administración desea lograr”.

Los objetivos son las metas que la empresa espera alcanzar durante un periodo de tiempo.

2.8.1.4 Políticas institucionales

Según (FRED, 2006, pág. 95) políticas institucionales son: “los medios que permiten alcanzar los objetivos anuales, las políticas incluyen directrices, reglas y procedimientos establecidos para apoyar los esfuerzos dirigidos al logro de los objetivos enunciados, las políticas son guías para la toma de decisiones y para manejar situaciones repetitivas o recurrente”.

Las políticas son lineamientos que las empresas deben seguir para obtener los objetivos planteados.

2.8.1.5 Estructura organizacional

Según (ENRIQUE, B; FINOWSKY, F; KRIEGER, M; VALLHONRAT, A;, 2011, pág. 208) la estructura organizacional: “Esta constituida por el sistema formal de tareas, y por la forma de delegar autoridad, coordinar las acciones y utilizar los recursos para lograr las metas de la organización”.

La estructura organizacional es el conjunto de tareas que buscan cumplir metas de la organización, para lo cual coordina acciones y aprovecha los recursos existentes en la empresa.

2.8.1.6 Estructura funcional

Según (DAFT, R; MARCIC, D;, 2010, pág. 285) la estructura funcional es: “Agrupamiento de posiciones en departamentos con base en la similitud de habilidades, expertise, actividades laborales y uso de recursos. Una estructura funcional se puede pensar como una

departamentalización de recursos organizacionales debido a que cada tipo de actividad (contabilidad, recursos humanos) representa recursos específicos para el desempeño de las tareas de la organización”.

La estructura funcional significa departamentalizar los recursos específicos para el desempeño de las tareas de la organización.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción al estudio de mercado

El estudio de mercado se enfoca en realizar una investigación orientada a la búsqueda de estrategias para vender los productos y servicios; para tal efecto se realiza el estudio de la oferta y demanda en cuanto a gustos y preferencias de los turistas, la determinación del precio en relación con la competencia, comercialización, distribución y publicidad, de manera que se logre la satisfacción de los clientes para obtener su preferencia en el servicio.

En base a este concepto el Cantón Antonio Ante famoso por la industria textil tanto en tejidos y confección, la deliciosa gastronomía fritada en Atuntaqui y el cuy en la parroquia de Chaltura, las tradicionales fiestas de inocentes y las actividades religiosas, el cantón refleja falencias en el aprovechamiento de sus potencialidades turísticas como por ejemplo el turismo cultural y agroturismo; por cuanto, el presente estudio de mercado establece la factibilidad de poner en marcha el proyecto, tomando en cuenta la competencia y aliados existente así como también nuestros clientes potenciales y sus preferencias tanto en actividades agrarias, pecuarias, hospedaje, gastronomía, aventura y recreación del turista; con la finalidad de lograr que el cliente se libere de las tensiones de la vida cotidiana de la Ciudad a través de un contacto armonioso con la naturaleza y un intercambio de costumbres y tradiciones del sector y así superar las expectativas del cliente para lograr su preferencia en el servicio.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo general

Identificar el volumen de oferta y demanda dentro de los servicios agroturísticos que oferte el proyecto para determinar nuestros potenciales clientes, conociendo sus gustos y preferencias para ofrecer los servicios que ellos desean a un precio adecuado, de manera que se logre la satisfacción del cliente.

3.2.2 Objetivos específicos

- Identificar las actividades y productos que conllevan el servicio del agroturismo en el mercado local.
- Determinar la oferta, la demanda real y potencial del agroturismo, para lograr la satisfacción y fidelidad de nuestros potenciales clientes.
- Determinar el precio adecuado del servicio de manera que los clientes lo consideren accesible.
- Formular estrategias de comercialización y publicidad para lograr el ingreso y posicionamiento del servicio que ofertará la granja en el mercado de turistas tanto nacionales como extranjeros.

3.3 Identificación del servicio.

La Granja Turística está enfocada tanto al turista nacional como extranjero, que busca un contacto directo con la naturaleza y liberarse del estrés de las labores diarias; para lo cual podría viajar ya sea por vacaciones, fin de semana o simplemente por excursión a un lugar acogedor por su fauna y hermosos paisajes en los cuales puede realizar diferentes actividades deportivas y agro turísticas.

Gráfico N° 2 Logotipo



Elaborado por: Autora

La Granja Turística pretende integrar la producción agrícola y pecuaria en un arreglo acorde con un sistema natural, dentro de cada condición agroecológica es decir el clima y fertilidad del suelo que haga aún más eficiente los recursos que se dispone para asumir el reto de crear la condición propicia para el desarrollo de actividades agroturísticas. Los productos de la granja se utilizan para la alimentación del talento humano, turistas y los animales. Los materiales residuales se pretenden reciclar a través del composteo para la fertilización de los cultivos.

Para el correcto funcionamiento la Granja Turística estará conformada por un espacio físico como:

- Una casa de campo en la cual se ubicara una cocina, comedor, recepción, sala de estar, bodega de alimentos y menaje.
- Seis cabañas bien equipadas, cada una contara con dos dormitorios para dos personas, dos habitaciones para cuatro personas y una sala de estar.
- Establos y corrales completamente adecuados para la crianza de animales domésticos.
- Laguna artificial para la crianza de peces.
- Área de composteo donde se reciclara los materiales residuales y los desechos de los animales.
- Parcelas de plantas distribuidas según su clasificación.

- Bodega de insumos y herramientas agropecuarias.
- Bodega de implementos deportivos
- Área de escalada.
- Área de terapia del grito.
- Área de camping.

La oferta de las actividades deportivas y agroturísticas propuestas que se realizarán en torno a las características naturales de la zona, es así que:

- a) **Pesca:** Por la riqueza de vertientes y acequias cercanas se elaborará una laguna artificial lo que permitiría sembrar alevines de truchas aptas en estas condiciones climáticas, para poder desarrollar esta actividad que es propicia para divertirse y entrar en contacto con la naturaleza, ya que el pescador tiene como objetivo conseguir el mejor ejemplar con las mayores dimensiones y peso.
- b) **Escalada:** La Granja Turística cuenta con una pendiente natural en la cual los visitantes pueden practicar la escalada, que consiste en el ascenso de la pared rocosa, para lo cual se utiliza un adecuado equipo de protección.
- c) **Cabalgatas:** Una de las actividades más hermosas y comunes que se puede desarrollar en el Cantón Antonio Ante son las cabalgatas, ya que la diversidad de paisajes permiten vivir una experiencia única en compañía de familiares y amigos.
- d) **Paseo en bicicleta:** La bicicleta a más de ser un medio de transporte, permite a la personas sentir la adrenalina que provoca al realizar un recorrido por senderos naturales sintiendo el aire puro, logrando de esta manera salir de la rutina diaria.
- e) **Camping:** Es una actividad recreativa en donde las personas disfrutaran de un agradable momento en medio de la naturaleza en compañía de amigos y familiares alrededor de una fogata y gozando de la música natural provocada por el viento que choca con los árboles y el cantar de animales que viven en la zona, contrarrestando de esta

manera la oscuridad de la noche; para lo cual se instalara en el bosque de la granja viviendas temporales equipadas con colchonetas almohadas cobijas y linternas y faroles.

- f) Actividades de Granja:** se delimitarán según la geología y condiciones del suelo, características panorámicas y condiciones naturales en diferentes puntos estratégicos a lo largo del terreno.

Las actividades de granja los turistas podrán visitar corrales y huertos.

Entre las actividades con animales de corral se encuentran:

- Ordeño
- Alimentar aves, conejos, cuyes, ganado, borregos, cerdos, entre otros.
- Recolección de huevos.
- Elaboración de quesos.
- Elaboración de mermeladas.

En el huerto se podrá cosechar:

- Frutas: naranjas, limas, limones, fresas, caña, mora, tomate, guayaba, mandarina, guabas, entre otros.
- Verduras: lechuga, nabo, col, brócoli, coliflor, acelga, entre otros.
- Cereales: Amaranto, cebada, quinua, trigo, maíz, garbanzo, avena, entre otros.
- Tubérculos: papas, camotes, zanahoria blanca, entre otros.
- Plantas medicinales: hierva luisa, manzanilla, orégano, cedrón, sábila, entre otras.
- Bosque: Eucalipto, cedro, pino, entre otros.
- Plantas ornamentales: rosas, geranio, sarcillos, gladiolo, delia crisantemo, helecho, entre otros.
- Adicionalmente la Granja cultivara pastos para la manutención de animales.

- g) Terapia del grito:** El grito es el resultado de un agotamiento total, de ya no poder más, por eso se ha convertido en una opción para

descargar todas las tensiones; para gritar adecuadamente es necesario estar conscientes de lo que se hace, para ello, primero se visualiza todo aquello que te molesta o que te resulta problemático o contradictorio, se lanza el grito con la fuerza justa cuando se visualiza la situación que provoca malestar, durante este acto, se experimenta la sensación, tanto en plano físico como en el emocional, de tal manera que el grito efectuado en forma adecuada hace que el cerebro libere endorfinas que a su vez, hacen circular la adrenalina por todo el cuerpo; en el plano emocional, hace que se descarga la negatividad acumulada y el consecuente alivio de la tensión.

Para el desarrollo de esta actividad el guía turístico dará las instrucciones adecuadas como por ejemplo caminar por los senderos de piedras desde las gruesas hasta la más delgada, pasar por un sendero de césped reflexionando sobre todo lo que agobia a la persona y llegar a un escenario adecuado con vista al vacío para gritar en forma libre y placentera, logrando de esta manera llenar el cuerpo de energía positiva.

h) Gastronomía: La alimentación que se ofrecerá al turista, será rica en vitaminas, ya que serán preparadas con los productos orgánicos de la granja, se prepara platos típicos y ancestrales para lo cual el visitante tiene la opción escoger entre diferentes opciones el menú del día.

Para satisfacer las expectativas de los clientes la Granja turística ofrecerá un paquete turístico que constará de dos días y una noche debido a que la mayoría de población encuestada manifestó que el promedio de estadía en la granja sería de un fin de semana.

Paquete Turístico a ofertar

(Dos días y Una Noche)

Desde las 12:00 p.m. del día 1 Hasta las 6:00 p.m. del día 2

Día 1

- Almuerzo de bienvenida.
 - Incluye menú del día, bebida, postre.
- Ejecutar Actividades de Granja: interacción con animales de corral y visita al huerto.
- Actividades recreativas a elección.
- Cena.
 - Incluye menú del día, bebida, postre.
- Camping (opcional).

Día 2.

- Desayuno.
- Visita a un lugar turístico del Cantón o la Provincia
- Almuerzo.
 - Incluye Menú del día, bebida, postre.
- Actividades recreativas a elección

Las actividades recreativas serán elegidas de acuerdo al gusto y agrado del turista y de igual forma se puede extender los días de hospedaje, sin embargo para efectos de proyección de la demanda se tomará esta opción.

3.4. Determinación de la población

La población que se tomara en cuenta para desarrollar este estudio, está definido por el número de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el Cantón Antonio Ante. Además se ha considerado realizar entrevistas al representante del turismo comunitario, y administradores de las granjas turísticas, con la finalidad de obtener información sobre la situación del agroturismo en el Cantón.

3.4.1 Calculo de la muestra

Según el Departamento de Turismo del Cantón Antonio Ante, la demanda turística para el año 2011 fue un promedio 15.000 turistas al mes, considerando que en feriados como carnaval la demanda turística fue de 70.000 y fin de año de 50.000 visitantes, con estos datos, la demanda turística anual quedaría de la siguiente manera:

Cuadro N° 11 Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante.

MESES 2011	N° DE VISITANTES
Enero	15.000
Febrero	15.000
Marzo	70.000
Abril	15.000
Mayo	15.000
Junio	15.000
Julio	15.000
Agosto	15.000
Septiembre	15.000
Octubre	15.000
Noviembre	15.000
Diciembre	50.000
TOTAL	270.000

Fuente: Departamento de Turismo de Antonio Ante
Elaborado por: Autora

Para el cálculo de la muestra se aplicara la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * d^2 * Z^2}{E^2(N-1) + d^2 * Z^2}; \text{ de donde:}$$

n= Muestra

N= Población

d² = Desviación 0.5

Z² = Nivel de confianza 95% → 1.96

E = Error del 5% → 0.05

$$270.000 * 0.25 * (1.96)^2$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$(0.05)^2(270.000-1) + (0.25)*(1.96)^2$$

$$259.308$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$674,9975 + 0,9604$$

$$259.308$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$675,9579$$

n= 384

3.4.2 Información primaria

Las **encuestas** se aplicarán a una muestra representativa de 384 turistas que visiten Antonio Ante.

La **entrevista** se realizara a las los administradores de las 2 granjas turísticas y al representante de las casa comunitarias que se encuentran ubicadas en el Cantón Antonio Ante.

3.4.3 Información secundaria

La información secundaria se la obtuvo de:

- Libros de administración y contabilidad
- Guías turísticas
- Proyectos de granjas integrales.
- Datos estadísticos del Ministerio de Turismo

3.5 Tabulación y análisis de la información

3.5.1 Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante

DATOS GENERALES

1. Nacionalidad:

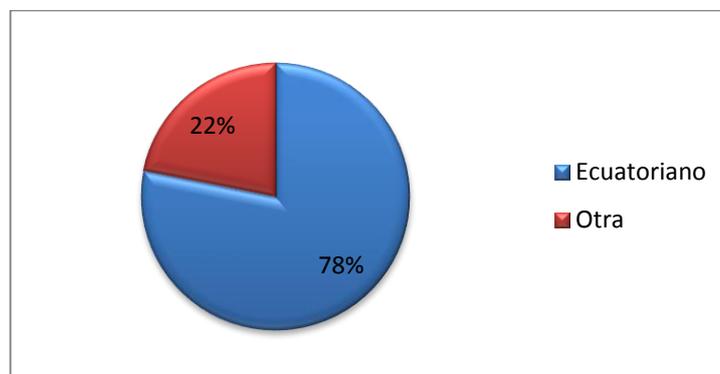
Cuadro N° 12 Nacionalidad

NACIONALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ecuatoriano	300	78%
Otra	84	22%
TOTAL	384	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante

Elaborado por: Autora

Gráfico N° 3 Nacionalidad



Elaborado por: Autora

Análisis:

Como resultado de la encuesta aplicada podemos observar que el Cantón Antonio Ante recibe en su mayoría a turistas nacionales, especialmente por realizar compras de prendas de vestir y; un mínimo número de turistas extranjeros de países como: Colombia, Perú, Venezuela, Chile, Italia, EEUU, entre otros, que a través de tours contratados a agencias de viajes optan por visitar los distintos atractivos turísticos del Cantón.

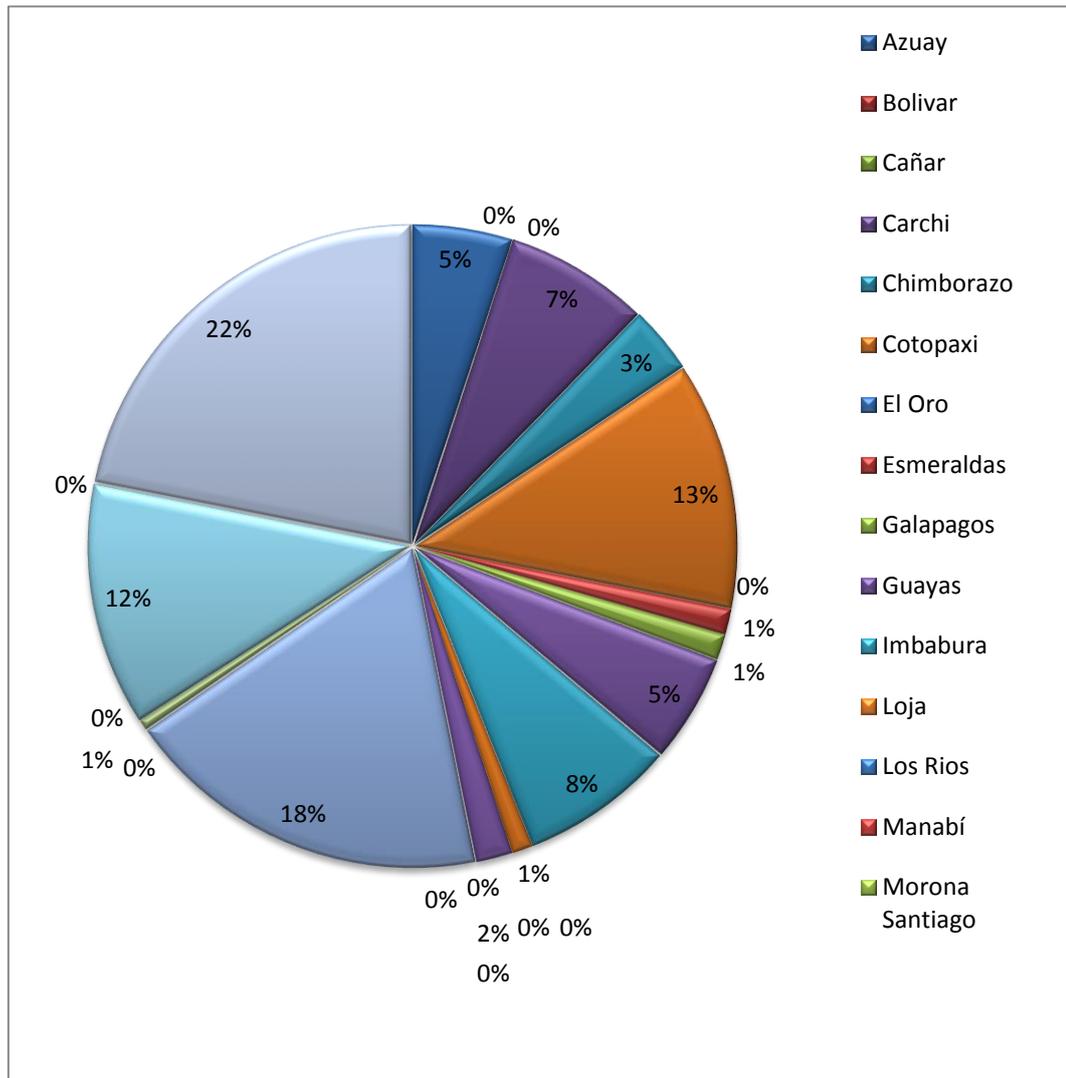
- **Provincia**

Cuadro N° 13 Provincia

PROVINCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Azuay	19	5%
Bolívar	0	0%
Cañar	0	0%
Carchi	28	7%
Chimborazo	13	3%
Cotopaxi	48	13%
El Oro	0	0%
Esmeraldas	5	1%
Galápagos	5	1%
Guayas	21	5
Imbabura	30	8%
Loja	4	1%
Los Ríos	0	0%
Manabí	0	0%
Morona Santiago	0	0%
Napo	7	2%
Orellana	0	0%
Pastaza	0	0%
Pichincha	71	18%
Santa Elena	0	0%
Santo Domingo	2	1%
Sucumbíos	0	0%
Tungurahua	47	12%
Zamora Chinchipe	0	0%
Extranjero	84	22%
Total	384	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante
 Elaborado por: Autora

Gráfico N° 4 Provincia



Elaborado por: Autora

Análisis:

Los turistas nacionales que visitan Antonio Ante son de las distintas provincias, el mayor número proviene de la Provincia de Pichincha, seguido de Imbabura, Carchi, Tungurahua, Cotopaxi, y en menor cantidad de Guayas, Esmeraldas, Chimborazo, Azuay; especialmente por adquirir prendas de vestir a bajos precios con calidad, y por deleitar la gastronomía del Cantón como es el cuy y la fritada.

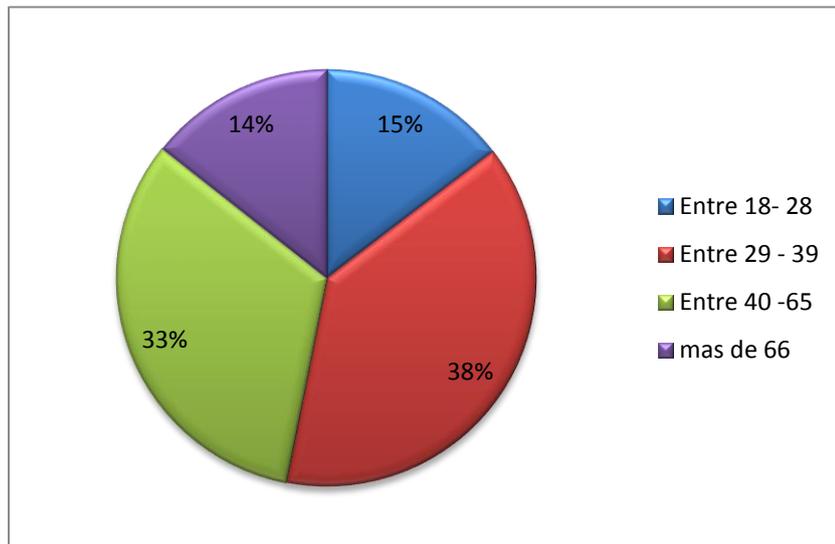
- **Edad:**

Cuadro N° 14 Edad

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 18- 28	56	15%
Entre 29 - 39	148	39%
Entre 40 -65	125	33%
más de 66	55	14%
Total	384	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante
 Elaborado por: Autora

Gráfico N° 5 Edad



Elaborado por: Autora

Análisis:

Los turistas tanto nacionales y extranjeros que llegan a Antonio Ante son personas de entre 29 y 65 años, lo que representa que nuestros posibles clientes sería gente profesional que día a día trabaja en un estrés de ciudad; sin dejar de lado a los niños, jóvenes y personas de la tercera edad que necesitan de un ambiente relajado y acogedor para lograr una armonía con la naturaleza.

- **Ocupación:**

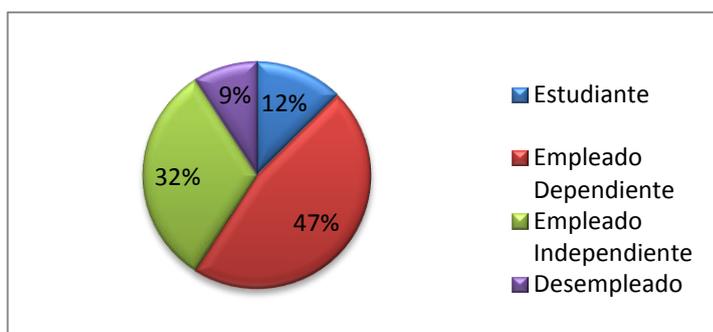
Cuadro N° 15 Ocupación

OCUPACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	48	13%
Empleado Dependiente	179	47%
Empleado Independiente	122	32%
Desempleado	35	9%
Total	384	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante

Elaborado por: Autora

Gráfico N° 6 Ocupación



Elaborado por: Autora

Análisis:

Las personas que con frecuencia salen de vacaciones son empleados dependientes e independientes de un jefe, lo que demuestra que necesitan una distracción para liberarse de las tensiones cotidianas debido al trabajo a presión que diariamente desempeñan, sin embargo existe turistas estudiantes que realizan giras de observación para enriquecerse de conocimientos y abrir las mentes a nuevos pensamientos, entre los desempleados tenemos a personas de tercera edad y extranjeros que buscan recreación mediante el contacto con las costumbres y tradiciones de cada localidad; por lo que se ve una oportunidad, brindar un servicio de calidad que satisfaga las distintas necesidades de nuestros potenciales clientes.

1. Para disfrutar de sus vacaciones ¿usted viaja desde su localidad a las distintas regiones del Ecuador?

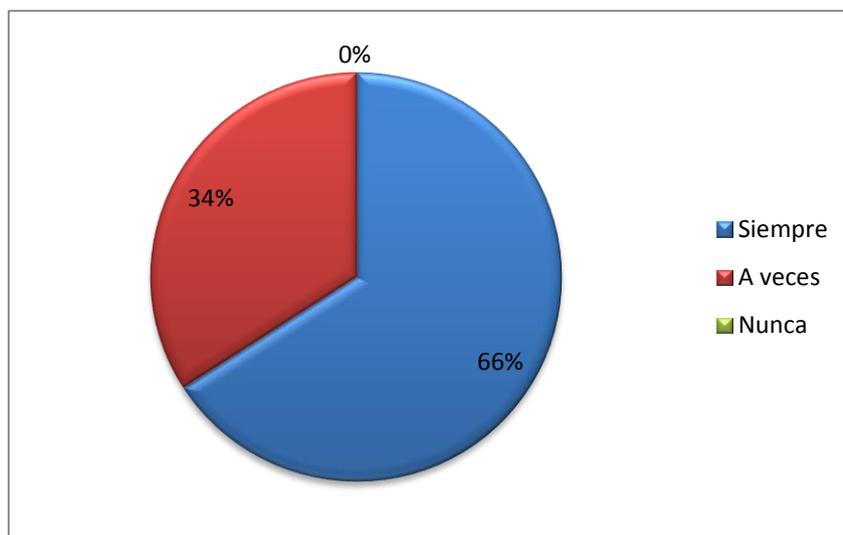
Cuadro N° 16 Vacaciones en el Ecuador

VACACIONES EN EL ECUADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	253	66%
A veces	131	34%
Nunca	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante

Elaborado por: Autora

Gráfico N° 7 Vacaciones en el Ecuador



Elaborado por: Autora

Análisis:

La mayoría de turistas tanto nacionales como extranjeros opinan que para disfrutar de sus vacaciones viajan a las distintas regiones del Ecuador, debido a que el país tiene diversidad de atractivos naturales y artificiales que al ser explotados se contribuye a la economía del país y por ende a su desarrollo.

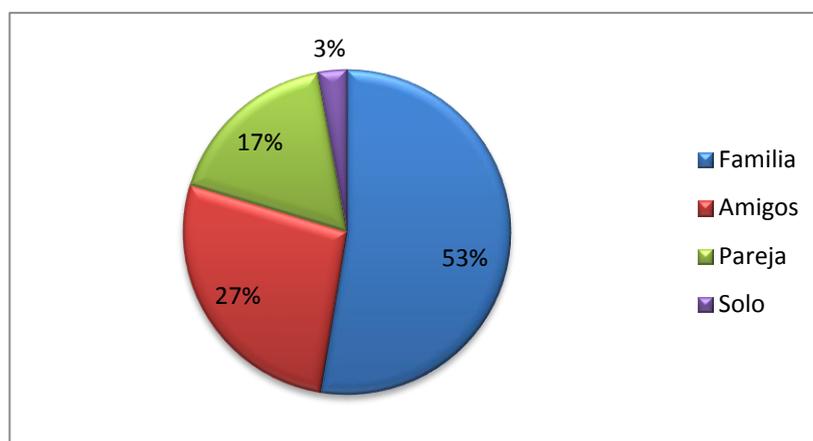
2. ¿Con quién realiza sus viajes?

Cuadro N° 17 Viajes en grupo

VIAJES EN GRUPO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familia	202	53%
Amigos	104	27%
Pareja	67	17%
Solo	11	3%
Total	384	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante
Elaborado por: Autora

Gráfico N° 8 Viajes en grupo



Elaborado por: Autora

Análisis:

Los viajes de vacaciones la mayoría de la población encuestada opina que lo hace con la familia, ya que salir de las actividades diarias del hogar fortalece la unión, amor y solidaridad entre los integrantes, mientras que en menor proporción de encuestados opinan que es mejor viajar con amigos de edad contemporánea, ya que se disfruta de mejor manera las actividades que se van a realizar, mientras que en un pequeño porcentaje opinan que es mejor salir de vacaciones en pareja o solo, ya que necesitan un contacto con ellos mismos sin preocupación alguna.

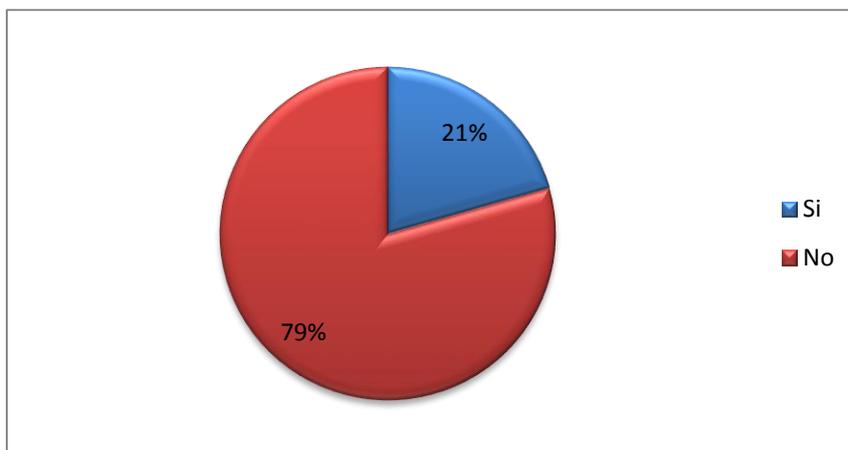
3. ¿Conoce las potencialidades Turísticas del Cantón Antonio Ante?

Cuadro N° 18 Conocimiento de las potenciales turísticas del Cantón Antonio Ante

CONOCIMIENTO DE POTENCIALIDADES TURISTICAS DEL CANTON ANTONIO ANTE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	79	21%
No	305	79%
Total	384	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante
Elaborado por: Autora

Gráfico N° 9 Conocimiento de las potenciales turísticas del Cantón Antonio Ante



Elaborado por: Autora

Análisis:

Un alto porcentaje de turistas opinan que no conocen las potencialidades turísticas del Cantón Antonio Ante, debido a que únicamente lo visitan por su comercio y gastronomía, dejando de lado los atractivos naturales, culturales, y tradicionales, que en los últimos años se han empezado a explotar gracias al apoyo del Gobierno Cantonal y Provincial.

4. ¿Alguna vez ha experimentado turismo agropecuario?

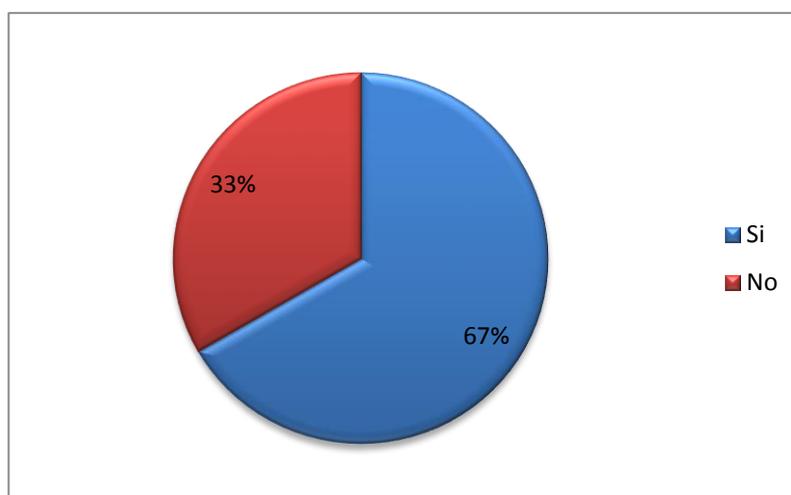
Cuadro N° 19 Práctica de turismo agropecuario

PRACTICA DE TURISMO AGROPECUARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	256	67%
No	128	33%
Total	384	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante

Elaborado por: Autora

Gráfico N° 10 Práctica de turismo agropecuario



Elaborado por: Autora

Análisis:

Un alto porcentaje de turistas nacionales y especialmente extranjeros han experimentado el turismo agropecuario, que significa tener un contacto directo con la naturaleza, disfrutando y participando de las actividades agrarias y pecuarias que un campesino realiza a diario.

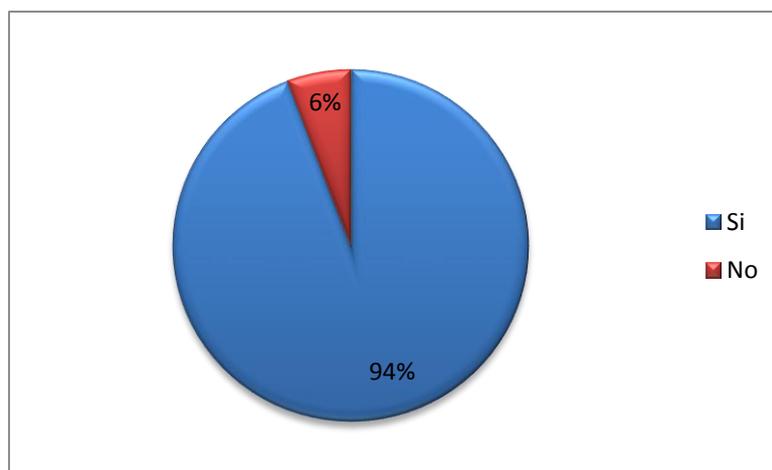
5. ¿Le gustaría hospedarse en una Granja Turística en el cantón Antonio Ante que le ayude a liberarse de las tensiones cotidianas y estrés de la ciudad?:

Cuadro N° 20 Aceptación del servicio

ACEPTACIÓN DEL SERVICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	362	94%
No	22	6%
Total	384	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante
Elaborado por: Autora

Gráfico N° 11 Aceptación del servicio



Elaborado por: Autora

Análisis:

Un alto porcentaje de turistas encuestados aceptan el servicio ya que ven una buena opción para vacacionar en la armonía de la naturaleza intercambiando cultura, arte y tradición con los pobladores del sector, y además disfrutar de la recreación y gastronomía que la granja pretende poner a disposición.

6. ¿Qué actividad agropecuaria le gustaría desempeñar?

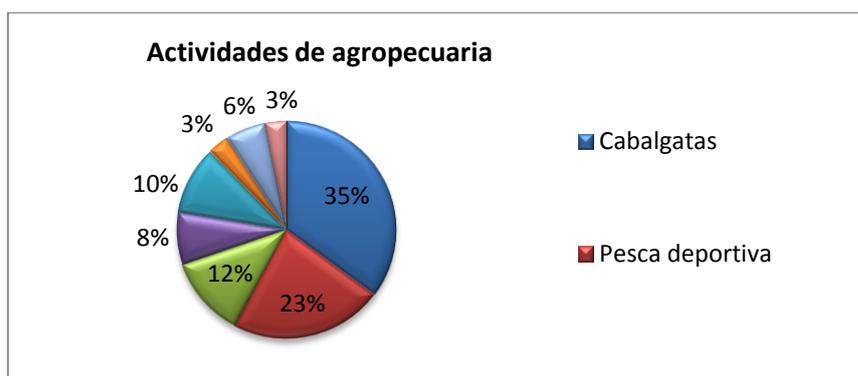
Cuadro N° 21 Actividad agropecuaria

ACTIVIDAD AGROPECUARIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cabalgatas	127	35%
Pesca	83	23%
Camping	43	12%
Escalada	29	8%
Paseo en Bicicleta	36	10%
Participación en labores agrícolas	11	3%
Participación en labores pecuarias	22	6%
Recorrido a los atractivos naturales de la provincia	11	3%
Total	362	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante

Elaborado por: Autora

Gráfico N° 12 Actividad agropecuaria



Elaborado por: Autora

Análisis:

Las actividades agrarias recreativas que mayor aceptación tienen por los turistas principalmente son las cabalgatas, pesca deportiva, camping, escalada y paseo en bicicleta, ya que son actividades que permiten disfrutar del paisaje y adrenalina que conlleva estas actividades; mientras que un menor número de turistas opinan que les gustaría realizar actividades tranquilas como cosechar productos agrícolas, ordeñar vacas, visitar atractivos turísticos de la provincia ya que les permite tener nuevas experiencias, salir de la rutina diaria, y recordar costumbres ancestrales.

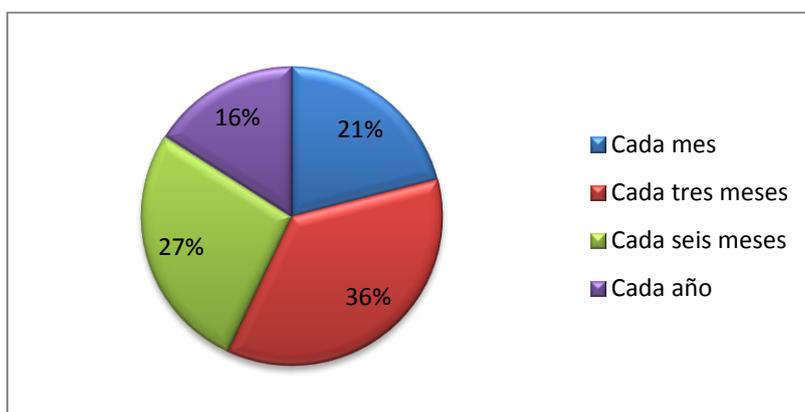
7. ¿Cada qué tiempo visitaría la Granja Turística?

Cuadro N° 22 Periodicidad

PERIODICIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada mes	76	21%
Cada tres meses	130	36%
Cada seis meses	98	27%
Cada año	58	16%
Total	362	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante
Elaborado por: Autora

Gráfico N° 13 Actividad agropecuaria



Elaborado por: Autora

Análisis:

Un porcentaje considerable de turistas encuestados opinan que acudiría a la granja cada tres meses ya que aprovecharían los feriados nacionales y locales de cada provincia para disfrutar del ambiente acogedor que ofrece el contacto con la naturaleza, en menor porcentaje los turistas visitarían cada seis meses ya que aprovecharían las vacaciones estudiantiles, de la misma manera un menor porcentaje de turistas visitarían mensualmente aprovechando la cercanía a la granja y en menor porcentaje de turistas visitarían cada año aprovechando el verano.

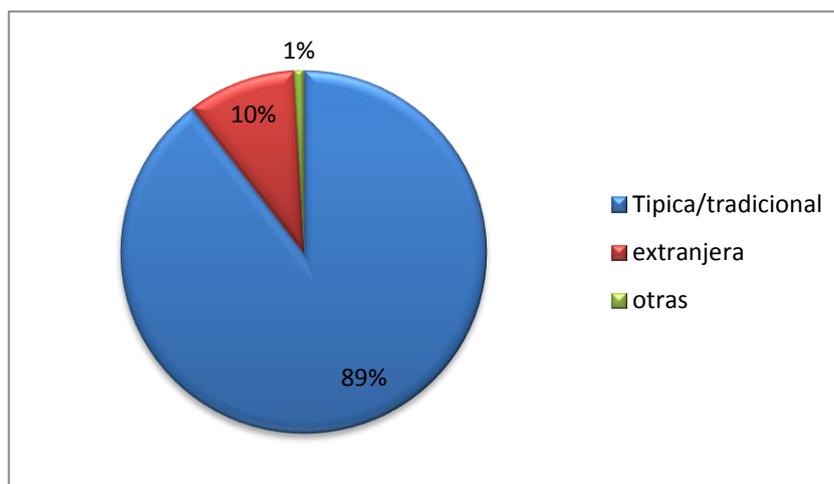
8. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría que la Granja turística ofrezca?

Cuadro N° 23 Alimentación

ALIMENTACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Típica/tradicional	322	89%
extranjera	36	10%
otras	4	1%
Total	362	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante
Elaborado por: Autora

Gráfico N° 14 Alimentación



Elaborado por: Autora

Análisis:

Los clientes potenciales opinan que la granja turística debería ofrecer gastronomía típica tradicional preparada con los productos cosechados de los sembríos orgánicos y obtenidos de los animales que en la granja se cría, para que la alimentación sea sana y nutritiva, mientras que un porcentaje reducido de encuestados opinan que debería ofrecer gastronomía extranjera y comida rápida, ya que los turistas extranjeros no se acoplan fácilmente a la sazón ecuatoriana.

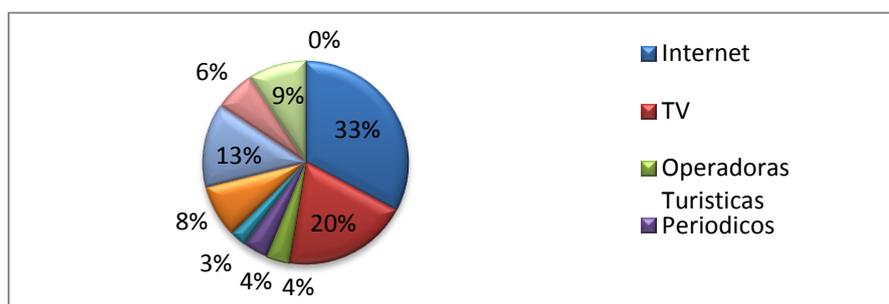
9. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría que se promocióne los servicios y productos que ofrecerá la Granja Turística?

Cuadro N° 24 Publicidad

PUBLICIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	119	33%
TV	72	20%
Operadoras Turísticas	14	4%
Periódicos	14	4%
Hojas Volantes	11	3%
Radio	28	8%
Agencias de Viaje	47	13%
Revistas	25	7%
Vallas Publicitarias	32	9%
Otros	0	0%
Total	362	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante
Elaborado por: Autora

Gráfico N° 15 Publicidad



Elaborado por: Autora

Análisis:

Los turistas opinan que les gustaría conocerlos productos y servicios que se ofrecerá la granja turística a través de páginas web, seguido de la televisión y agencias de viaje, mientras que un mínimo número de turistas opinan que se informarían de la granja turística a través de hojas volantes, periódicos , vallas publicitarias, radio, entre otros; lo que permite llegar a la conclusión de que se debería aplicar todas las técnicas de publicidad para que la granja turística sea conocida a nivel nacional e internacional, por su prestigio y calidad de servicio.

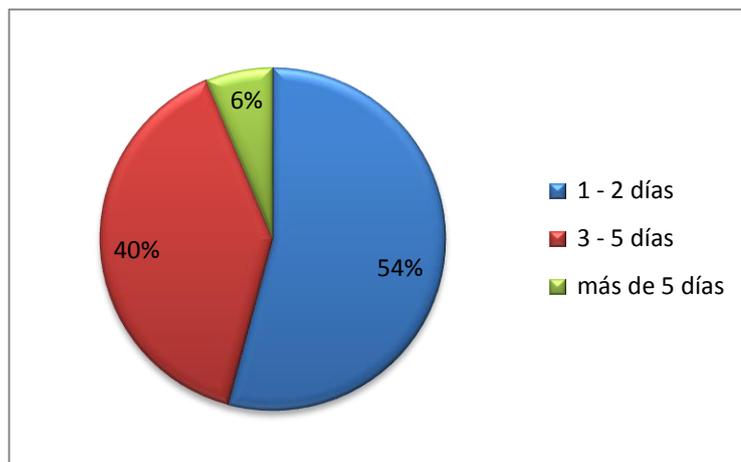
10. Al hospedarse en la Granja Turística ¿cuál sería su promedio de estancia?

Cuadro N° 25 Hospedaje

HOSPEDAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 2 días	195	54%
3 - 5 días	145	40%
más de 5 días	22	6%
Total	362	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante
Elaborado por: Autora

Gráfico N° 16 Hospedaje



Elaborado por: Autora

Análisis:

Un alto porcentaje de turistas encuestados al ser profesionales con empleo dependiente e independiente opinan que su estancia en la granja turística sería de un fin de semana para regresar a sus trabajos con buen ánimo y ganas de trabajar, mientras que un porcentaje casi similar opinan que su estancia sería de entre tres y 5 días para poder disfrutar con tranquilidad de todas las actividades de recreación y agrarias que ofrecería.

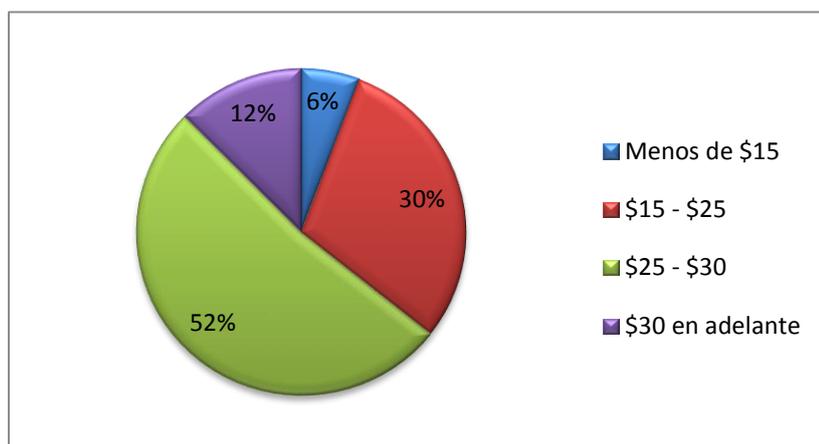
11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona y por cada noche de estancia en la Granja Turística?

Cuadro N° 26 Precio

PRECIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$15	22	6%
\$15 - \$25	109	30%
\$25 - \$30	184	51%
\$30 en adelante	47	13%
Total	362	100%

Fuente: Turistas nacionales y extranjeros que visitan Antonio Ante
Elaborado por: Autora

Gráfico N° 17 Precio



Elaborado por: Autora

Análisis:

Los precios aceptados por los turistas son de \$15,00 a \$ 30,00 por noche de hospedaje en la granja turística, manifestando que el servicio sea de calidad y se tenga acceso a la mayoría de actividades de granja.

3.5.2 Entrevista granjas turísticas “EL RINCÓN DE ANAYANI”

Entrevista aplicada a las granjas turísticas del Cantón Antonio Ante para recopilar información de las granjas turísticas comunitarias del Cantón Antonio Ante.

1. ¿Cómo es la organización de las actividades de la Granja Turística?

Las actividades diarias de una granja turística están dirigidas por el propietario, esta persona es la encargada de distribuir a los empleados las actividades como: sembrar, mantener y cosechar los productos agrícolas, alimentación de animales, mantenimiento de establos, gastronomía, aseo de habitaciones y casa de campo, y actividades de recreación y observación para los visitantes; de esta manera se logra desarrollar la actividad de una manera eficiente.

2. ¿Cuáles son las principales dificultades a las cuales se ha tenido que enfrentar para la creación de la granja?

- Para impulsar el proyecto de la granja turística las principales dificultades fueron:
- La alta inversión económica que se necesita para edificar habitaciones y establos, así como para el mantenimiento y desarrollo de la granja.
- Falta de educación y costumbres de los vecinos, ya que botan los desechos inorgánicos a los alrededores de la granja, contaminando el medio ambiente, siendo esto perjudicial para el desarrollo de los cultivos orgánicos.
- Largo periodo de tiempo para obtener los sembríos deseados, es decir el tiempo que las plantas necesitan para desarrollo.

3. ¿Qué extensión geográfica tiene la Granja Turística?

El Rincón de Anayani, es una mini granja turística y cuenta con 4500m², espacio suficiente como para la crianza de gallinas y cuyes; así como para el sembrío orgánico de hortalizas, frutas y vegetales ancestrales necesarios para la alimentación de los habitantes de la granja y de los que la visitan.

4. ¿Qué técnicas de cultivo utiliza?

La técnica que utilizan en el cultivo de hortalizas, frutas y vegetales es netamente orgánica, sin la utilización de químicos dañinos para la salud de las personas.

5. ¿Usted contribuye con el cuidado del medio ambiente?

La Granja Turística, contribuye con el cuidado del medio ambiente, ya que sus sembríos son de distintas plantas nativas de la región que permiten al suelo mantener su fertilidad y por ende brinda frutos naturales que cuidan la salud de las personas que los consumen.

6. ¿Qué animales cría en la granja?

La extensión de la granja es demasiado reducido que únicamente permite la crianza de gallinas, patos, gansos y cuyes.

7. ¿Cuál es el paquete turístico que ofrecen a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la Granja?

La granja turística ofrece al visitante por un valor de \$15:

- Participar en las actividades de la granja,
- Hospedaje (1 noche).
- Merienda y desayuno

8. ¿Qué tipo de alimentación ofrece al visitante?

La alimentación que la granja ofrece es netamente ancestral y pone a elección del visitante el menú del día.

9. ¿Qué capacidad de hospedaje posee la Granja Turística?

La granja turística posee la capacidad de hospedar a 12 personas, para la cual cuenta con cuatro habitaciones.

10. ¿Cuál es el promedio de estadía de los Turistas en la Granja?

El promedio de estadía de un turista en la granja es de 2 noches, especialmente los fines de semana.

11. ¿En qué actividades de Granja permite que los visitantes se involucren?

La Granja Turística recibe a sus huéspedes de manera familiar ofreciendo: hospedaje y alimentación, participar de las labores agrarias y pecuarias, involucrarse en la elaboración de alimentos encéntrales, realizar investigaciones científicas, intercambiar cultura, medicina y arte indígena.

12. ¿Cuántos visitantes recibe la Granja al mes?

La Granja en temporadas altas recibe mensualmente un promedio de 60 huéspedes, y en temporadas bajas recibe un promedio de 20 huéspedes.

13. ¿Los productos tanto vegetales como cárnicos son comercializados o se los usa en la preparación de alimentos?

Todos los cultivos son utilizados para la alimentación de los habitantes y huéspedes de la granja.

14. ¿Usted estima que los precios de los servicios y productos que ofrece la Granja son accesibles para el visitante?

Los precios son accesibles para los visitantes porque las actividades en las que se les involucra son variadas y además se les brinda alimentación y hospedaje como si fueran un familiar.

15. ¿Usted cree que los ingresos que usted percibe por la prestación de servicios turísticos y venta de productos agrícolas son representativos?

Los ingresos económicos que se obtiene por la prestación de servicios es representativo, permite tener una vida digna, pero la satisfacción más grande que se obtiene es que al recibir turistas, nos permite desarrollarnos como personas y abrir nuestra mente a nuevas ideas y a una mejor calidad de vida.

CONCLUSIÓN.

La entrevista realizada a la Granja Turística “EL RINCÓN DE ANAYANI”, representa la voluntad de cuidar el medio ambiente y ofrecer a la sociedad un lugar que le permita liberarse del estrés de la ciudad mediante el contacto con la naturaleza y el rescate de la cultura ancestral, para lo cual la granja recibe al visitante como un familiar permitiéndole involucrarse en las actividades agrícolas y pecuarias, así como el intercambio de cultura y arte indígena. La Granja Turística pertenece a la Red de Turismo Atuntaqui, esta red le ha permitido desarrollarse debido al apoyo recibido del Gobierno Municipal de Antonio Ante, tanto económico, como en capacitación para brindar un servicio de calidad al turista, el precio del servicio es estandarizado para todas las granjas que pertenecen a la red, sin embargo para su propietario, la creación de la granja turística ha realizado una fuerte inversión económica, a pesar que no cuenta con los atractivos suficientes como para brindar un servicio de relajamiento y recreación completa a un turista, por lo que se ve como oportunidad la

creación de una granja turística que cuente con la extensión necesaria para la crianza y cultivos propios de la región, así como lugares de recreación y actividades de agro turismo en un solo lugar incentivando al huésped a quedarse más días en la granja para disfrutar de las diferentes actividades.

3.5.3 Entrevista a representante de la red de turismo Atuntaqui

La entrevista aplicada al representante de la Red de Turismo Atuntaqui se la realizó con el objetivo de recopilar información acerca del funcionamiento de la organización y los beneficios que cada miembro percibe.

1. ¿Cómo está diseñado el turismo comunitario?

El Turismo Comunitario de Antonio Ante, hoy denominado Red Turística del Cantón Antonio Ante, surgió por el apoyo del MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social) y del Gobierno Cantonal de Antonio Ante, cuenta con un representante de las familias y los representantes de las diferentes organismos, los cuales han trabajado en el proyecto para lograr la creación de casas y granjas turísticas.

2. ¿Cuál es el fin del Turismo comunitario?

Aprovechar las potencialidades turísticas del cantón como son: hermosos paisajes, comida ancestral, cultura y arte indígena; para de esta manera lograr que las familias involucradas tengan una vida digna, es decir que su alimentación sea saludable, su conocimiento se amplíe a través del intercambio de cultura con sus visitantes y logren una armonía y respeto hacia la naturaleza.

3. ¿Cuántas familias y de que sectores son las beneficiarias del turismo comunitario?

Son 15 familias beneficiarias de la Red de Turismo Atuntaqui, de los sectores como: San Roque, Natabuela, Imbaya y Andrade Marín; las cuales están listas para recibir a los turistas.

4. ¿Qué actividades comprende el turismo comunitario?

Turismo comunitario significa recibir a los turistas como un familiar, dejándole que se involucre en todas las actividades de la casa o granja turística manteniendo las costumbres ancestrales. Las actividades de las granjas se complementan para ofrecer un paquete atractivo, ya que en una granja ofrece cabalgatas, en otro turismo de aventura, en otra costumbre ancestral y en otra caminata por senderos al cerro Imbabura.

5. ¿Existe personal capacitado para brindar el servicio de turismo comunitario?

El personal es totalmente capacitado en atención al cliente, gastronomía, técnicas de cultivo y en todas las actividades que involucra la Granja Turística, ya que los integrantes han recibido capacitación del SECAP (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional) y el Ministerio de Turismo.

6. ¿El proyecto de turismo comunitario se encuentra documentado?

El proyecto de turismo comunitario se encuentra debidamente documentado, para poder acceder a la colaboración del MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social) y del Gobierno Municipal de Antonio Ante.

7. ¿Aproximadamente cuántos turistas reciben en un mes?

El Turismo Comunitario recibe un promedio de 100 personas al mes, dispersos en las diferentes casas y granjas comunitarias.

8. ¿Cree usted que la creación de una granja turística en el barrio San Ignacio sería un aliado para el desarrollo del turismo comunitario?

La creación de una Granja Turística en el Barrio San Ignacio sería un aliado ya que complementaría las actividades para los paquetes turísticos a ofrecer como Red de Turismo Atuntaqui.

CONCLUSIÓN:

La Red de Turismo Atuntaqui, sería un aliado muy importante para la creación de la granja turística, ya que complementaría el paquete turístico y se beneficiaría de la publicidad y capacitaciones para el desarrollo eficiente de las actividades.

3.6 Demanda

La demanda en el sector turístico es la cantidad de turistas que acuden a un sector en este caso al cantón Antonio Ante

3.6.1 Demanda real

En la actualidad es uno de los cantones turísticos de la Provincia ha ido incrementando la afluencia de visitantes propiciando el desarrollo de negocios, fortalecido a través de sus ferias textiles, la especialidad gastronómica. Los datos estadísticos que ven en la siguiente tabla corresponden al flujo de turismo receptivo del Cantón Antonio Ante desde el año 2004 al 2011.

Cuadro N° 27 Demanda turística del Cantón Antonio Ante

Visitantes en el Cantón Antonio Ante (Años)	Turismo receptivo del cantón Antonio Ante
2004	84.551
2005	103.790
2006	125.955
2007	138.453
2008	156.992
2009	181.106
2010	221.130
2011	270.000

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Autora

La determinación de la demanda real se realizó en base a la información estadística obtenida del Departamento de Turismo del Cantón Antonio

Ante, la demanda turística para el año 2011 fue un promedio 15 000 turistas al mes, considerando que en feriados como carnaval la demanda turística fue de 70 000 y fin de año de 50 000 visitantes, la demanda turística anual del cantón quedaría de la siguiente manera:

Cuadro N° 28 Turistas nacionales y extranjeros que visitaron Antonio Ante durante el año 2011.

MESES 2011	N° DE TURÍSTAS
Enero	15.000
Febrero	15.000
Marzo	70.000
Abril	15.000
Mayo	15.000
Junio	15.000
Julio	15.000
Agosto	15.000
Septiembre	15.000
Octubre	15.000
Noviembre	15.000
Diciembre	50.000
TOTAL	270.000

Fuente: Departamento de Turismo de Antonio Ante

Elaborado por: Autora

3.6.2 Demanda potencial

Para determinar de la demanda potencial se basa en la información real del flujo interno y externo que han ingresado al Cantón Antonio Ante para visitar los diferentes atractivos turísticos especialmente el sector textil; para lo cual se utiliza el método de crecimiento exponencial y la tasa de crecimiento del sector turístico que según el PLANDETUR Ministerio de Turismo del Ecuador es de 2,10% anual para el turismo interno, se considera la tasa de crecimiento debido a que el mayor número de turistas que visitan el Cantón Antonio Ante son Nacionales.

El número de Turistas que visitan Antonio Ante es la variable considerada para los cinco años de vida útil del proyecto, se ha utilizado este método

porque está basado en situación actual del mercado, obteniendo así resultados objetivos. La fórmula que se debe aplicar es la siguiente:

$$Pp = Pb (1+i)^n$$

En donde:

Pp = Demanda Futura

Pb = Demanda Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

Cálculos:

➤ **Año 2011 = 270.000**

➤ **Año 2012**

$$Pp = Pb (1+i)^n$$

$$Pp = 270.000 (1 + 0,0221)^1$$

$$Pp = 275.967$$

➤ **Año 2013**

$$Pp = Pb (1+i)^n$$

$$Pp = 275.967 (1 + 0,0221)^2$$

$$Pp = 288.299$$

➤ **Año 2014**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 288.299(1 + 0,0221)^3$$

$$P_p = 307.839$$

➤ **Año 2015**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 307.839 (1 + 0,0221)^4$$

$$P_p = 335.968$$

➤ **Año 2016**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 335.968 (1 + 0,0221)^5$$

$$P_p = 374.770$$

➤ **Año 2017**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 374.770 (1 + 0,0221)^6$$

$$P_p = 427.292$$

Cuadro N° 29 Proyección de la demanda

Años	Demanda (N° turistas)
2013	288.299
2014	307.839
2015	335.968
2016	374.770
2017	427.292

Elaborado por: Autora

3.7 Oferta

Se podría decir que la oferta en el sector turístico, es el conjunto de empresas, dedicadas a brindar todos los productos o servicios destinados al consumo de los turistas, aprovechando los atractivos naturales y culturales del lugar donde se esté ofertando el servicio.

3.7.1 Oferta real

La oferta real es la población de productores de servicios agroturísticos y hospedaje del Cantón Antonio Ante.

Como servicio similar al que prestara la granja turística, el Cantón Antonio Ante cuenta con 13 Casas de Alojamiento con capacidad para 3 personas c/u, y 3 mini granjas turísticas con capacidad de 8, 12 y 18 personas respectivamente, logrando hospedar en su conjunto a 100 personas al mes; las cuales actualmente no tienen gran acogida debido a la falta de esfuerzo y voluntad de los propietarios y escasa publicidad del turismo rural, a pesar que la creación de dichos centros de distracción y hospedaje es con el apoyo del Gobierno Municipal.

Por otro lado, la oferta turística que se considera como competencia de la granja turística está las hosterías, hoteles y hostales del Cantón Antonio Ante que en su conjunto hospedan.

Cuadro N° 30 Establecimientos turísticos

ESTABLECIMIENTO	CAPACIDAD	Nº DE HUSPED (MES)
HOSTERIA NATABUELA	150 (personas)	500
HOSTERIA SANTA ROSA DE MORAS	76 (personas)	150
HOSTERIA PUEBLO VIEJO	100 (personas)	450
HOTEL PANAMERICANO	72 (personas)	380
HOSTAL IMBABURA	15 (personas)	120
TOTAL		1600

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Autora

3.7.2 Oferta potencial

Al proyectar la oferta se espera identificar cual será el comportamiento de la oferta a futuro, siempre y cuando se utilice datos reales del pasado y presente. Para su proyección estimamos para un año, que es el año 2011, el cual sería el año base, con 12 meses, teniendo una cantidad de 20400 clientes (1700*12) tanto en hoteles, hosterías y casas de alojamiento, siendo este el número referente para realizar su proyección, a su vez se utilizó el coeficiente del 2,21% del crecimiento del turismo estimado según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo. La fórmula que se debe aplicar es la siguiente:

$$Pp = Pb (1+i)^n$$

En donde:

Pp = Oferta Futura

Pb = Oferta Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

Cálculos:

- **Año 2011 = 20400**

- **Año 2012**

$$Pp = Pb (1+i)^n$$

$$Pp = 20.400 (1 + 0, 0221)^1$$

$$Pp = 20.851$$

- **Año 2013**

$$Pp = Pb (1+i)^n$$

$$Pp = 20.851(1 + 0, 0221)^2$$

$$Pp = 21.783$$

- **Año 2014**

$$Pp = Pb (1+i)^n$$

$$Pp = 21.783(1 + 0, 0221)^3$$

$$Pp = 23.259$$

- **Año 2015**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 23.259 (1 + 0,0221)^4$$

$$P_p = 25.384$$

- **Año 2016**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 25.384 (1 + 0,0221)^5$$

$$P_p = 28.316$$

- **Año 2017**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 28.316(1 + 0,0221)^5$$

$$P_p = 32.284$$

Cuadro N° 31 Oferta potencial

Años	Oferta
2013	21.783
2014	23.259
2015	25.384
2016	28.316
2017	32.284

Elaborado por: Autora

3.8. Estimación de la demanda insatisfecha

Al determinar la demanda insatisfecha se espera identificar el mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho con el servicio o producto que se entregó, y se lo calcula con la siguiente fórmula.

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

Cuadro N° 32 Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA (Nº DE TURÍSTAS)
2013	288.299	21.783	266.516
2014	307.839	23.259	284.580
2015	335.968	25.384	310.584
2016	374.770	28.316	346.454
2017	427.292	32.284	395.008

Elaborado por: Autora

3.9 Análisis y determinación de precios

- Fijación de precios basado en el costo del servicio

Para determinar el costo del servicio se tomara en cuenta los costos de los insumos y mano de obra que se utilizara en el mantenimiento de la granja turística y la prestación del servicio como son: costos de hospedaje, alimentación y servicios de recreación para el turista.

- Fijación de precios basado en la competencia

De acuerdo a la información proporcionada por el representante de la Red de Turismo Atuntaqui y los propietarios de las granjas turísticas del Cantón Antonio Ante, se pudo determinar que el precio del servicio de hospedaje,

alimentación y participación en actividades agropecuarias da la granja tiene un costo estandarizado de \$ 15,00 por noche; por lo cual la Granja Turística al ofrecer servicios de recreación como pesca, camping, cabalgatas entre otros, el precio aumentaría a \$ 29,00 por noche de estancia en la granja turística es decir desde las 12:00 pm del día 1 hasta las 12:00pm del día 2, con derecho a:

- Alimentación (desayuno, almuerzo y merienda)
- Hospedaje (1 noche)
- Participación de actividades agropecuarias
- Participación en actividades recreativas (a elección).

El precio del paquete turístico como estrategia para lograr en el turista la reincidencia en visitar la granja, así como prolongar su estadía en las instalaciones, se colocara en un precio módico de \$29,00 por persona.

3.10 Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto

a) Comercialización

Para comercializar un servicio se necesita fusionar un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa, como es brindar un servicio de calidad al cliente potencial; para lo se contara con un Ing. en Marketing para desarrollar estrategias y técnicas de distribución y publicidad para la venta del servicio.

b) Canales de distribución

Los canales de distribución permitirán alcanzar los objetivos en cuanto al volumen de ventas, permitiendo lograr una diferenciación con la competencia, por tanto la Granja adoptara los siguientes:

- Atención directa y personalizada al cliente.
- Establecer relaciones con otras instituciones que se vinculen con la prestación de servicios similares.

- Participar en ferias locales y nacionales de turismo para establecer contactos comerciales.
- Afiliación a la cámara de Turismo del Cantón Antonio Ante.
- Diseñar programas de promoción y publicidad.
- Permitir la reservación y transacciones comerciales vía personal e internet.
- Diseño de una página web que permita dar a conocer los productos y servicios.
- Crear una imagen corporativa que se identifique con la conservación del medio ambiente.

c) Publicidad del producto

Para dar a conocer la Granja Turística se promocionara en varios medios de comunicación, que permitan ser un canal directo entre el servicio y los futuros demandantes:

- **Anuncios de Prensa:** Se publicará anuncios en revistas y periódicos de mayor circulación a nivel local y nacional una vez al mes.
- **Vallas Publicitarias:** Se ubicará estratégicamente una valla en la vía Otavalo - Ibarra, y pequeños rótulos dentro de Atuntaqui que guíen al turista a la ubicación de la Granja.
- **Campaña Televisiva:** Se realizará una campaña televisiva indistintamente cuatro meses al año. Además se participara en programas televisivos exclusivos de turismo.
- **Internet:** Por ser el segundo medio de comunicación con mayor grado de aceptación para conocer el servicio, se diseñara una página web para detallar los servicios.

Gráfico N° 18 Anuncio publicitario



**GRANJA TURÍSTICA
KILLA WASI**

VEN Y DISFRUTA DE UN AMBIENTE ACOGEDOR EN CONTACTO CON LA NATURALEZA.

LA GRANJA OFRECE:

- ALIMENTACIÓN TÍPICA**
- ACTIVIDADES AGROPECUARIAS**
- CABALGATAS**
- PASEO EN BICICLETA**
- PESCA**
- CAMPING**

The advertisement features a central yellow text box with a list of services. Surrounding this box are several images: a person rock climbing, a man fishing by a lake, a campsite with a tent and chair, a collage of typical Peruvian dishes, a collage of hotel rooms, and a group of people on bicycles in a forest. The top right corner contains the farm's logo, which includes a cartoon cow and the text 'GRANJA TURÍSTICA KILLA WASI'.

Elaborado por: Autora

Gráfico N° 19 Página web

INICIO	HOSPEDAJE	ALIMENTACIÓN	ESPECIES AGROPECUARIAS	ACTIVIDADES RECREATIVAS
<p>EXELENIA Y CALIDAD EN TODOS LOS SERVICIOS</p> <p>DIRECCIÓN: ATUNTAQUI, BARRIO PERGUEL (GUIESE POR SUS ROTULOS)</p> <p>www.killawasi.com</p> <p>Telf. 06-2- 906 078</p>				
				
				
				
				

Elaborado por: Autora

3.11 Conclusiones del estudio

- Mediante este estudio se pudo determinar que Antonio Ante es un Cantón considerado como una ciudad de paso, debido a la escases de atractivos turísticos y hospedaje; además se considera que el Cantón cuenta con potencialidades agroturísticas por sus hermosos paisajes y

la diversidad de flora y fauna, por lo que se ve como oportunidad la creación de la granja turística para contribuir a cubrir la demanda insatisfecha de hospedarse en un lugar que permita tener contacto directo con la naturaleza y practicar las actividades de campo.

- 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 los afluentes turísticos del Cantón Antonio Ante para determinar sus necesidades, y los valores que se destinarían a actividades agroturísticas.
- El medio de promoción y marketing que utilizará esta microempresa será el Internet, ya que se puede dar a conocer tanto Nacional como Internacional, sin dejar de lado la publicidad visual como son afiches, trípticos, gigantografías, volantes, entre otros.
- La oferta turística por producto o servicio se encuentra en un promedio de \$ 25 .00 a \$ 40.00 por noche tomando en cuenta precios de hosterías, hoteles y casas de alojamiento, siendo este un precio muy asequible para las personas que gustan de la realización del agroturismo.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERIA DE PROYECTO

4.1. Introducción

En este estudio se determina la capacidad del proyecto, en lo relacionado a la venta de servicios de paquetes turísticos, además trata sobre la localización óptima del proyecto en lo referente a los servicios básicos e infraestructura vial, se determina las inversiones fijas y variables que se requieren para poner en marcha la granja turística y los procedimientos del servicio.

4.2. Tamaño del proyecto

Para establecer el tamaño del proyecto se inicia de la capacidad de servicio que alcanza a cubrir de la demanda insatisfecha, determinada en el estudio de mercado aplicado en el Cantón Antonio Ante.

4.2.1. Factores que afectan el tamaño

El análisis de los factores que afectan el tamaño del proyecto, permite determinar un panorama claro con respecto al nivel de viabilidad o riesgos que implica la implementación del proyecto; obteniendo de esta manera una pauta de cuan atractivo resulta implementar la Granja Turística.

4.2.2. Determinación de la capacidad del proyecto

Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de cuatro aspectos:

- Objetivos de crecimiento

- Disponibilidad de recursos financieros
- Materias primas e insumos
- Fijación de la capacidad del parador turístico

a) Objetivos de crecimiento

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

Cuadro N° 33 Objetivo de crecimiento escenario óptimo

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE DE CAPTACIÓN	TOTAL CAPTACIÓN
266516	3.75%	10000
284580	3,86%	11000
310584	3.90%	12100
346454	3.85%	13310
395008	3.71%	14641

Elaborado por: Autora

Como se puede apreciar en el cuadro anterior los objetivos de crecimiento planteados respecto a la demanda insatisfecha, respetando el criterio turístico de ocupación del 40% de la capacidad instalada, el proyecto espera captar entre los rangos del 3%, al 4 %, de la demanda insatisfecha lo que demuestra una gran expectativa respecto al proyecto y respe.

b) Disponibilidad de recursos financieros

Para la implementación del proyecto se cuenta con un espacio de seis Hectáreas (sesenta mil m²), cuyo valor comercial es de 1,50 USD por m², con un costo de USD. 90,000 más el diseño de la granja \$50,000 equivalente a un capital propio de USD. 140,000 la diferencia se accederá a un crédito en las instituciones del sistema financiero.

c) Materias primas e insumos

Materias primas e insumos

En la industria turística la materia prima es aportada por la correcta localización y disponibilidad de recursos materiales, humanos y tecnológicos para brindar un servicio de calidad en un ambiente acogedor logrando cumplir las expectativas del turista en cuanto a relajamiento y diversión.

Por otro lado cabe recalcar que para la prestación de servicios en especial de restaurante se tendrá una área de cultivos orgánicos de frutas y vegetales, así se tendrá una provisión de alimentos para abastecer este servicio, pero para complementar aquellos que no se produce se recurrirá a Supermercados del Cantón Antonio Ante o en su defecto del Cantón Ibarra.

De igual manera para la adquisición de los insumos complementarios que se utilizarán para la prestación de todos los servicios y mantención de la granja, se procederá a adquirir en los Supermercados del Cantón Antonio Ante o en su defecto del Cantón Ibarra.

d) Fijación de la capacidad de la granja turística

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

Según los resultados obtenidos en el estudio de mercado se pudo dimensionar la capacidad mediante:

- La aceptación que se tiene para visitar el lugar que corresponde al 94% del total de turistas que visitan el Cantón Antonio Ante.
- La comparación con establecimientos que ofrecen servicios similares.
- La proyección de la demanda según las habitaciones requeridas.

Capacidad Diseñada: La hostería será diseñada para una capacidad aproximada de 72 personas en el alojamiento.

Capacidad Instalada: Aprovechando el surgimiento turístico del Cantón Antonio Ante y el grado de aceptación del agroturismo por los visitantes, se estima un índice de instalación hotelera del 3 al 4%.

f) La organización

La organización de la empresa será importante para su funcionamiento el mismo que estaría compuesta por personal administrativo, ventas y personal operativo. Con respecto a este factor que toma en cuenta el recurso humano que laborará en las distintas áreas de la empresa, para lo cual se deberá tomar cuenta la mano de obra calificada que será seleccionado minuciosamente de acuerdo a las siguientes competencias: nivel de educación y capacitación, experiencia en área a desempeñarse.

Los procedimientos administrativos serán factores determinantes en la estructura, organización y el desempeño a futuro del proyecto ya que deben responder a las expectativas de: imagen, posición, liderazgo, calidad y competitividad en los mercados.

4.3. Localización del proyecto

Se refiere al sitio óptimo a localizar el proyecto, este aspecto es muy importante, ya que será aquel que permita producir con eficiencia

obteniendo máxima producción y la mayor rentabilidad. Al momento de determinar la respectiva ubicación se debe analizar dos puntos:

- a) Área geográfica llamada (Macro localización)
- b) Lugar preciso de asentamiento denominado también (Micro localización)

4.3.1. Macrolocalización

La Macro localización comprende el establecimiento del lugar geográfico en donde se llevará a cabo el proyecto por lo que es necesario tomar en cuenta varios aspectos como: La región, Provincia, Cantón o área geográfica con el único objetivo de conocer con precisión el lugar donde se desarrollará el proyecto.

La ubicación del proyecto será, en la región sierra, al norte del Ecuador, exactamente en la Provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante; dicho Cantón se encuentra estratégicamente ubicado en centro de la Provincia de los lagos (Imbabura), bajo las faldas del cerro Imbabura que dota de hermosos paisajes, a 9 km de Ibarra capital de la provincia de Imbabura, a 94 Km de Quito capital del Ecuador y a 178,70km de la frontera colombiana.

Datos básicos:

Superficie: 7 926,19 hectáreas

Población: 43 518 habitantes

Altitud media: 2.360 m.s.n.m. dato de la cabecera cantonal

Temperatura media: 15,4 grados centígrados

Límites: Norte: Cantón Ibarra

Noreste los Cantones de Urcuquí y Cotacachi

Sur el cantón Otavalo.

El Cantón es el de menor extensión territorial, representa el 1,8% de la provincia, pero su población representa el 10,93% de Imbabura y el 0,30% del país, prevaleciendo la población de 0 a 28 años con el 56,37%.

Estos datos son proporcionados por el Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del Cantón Antonio Ante - 2012

Se ha considerado este Cantón con el fin de contribuir al surgimiento del turismo como actividad económica, de manera que se amplié las fuentes de trabajo y por ende los ingresos económicos de los habitantes de Antonio Ante.

El mapa que presentamos a continuación podemos ver con exactitud su localización.

Gráfico N° 20 Mapa de Antonio Ante



4.3.2. Microlocalización

Las características físicas y ambientales que muestra el Barrio San Ignacio, perteneciente a la zona Urbana del Cantón Antonio Ante, son el marco para

seleccionar la localización exacta para la Granja Turística, cuya construcción estará en la calle Los Nogales cerca al Río Ambí.

El lugar a ubicarse es un sitio donde se posee las características mínimas necesarias para el normal funcionamiento y desarrollo de la misma: accesos, servicios básicos, cercanías a atractivos turísticos que constituye un factor primordial y costos.

Las vías de acceso están 2 km trayecto:

Panamericana – □ Calle Rocafuerte □ Calle García Moreno □ Calle Los Nogales □ □ Granja Turística.

Para la evaluación de las alternativas de localización se utilizará la respectiva aplicación de factores, al identificar éstos, se tomará en cuenta una escala de evaluación en el rango de 1 a 10, priorización de factores, ponderación de en forma porcentual y por último la decisión de localización. En este punto nos ayudará a establecer con precisión el lugar donde se va a desarrollar la actividad económica.

4.3.3. Matriz de factores

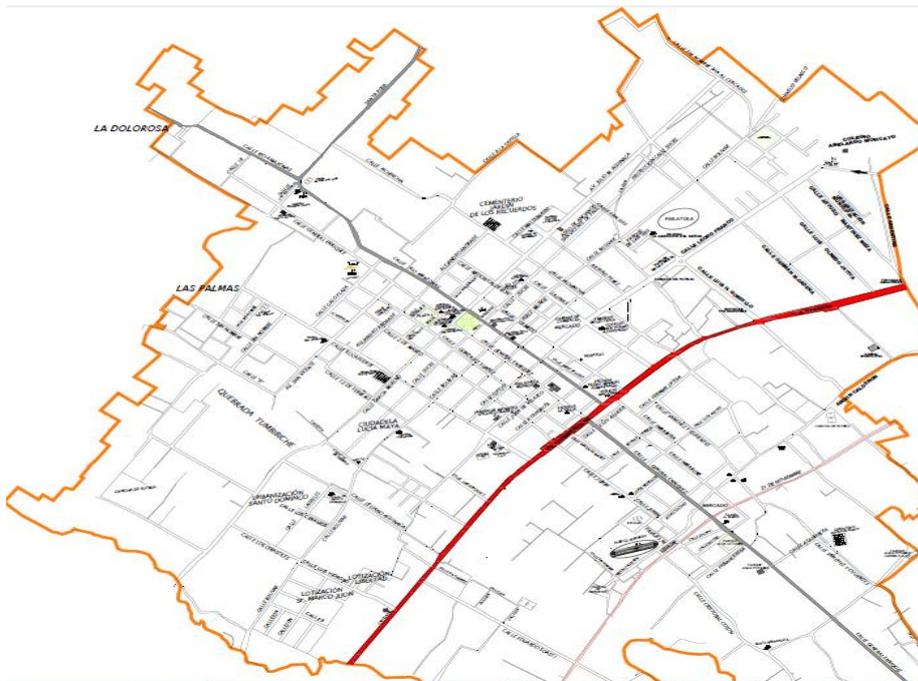
Cuadro N° 34 Matriz para determinar la microlocalización del proyecto

0	FACTOR DE PONDERACIÓN	PARROQUI ATUNATQUI	PARROQUIA SAN ROQUE	PARROQUI CHALTURA
Obras de infraestructura	0,20	18,00	18,00	18,00
Espacio físico	0,20	20,00	17,00	17,00
Competencia	0,10	7,00	5,00	8,00
Vías de Acceso	0,15	13,00	14,00	15,00
Transporte	0,15	10,00	12,00	13,00
Seguridad y salud	0,10	8,00	7,50	7,5
Aceptación de la comunidad	0,10	10,00	7,00	8,5
TOTALES PONDERADOS	1,00	86,00	80,50	87,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Autora

En referencia a la matriz para determinar la microlocalización del proyecto, se pudo determinar que la mejor zona de ubicación para la graja turística en relación con los factores mencionados es la parroquia de Atuntaqui.

Gráfico N° 21 Plano urbano de la parroquia Atuntaqui



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del Cantón Antonio Ante
Elaborado: La autora

4.4. Ingeniería del proyecto

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

4.4.1. Infraestructura física

Representan las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde funcionará la Granja Turística.

a) Distribución de las áreas

Para la distribución de la planta se consideró importante tomar en cuenta algunas condiciones que permitan realizar las actividades económicas, productivas y turísticas de manera eficaz, así como también se tomó en cuenta todas las medidas básicas que brinden seguridad y bienestar tanto a los empleados como a todos turistas, evitando de esta manera posibles accidentes. La granja turística será construida en 60.000 m² según como indica el plano arquitectónico, los mismos que se distribuirán de la siguiente manera:

b) Área administrativa.

Dentro de esta área se encuentra la recepción, sala de estar y la oficina de administración, con un área de 52 m².

c) Área de vivienda

Teniendo en cuenta que la granja turística pretende recibir al turista como a un familiar, esta área constara de:

- **Comedor:** En un área de 30 m², se ubicaran cuatro mesas para diez personas c/u en un orden acoplado.
- **Cocina:** En un área de 36 m², se ubicara la cocina que contará de un mesón bien amoblado y el espacio adecuado para los electrodomésticos.
- **Sala:** En una área de 60m², se diseñara una sala con muebles confortables que permita al visitante sentirse como en su casa y tener un descanso placentero.

d) Área de mantenimiento y limpieza

La Granja Turística contara con un cuarto de lavandería y una bodega para planchado y para guardar el menaje correspondiente al área de habitaciones. De igual manera contara con una bodega para guardar los utensilios agropecuarios para el cuidado y mantenimiento de animales y cultivos. Para lo cual cada bodega contara con un espacio de 50m² c/u.

f) Área de hospedaje

Existirán seis cabañas, cada una con dos habitaciones para dos personas y dos habitaciones para cuatro personas, con baño independiente y además una salita de estar al estilo rustico; es decir cada cabaña tendrá capacidad para doce personas, logrando una capacidad total para cuarenta y ocho personas, la misma que tiene una superficie de 800 m².

g) Área de cultivos

Para los cultivos se contara con un área de 3000 m².el cual estará dividido en parcelas de 200 m² donde se cultivaran las distintas plantas nativas de la región.

h) Área de crianza de animales

La crianza de animales se desarrollará en un área de 1000 m². , donde se construirán los diferentes corrales y establos de manera que sea factible la observación por parte del turista, así como también la crianza y sustento de animales propios de granjas de la región.

i) Área de cabalgatas, recorridos

Para que la granja turística tenga sentido necesita que los visitantes se pongan en contacto con la naturaleza por tal razón estará situado en el área de crianza de animales se encontraran los caballos que serán utilizados para las cabalgatas y adicionalmente este corral contiene y un forraje para el cuidado de los animales de 350 m².

En esta área que tendrá una extensión de seis hectáreas se marcaran senderos por los cuales se harán los recorridos mediante cabalgata o caminata, aquí se expondrán los atractivos más sobresalientes del lugar.

j) Área de camping

El camping se desarrollara en una área de bosque de 350 m²., donde se adecuara el lugar para el desarrollo de la actividad.

k) Área de la terapia del grito

En el bosque se diseñara un lugar cerca de la caída al río un área para la terapia del grito, 100 m²., donde se proporcione tranquilidad y los turistas puedan liberarse de sus tenciones.

l) Área de pesca deportiva

En la quebrada existen ojos de agua, por lo que se considera apto para construir piscinas de peces que permita desarrollar la pesca deportiva en un área de 200 m².

m) Área de escalada

Al ser la superficie con una elevación, el área de escalada se construirá en una pendiente en la parte sur del lugar, considerado lugar apto para el desarrollo del deporte.

n) Área de juegos infantiles

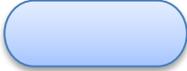
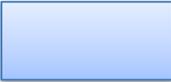
Cerca de las cabañas y vivienda, se destinara un área de 80 m², para la construcción de juegos infantiles rústicos de madera, indispensable para la diversión de los niños.

4.4.2 Procesos productivos

a). Simbología para elaborar los diagramas de flujo

Los diagramas de flujo se dibujan generalmente usando algunos símbolos que ayudan a entender el funcionamiento interno y las relaciones entre varios procedimientos que tienen las microempresas. Los símbolos son:

Cuadro N° 35 Simbología para elaborar los diagramas de flujo

SIMBOLO	DEFINICIÓN	DESCRIPCIÓN
	Inicio o término	Indica el principio o el fin del flujo, se usa para indicar una oportunidad administrativa o persona que recibe o proporciona información
	Proceso	Representa la ejecución de una operación por medio de la cual se realiza una parte del procedimiento descrito.
	Documento	Cualquier documento impreso
	Documentos	Varios documentos
	Decisión	Decidir una alternativa específica de acción
	Datos	Significa el depósito final o temporal de documentos en archivo.
	Conector de página	Indicador que une o enlaza con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo.
	Conector	Une o enlaza una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

Fuente: www.monografias.com
 Elaborado por: La autora.

b) Proceso de producción agrícola

➤ Flujograma de preparación del suelo

Cuadro N° 36 Preparación del suelo

DETALLE	PASOS	ACTIVIDAD
REMOCIÓN TIERRA	1	Medir tierra negra con el abono orgánico
MEZCLADO	2	Mezclar la tierra con el abono
SEMILLEROS	3	Realizar los semilleros y platabandas
SIEMBRA	4	Siembra de semilla hasta cuarenta días

Fuente: Investigación Directa

Gráfico N° 22 Flujograma de preparación del suelo



➤ **Flujograma de sembrío**

Cuadro N° 37 Sembrío

DETALLE	PASOS	ACTIVIDAD
TRANSAPLANTE	1	Poner las plántulas en fundas de polietileno
REGADÍO	2	Regadío de las plántulas
CONTROL DE MALEZAS	3	Monitoreo y deshierbe
INJERTAR	4	Injerto de las yemas en las plantas
SIEMBRA	5	Siembra de la planta

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 23 Flujograma de sembrío



➤ **Manejo de cultivo**

Cuadro N° 38 Manejo de cultivo

DETALLE	PASOS	ACTIVIDAD
APORQUE	1	Agregar tierra a los guachos
DESHIERBE	2	Quitar la hierba mala de los sembríos
CONTROL FITOSANITARIO	3	Prevención y cura de bacterias que afecten a las plantas
RIEGO	4	Hidratación periódica
FERTILIZACIÓN	5	Agregar minerales al suelo para el correcto crecimiento de las plantas.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 24 Manejo de cultivo



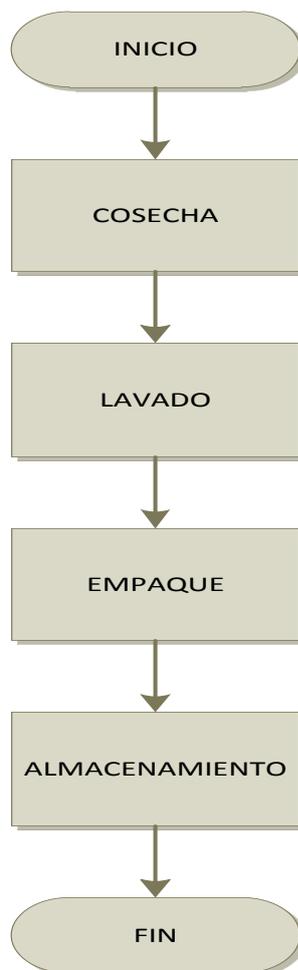
➤ **Cosecha y almacenamiento**

Cuadro N° 39 Cosecha y almacenamiento

DETALLE	PASOS	ACTIVIDAD
COSECHA	1	Recolección de frutos.
LAVADO	2	Lavado de frutos.
EMPAQUE	3	Empaque de los frutos en canastillas.
ALMACENAMIENTO	4	Almacenamiento en la bodega de la cocina.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 25 Cosecha y almacenamiento



c) Proceso de cuidado pecuario

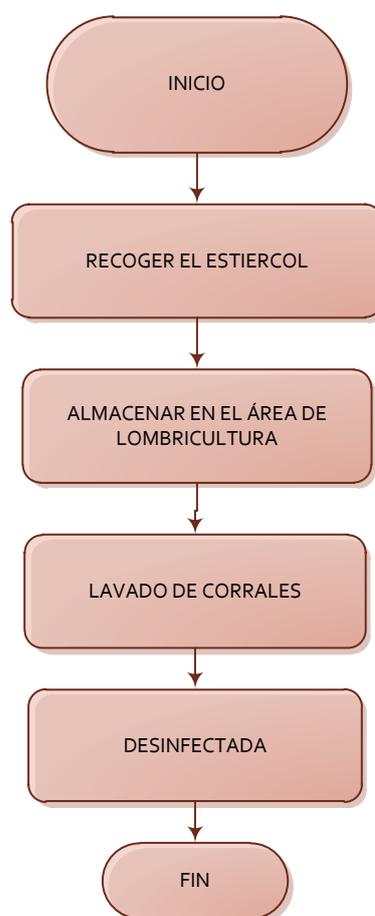
➤ Limpieza de corrales y establos

Cuadro N° 40 Limpieza de corrales y establos

DETALLE	PASOS	ACTIVIDAD
RECOLECCIÓN DE ABONO	1	Se barre los establos y corrales recolectando el abono
ALMACENAMIENTO	2	Almacenamiento del abono en el área de lombricultura.
LAVADO	3	Lavado con mangueras a presión de las instalaciones
DESINFECCIÓN	4	Aplicar productos antibacterianos

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 26 Limpieza de corrales y establos



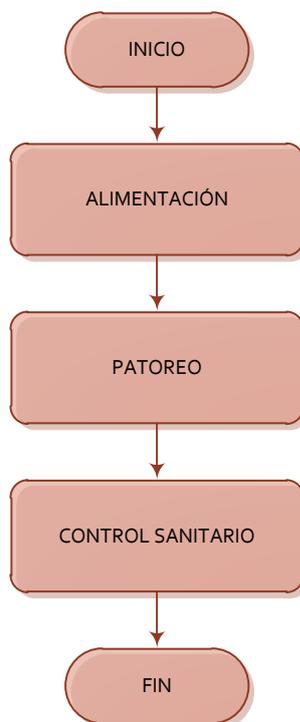
➤ **Alimentación de animales**

Cuadro N° 41 Alimentación de animales

DETALLE	PASOS	ACTIVIDAD
ALIMENTACIÓN	1	Colocación de alimentos y vitaminas en comederos y bebederos dependiendo el tipo de animal.
PASTOREO	2	Trasladar a los bovinos a pastizales
CONTROL SANITARIO	3	Control periódico de enfermedades bacterianas que afectan a los animales.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 27 Alimentación de animales



4.4.3. Proceso de preparación de alimentos

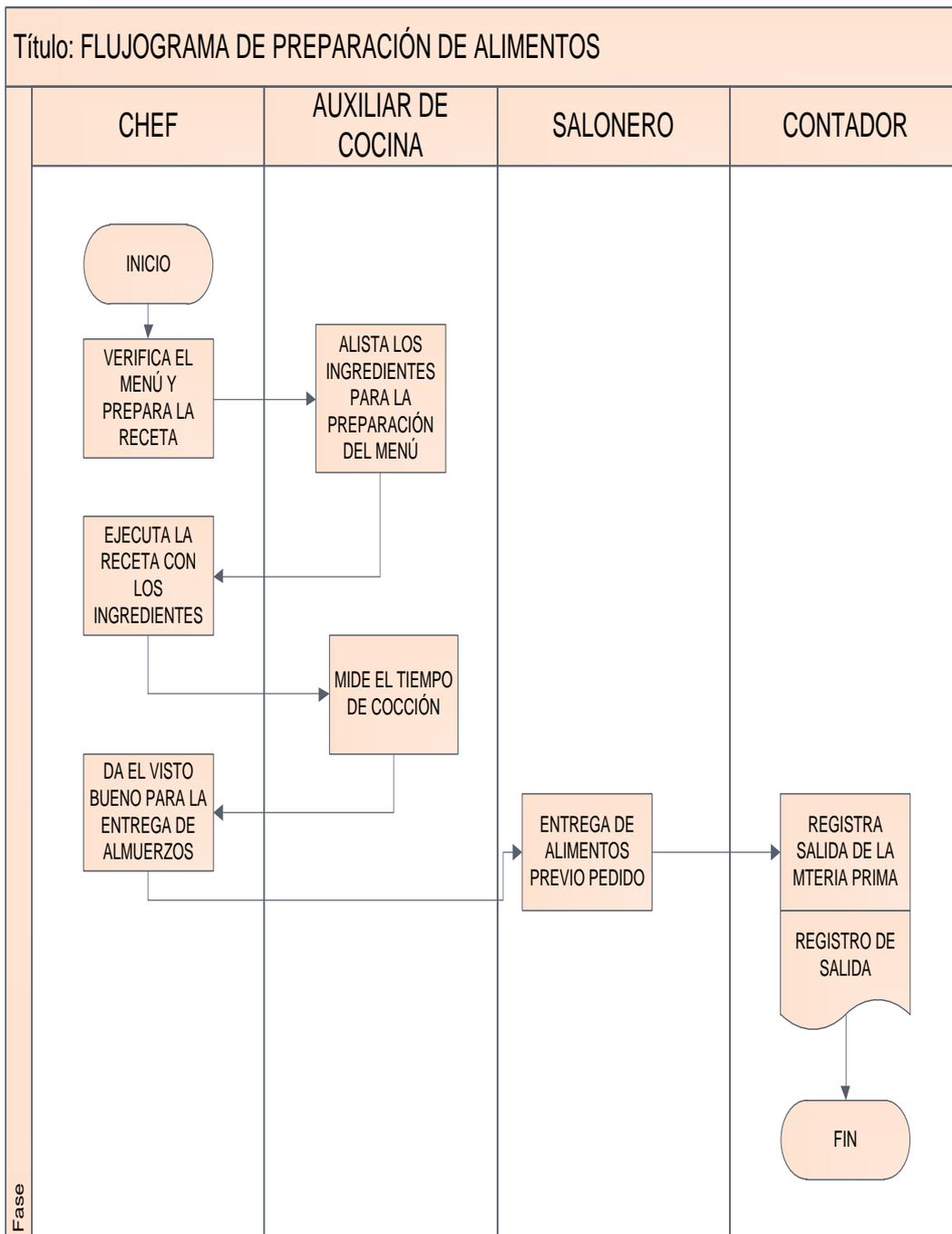
Cuadro N° 42 Proceso de preparación de alimentos

DETALLE	PASO	ACTIVIDAD
CHEF	1	Verifica el menú y elabora la receta e imparte al auxiliar de cocina.
AUXILIAR DE COCINA	2	Alista los ingredientes necesarios para la preparación del menú.
CHEF	3	Ejecuta la receta con los ingredientes listos
AUXILIAR DE COCINA	4	Mide el tiempo de cocción indicada por el cocinero.
CHEF	5	Da el visto bueno para la entrega del almuerzo al cliente
SALONERO	6	Entrega de alimentos previo pedido
CONTADOR	7	Registra salida de materia prima.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora.

Gráfico N° 28 Proceso de preparación de alimentos



Elaborado por: La autora

4.4.4. Proceso productivo turístico

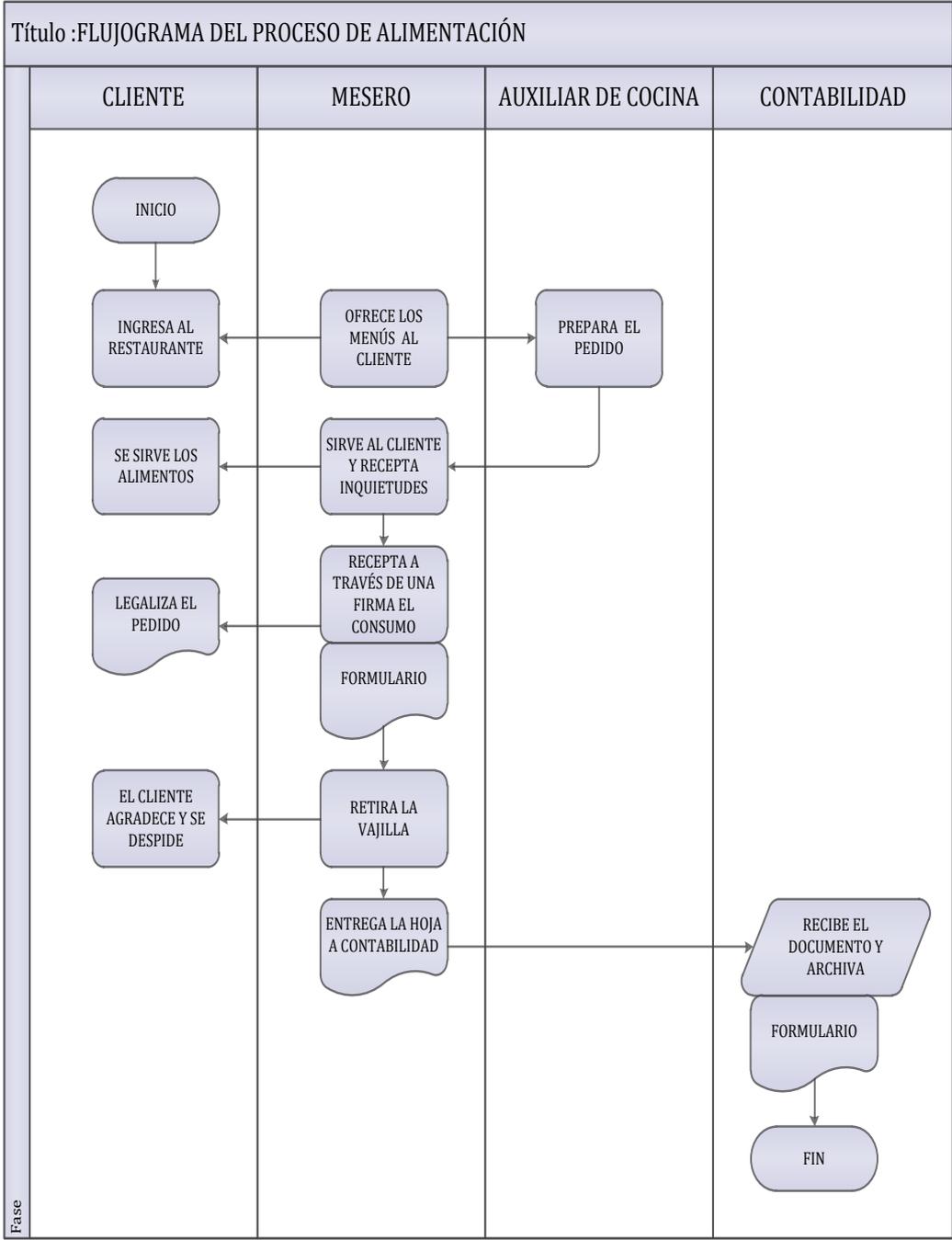
4.4.4.1. Proceso productivo en el área de alimentación

Cuadro N° 43 Proceso productivo en el área de alimentación

DETALLE	PASO	ACTIVIDAD
CLIENTE	1	Ingresa el cliente al restaurante
MESERO	2	Ofrece al cliente los menús y entrega la orden al auxiliar de cocina
AUXILIAR DE COCINA	3	Prepara el pedido para ser entregado al mesero
MESERO	4	Sirve el plato al cliente y recepta inquietudes
CLIENTE	5	Se sirve los alimentos solicitados
MESERO	6	Recepta a través de una firma el consumo.
CLIENTE	7	Legaliza el pedido
MESERO	8	Retira la vajilla y entrega la hoja a contabilidad
CLIENTE	9	Agradece el servicio y se despide
CONTABILIDAD	10	Recibe y archiva el formulario

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

Gráfico N° 29 Proceso productivo en el área de alimentación



Elaborado por: La autora

4.4.4.2 Proceso productivo hospedaje

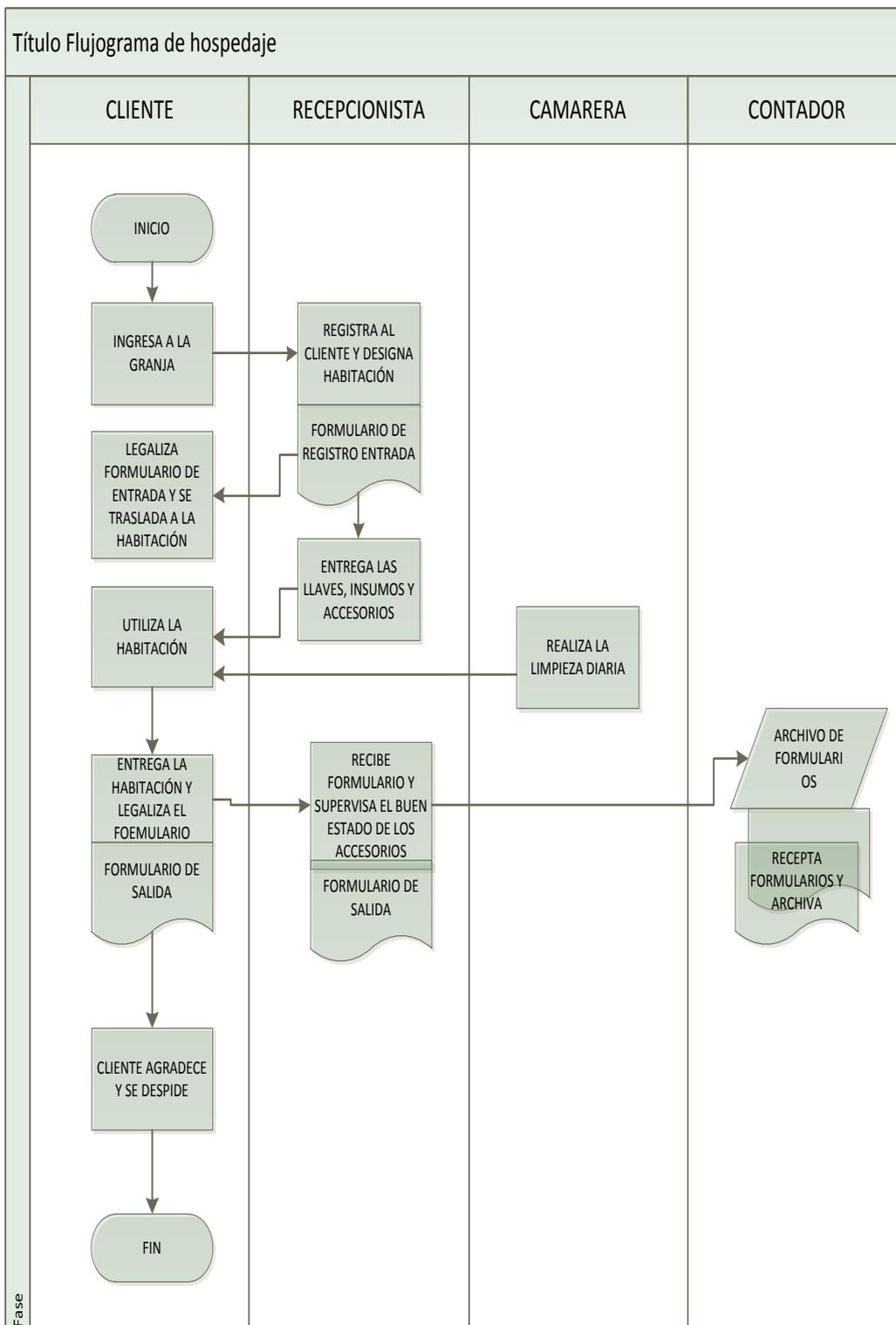
Cuadro N° 44 Proceso productivo de hospedaje

DETALLE	PASO	ACTIVIDAD
CLIENTE	1	Ingresa el cliente a la granja
RECEPCIONISTA	2	Registra al huésped y designa la habitación
CLIENTE	3	Se traslada a la habitación
RECEPCIONISTA	4	Entrega llaves, accesorios e insumos de aseo al cliente.
CLIENTE	5	Utiliza la habitación
CAMARERA	6	Realiza la limpieza diaria
CLIENTE	7	Entrega la habitación
RECEPCIONISTA	8	Recibe y supervisa el buen estado de los accesorios y entrega formulario para que legalice la permanencia del cliente
CONTADOR	9	Recepta formulario y archiva
CLIENTE	10	Se despide

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 30 Proceso productivo de hospedaje



Elaborado por: La autora

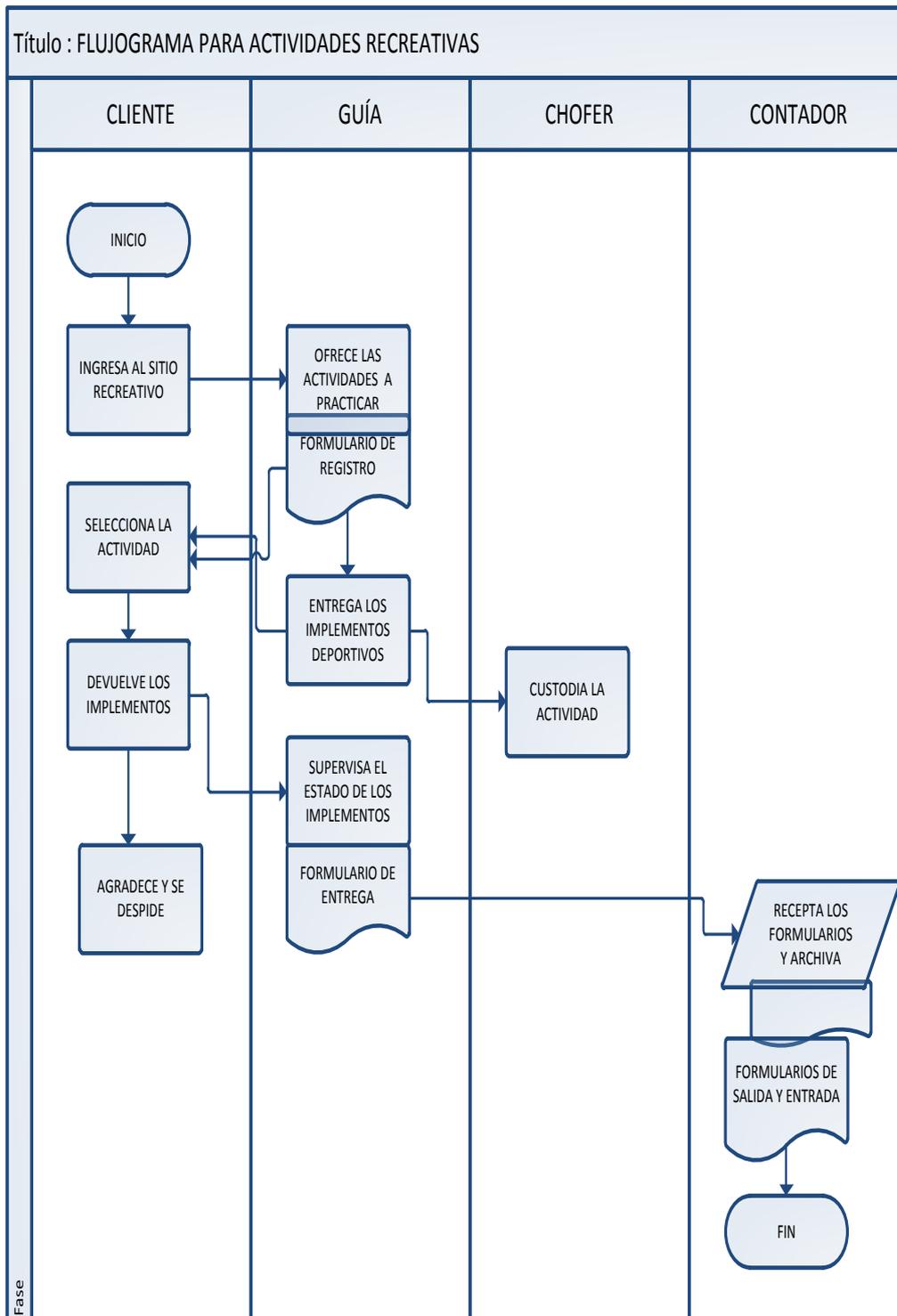
4.4.4.3 Proceso para los servicios recreativos

Cuadro N° 45 Proceso para los servicios recreativos

DETALLE	PASO	ACTIVIDAD
CLIENTE	1	Ingresa el cliente a los sitios recreativos
GUÍA	2	Ofrece los deportes que puede practicar y registra la actividad en formulario.
CLIENTE	3	Selecciona el servicio recreativo
GUÍA	4	Entrega los implementos deportivos
CLIENTE	5	Desarrolla la actividad
CHOFER	6	Custodia las actividades
CLIENTE	7	Devuelve los implementos y legaliza la actividad.
GUÍA	8	Supervisa el estado de los implementos y entrega al contador formularios
CONTADOR	9	Registra la actividad y archiva.
CLIENTE	10	Agradece y se despide.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

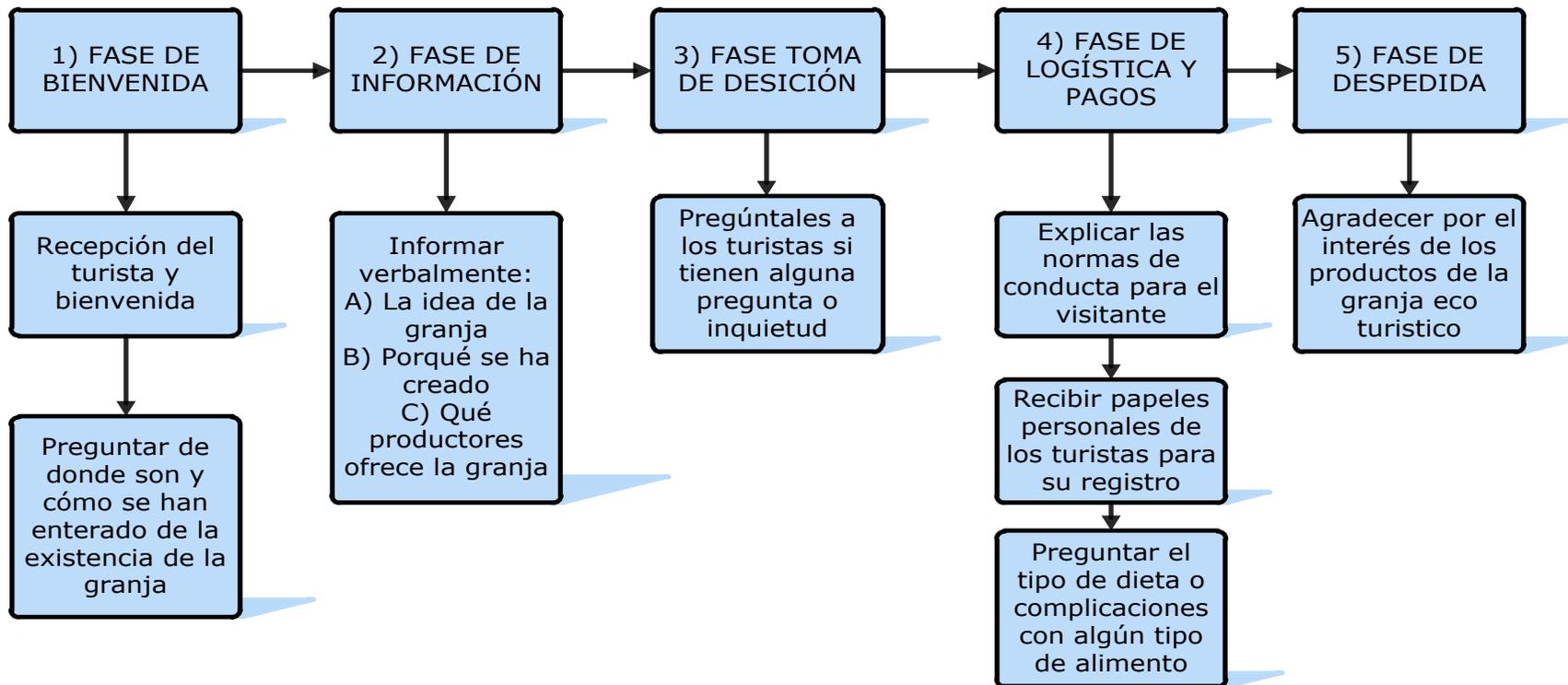
Gráfico N° 31 Proceso para los servicios recreativos



Elaborado por: La autora

4.3.2.4 Proceso del área comercial

Cuadro N° 46 Proceso del área comercial



4.3.3 Tecnología

Es importante que la Granja Turística utilice todo el potencial tecnológico que existe al momento para captar clientes, ya que en la actualidad, el internet es el mayor difusor de comercio y publicidad, por medio de la página web los turistas podrán conocer, apreciar los atractivos turísticos que se ofrecerá, realizar reservaciones y optimizar tiempo en lo que respecta a pagos, cobros, anticipos, reservaciones, ya que éstos pueden hacerse de forma sencilla por medio del internet, y también los turistas se sienten familiarizados con estas transacciones electrónicas.

Además el uso de la tecnología adecuada ayuda a mejorar el servicio en lo referente a electrodomésticos, maquinaria y equipo agropecuario.

4.3.4 Maquinaria y equipo

Para los requerimientos de maquinaria y equipos, se tomó en cuenta el dimensionamiento de las diferentes explotaciones y la posibilidad de expansión de los mismos, con esto se logrará que la maquinaria satisfaga técnica y económicamente las necesidades de la granja, no solo en la actualidad sino también en el futuro.

Equipo y maquinaria agropecuaria

- Motoguadaña Sthil 450 FS
- Bomba de agua HONDA 8 cb.
- Bomba de fumigar mochila Matabi

Gráfico N° 32 Equipo y maquinaria agropecuaria



Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)
Elaborado por: La autora.

Equipo y maquinaria para área administrativa

- Lapto HP Pavilion dv4-2116
- Impresora HP 3050
- USB 4GB HP
- Teléfono

Gráfico N° 33 Equipo y maquinaria para el área administrativa



Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La autora

Equipo y maquinaria de cocina

- Cocina Industrial
- Licuadora Oster 4655
- Horno microondas Indurama
- Horno industrial
- Batidora Oster
- Refrigerador Mabe

Gráfico N° 34 Equipo y maquinaria para el área administrativa



Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La autora

Equipo y maquinaria hospedaje

- Televisión LCD 26 pulgadas
- Equipo de sonido LG

Gráfico N° 35 Equipo y maquinaria para el área administrativa



Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La autora

Equipo y maquinaria de aseo

- Lavadora Whirlpool
- Plancha de ropa Oster

Gráfico N° 36 Equipo y maquinaria de aseo



Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La autora

4.4. Presupuesto técnico

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: infraestructura civil, terrenos, procesos de producción, equipos, recursos humanos, entre otros.

4.4.1. Inversiones fijas

Para iniciar el proyecto es preciso realizar la inversión en equipos, muebles y enseres y menaje, necesarios para la prestación del servicio de la Granja Turística. Por este motivo, se consideró que las inversiones totales se las realizará en el período pre-operativo y operativo del proyecto, estas inversiones no serán modificadas durante toda la vida del proyecto, es decir, durante los próximos 5 años de ejecución del proyecto. La adquisición de activos fijos se realizara de la siguiente manera: compra de terreno y obras civiles, equipos, muebles y enseres, menaje.

4.4.2. Terreno y obras civiles

El terreno donde se desarrollara el proyecto será de 6 hectáreas y contará con una infraestructura de diseño mixto de madera y cemento armado con una dimensión en construcciones de 600 m².

Cuadro N° 47 Terreno

Terreno			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD m2	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno (Granja)	60000	\$ 1,50	\$ 90.000,00
TOTAL			90.000,00

Fuente: Obras de Ingeniería Civil, datos de avalúos y catastros del Municipio de Antonio Ante
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 48 Obras de Infraestructura

Obras de Infraestructura			
DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN M2	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
Contracciones	600	\$ 250,00	\$ 150.000,00
Diseño de granja			50.000,00
TOTAL			200.000,00

Fuente: Arq. Vladimir Ibarra

Elaborado por: La autora

Maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo que se requiere para las diferentes áreas son lo más elemental como equipos de computación, oficina, electrodomésticos y equipos de seguridad para el normal desarrollo de la granja turística.

Área Administración

Cuadro N° 49 Equipos de oficina del área de administración

Equipos de oficina			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Telefax más línea telefónica	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Sumadoras	2	50,00	100,00
TOTAL			600,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 50 Equipos y paquetes informáticos del área de administración

Equipos y Paquetes Informáticos			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras marca LG	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00
Impresora multifuncional	2	230,00	460,00
Paquete informático SITAC	1	300,00	300,00
TOTAL			2.260,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Área Ventas

Cuadro N° 51 Equipos de oficina del área de ventas

Equipos de oficina			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Telefax más línea telefónica	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Sumadoras	1	50,00	50,00
TOTAL			300,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 52 Equipos y paquetes informáticos del área de ventas

Equipos y Paquetes Informáticos			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras marca LG	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Impresora multifuncional	1	230,00	230,00
TOTAL			980,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Área operativa

Cuadro N° 53 Maquinaria y equipo agropecuario

Maquinaria y Equipo Agropecuaria			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Motoguadaña Sthil 450 FS	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Bomba de agua HONDA 8 cb.	1	700,00	700,00
Bomba de fumigar mochila Matabi	2	65,00	130,00
TOTAL			1.630,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 54 Maquinaria y equipo de cocina

Maquinaria y Equipo de Cocina			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina Industrial	2	300.00	600.00
Tanque de gas	4	140.00	560.00
Licadora Oster 4655	2	56.00	112.00
Horno microondas Indurama	1	147.00	147.00
Horno industrial	1	300.00	300.00
Batidora Oster	1	35.00	35.00
Refrigerador Mabe	1	867.00	867.00
TOTAL			2,621.00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 55 Equipo de hospedaje

Equipo de hospedaje			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Televisión LCD 26 pulgadas	8	360.00	2,880.00
Equipo de sonido LG	2	370.00	740.00
TOTAL			3,620.00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 56 Maquinaria y equipo de aseo

Maquinaria y Equipo de aseo			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lavadora Whirlpool	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Plancha de ropa Oster	2	79,00	158,00
TOTAL			1.008,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 57 Equipos deportivos

Equipos deportivos			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carpas	5	\$ 35,00	\$ 175,00
Botas	10	13,00	130,00
Bicicletas	5	75,00	375,00
Linternas	10	8,00	80,00
Cañas de pescar	5	18,00	90,00
Traje para escalar	10	50,00	500,00
Bolsas de dormir	10	40,00	400,00
Balones(futbol, vóley, básquet)	3	25,00	75,00
Cuerdas (de 20 metros)	10	15,00	150,00
TOTAL			1.975,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 58 Equipos seguridad

Equipo de Seguridad			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Extintor	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Alarma	1	250,00	250,00
TOTAL			330,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Vehículo

Se contará con un vehículo para el traslado de los turistas a los diferentes lugares turísticos de la Provincia.

Cuadro N° 59 Vehículo

Vehículo			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Buseta Hyundai	1	43,836.48	43,836.48
TOTAL			43,836.48

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Muebles y enseres

Los muebles y enseres están distribuidos en relación al número de empleados que prestan servicios administrativos y de ventas, en la parte operativa se contará con mobiliario confortable para el alojamiento del turista.

Área administrativa

Cuadro N° 60 Bienes muebles y enseres área administrativa

Bienes Muebles y Enseres			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios Ejecutivos	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Sillas Giratorias	2	120,00	240,00
Archivadores aéreos	2	60,00	120,00
Sillas	6	50,00	300,00
Basureros	2	20,00	40,00
TOTAL			940,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Área de ventas

Cuadro N° 61 Bienes muebles y enseres área de ventas

Bienes Muebles y Enseres			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios Ejecutivos	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Sillas Giratorias	1	120,00	120,00
Archivadores aéreos	1	60,00	60,00
Sillas	3	50,00	150,00
Basureros	1	20,00	20,00
TOTAL			470,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Área de Operativa

Cuadro N° 62 Bienes muebles y enseres área de operativa

Muebles y Enseres Operativos			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de comedor 8 personas	9	300,00	\$ 2.700,00
Juego de sala grande	1	400,00	400,00
Juego de sala pequeño	6	200,00	1.200,00
Camas literas de una plaza	12	247,00	2.964,00
Camas de dos plazas	24	230,00	5.520,00
veladores	24	80,00	1.920,00
Perchas para bodegas	4	30,00	120,00
TOTAL			14.824,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 63 Resumen de propiedad planta y equipo

ACTIVOS	NRO . TABLA	VALOR
Área Administración		
Terreno		90,000.00
Contrucciones		200,000.00
Bienes Muebles y Enseres		940.00
Equipos de oficina		600.00
Equipos y Paquetes Informáticos		2,260.00
Subtotal		293,800.00
Área Ventas		
Bienes Muebles y Enseres		470.00
Equipos de oficina		300.00
Equipos y Paquetes Informáticos		980.00
Subtotal		1,750.00
Bienes Operativos		
Vehículo		43,836.48
Maquinaria y Equipo Agropecuaria		1,630.00
Muebles y Enseres Operativos		14,824.00
Maquinaria y Equipo de Cocina		2,621.00
Equipo de hospedaje		3,620.00
Maquinaria y Equipo de aseo		1,008.00
Equipos deportivos		1,975.00
Semovientes		4,740.00
Equipo de Seguridad		330.00
Subtotal		74,584.48
Total de Activos \$		370,134.48
Capital de Trabajo		19,865.52
TOTAL USD.....		390,000.00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec (mercado libre Ecuador)

Elaborado por: La Autora

4.5. Capital de trabajo

El capital de trabajo son los recursos que requiere la empresa para poder cubrir necesidades de insumos, materiales, mano de obra ,entre otros , estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir necesidades a tiempo es por eso que el capital de la granja turística es de \$19865,52 para un mes, mientras se generan las venta de paquetes turísticos.

Cuadro N° 64 Resumen de Capital de trabajo

Resumen de Capital de Trabajo	
DESCRIPCIÓN	MENSUAL
Proyección Costos Operativos	13,195.72
Proyección Gastos Administrativos	2,222.39
Proyección Gastos Ventas	1,524.76
Proyección Gastos Financieros	2,922.64
TOTAL	19,865.52

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

4.5.1. Inversión variable

Entre los rubros que conforman este tipo de inversión, denominada también capital de trabajo, se encuentran:

a. Mano de obra operativa

Comprende los trabajadores que se encargados de la atención a los turistas en lo referente a limpieza, mantenimiento y servicio.

b. Materia prima

Dentro del rubro de materia prima está las semillas, insumos alimenticios, y balanceados de animales.

c. Costos Indirectos de Producción

Comprende los rubros relacionados con servicios básicos, combustibles, materiales e insumos destinados para la producción del servicio.

El capital de trabajo está calculado para un mes, fecha en la cual ingresarán los primeros efectivos por venta de paquetes turísticos y este rubro servirá

para cumplir con todas las obligaciones como pagos de remuneraciones, proveedores, e impuestos.

Primeramente se determinó el capital anual que se necesita para todo el Proyecto y posteriormente se dividió para dos que corresponde al capital de trabajo que se requiere.

Cuadro N° 65 Estudio Financiero

ESTUDIO FINANCIERO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Proyección Costos Operativos	158,348.68	170,831.06	190,615.27	202,112.37	217,145.39
Proyección Gastos Administrativos	26,668.70	29,002.68	31,829.20	34,932.29	38,339.06
Proyección Gastos Ventas	18,297.16	20,118.42	22,005.43	24,073.85	26,341.30
Proyección Gastos Financieros	35,071.65	29,236.56	22,463.46	14,601.55	5,475.80
TOTAL	238,386.19	249,188.72	266,913.36	275,720.06	287,301.55

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Autora

4.5.2. Inversión total del proyecto

La inversión que se necesita para la prestación del servicio en la granja turística, es la siguiente:

Cuadro N° 66 Inversión

INVERSIONES	
DESCRIPCION	
Inversión Variable	19,865.52
Inversión Fija	370,134.48
TOTAL	390,000.00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Autora

4.5.3. Financiamiento

La inversión a realizar constara de capital propio y capital financiado por una entidad financiera de estado como el Banco Nacional de Fomento, que proporciona créditos a bajos porcentajes de interés, con la intención de facilitar la puesta en marcha de los emprendimientos.

Cuadro N° 67 Financiamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	140,000.00	35.90
Préstamo	250,000.00	64.10
TOTAL	390,000.00	100.00

Fuente: investigación Directa
Elaborado por : La Autora

4.5.4 Talento humano

Para el normal desenvolvimiento de las actividades de la granja turística es indispensable contar con el siguiente talento humano:

Cuadro N° 68 Talento humano

CANTIDAD	DENOMINACIÓN DEL CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL	VALOR MENSUAL
	ADMINISTRATIVO		
1	Administrador	\$ 500.00	\$ 500.00
1	Contador	\$ 372.72	\$ 372.72
	VENTAS		
1	Promotor de ventas	\$ 324.74	\$ 324.74
1	Secretaria Recepcionista	\$ 323.06	\$ 323.06
	OPERATIVO		
1	Chef	\$ 321.27	\$ 321.27
1	Auxiliar cocina	\$ 318.00	\$ 318.00
2	Mesero	\$ 320.39	\$ 640.78
1	Chofer profesional	\$ 323.43	\$ 323.43
1	Guía bilingüe	\$ 372.72	\$ 372.72
1	Ingeniero Agropecuario	\$ 372.72	\$ 372.72
3	Técnico Agropecuario	\$ 318.00	\$ 954.00
2	Camarero	\$ 318.00	\$ 636.00

Fuente: MRL-IESS

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

Para el estudio financiero se necesita partir de tres presupuestos que permiten el correcto funcionamiento de la granja, el presupuesto de ingresos provenientes de la venta de paquetes turísticos, el de inversiones que corresponde a la Propiedad Planta y Equipo, como bienes inmuebles que viene a ser la granja y obras de infraestructura como las cabañas y los bienes muebles donde consta el mobiliario, maquinaria y equipo, semovientes y por último el presupuesto de costos y gastos necesarios para poner en marcha el proyecto, posteriormente se realizan los estados financieros proforma como es el estado de situación financiera, estado de resultados, y el estado de flujo de caja, con la finalidad de realizar la evaluación financiera con las técnicas conocidas como la Tasa de Rendimiento Medio (TRM), Valor Actual Neto, (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Costo Beneficio (C/B), Recuperación de la Inversión en el tiempo (RIT), Punto de Equilibrio, (P/E) y por último el Análisis de Sensibilidad con la finalidad de conocer la elasticidad del proyecto. Esta evaluación permite determinar si el proyecto es rentable o no, o si se necesita vender más o reducir costos y gastos.

5.2. Determinación de ingresos proyectados

Los ingresos están dados por la venta de paquetes turísticos con una capacidad máxima del proyecto en el 2018 de 14641 unidades con un crecimiento del proyecto del 10% hasta el quinto año, En lo referente al aumento de precios de los servicios se consideró la inflación del último año

que es del 4,16 %. Este criterio es válido en concordancia al aumento de precios.

Cuadro N° 69 Ingresos proyectados

RUBROS	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
PAQUETES TURISTICOS					
Cantidad	10000	11000	12100	13310	14641
Precio	29.00	29.78	30.59	31.41	32.26
Valor	290,000.00	327,613.00	370,104.41	418,106.95	472,335.42

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.3. Determinación de egresos proyectados

5.3.1. Costos operativos

Los costos operativos están relacionados directamente con los servicios brindados a los turistas que visitan la granja. Dentro de estos costos están: Mano de Obra Operativa, Costos directos e Indirectos Operativos.

5.3.1.1. Costos directos

a) Mano de obra operativa directa

Para determinar el costo de la Mano de Obra Operativa se consultó en la página WEB, del Ministerio de Relaciones Laborales, en las comisiones sectoriales, validadas con el IESS, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, en la que constan camareros, chef, auxiliares de servicios, ingeniero agropecuario, técnicos agropecuarios, guía turístico y chofer; quienes percibirán una remuneración apegado a la realidad, y todos los componentes salariales como son : Décima Tercera Remuneración, Décima Cuarta Remuneración, Aporte Patronal, Vacaciones, Fondos de Reserva de acuerdo al siguiente cuadro:

Cuadro N° 70 Mano de obra operativa

MANO DE OBRA DIRECTA					
SALARIO MENSUAL					
PERSONAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Chef	800.00	878.40	964.48	1,059.00	1,162.78
Auxiliar cocina	380.00	417.24	458.13	503.03	552.32
Mesero 1	380.00	417.24	458.13	503.03	552.32
Mesero 2	380.00	417.24	458.13	503.03	552.32
Guía bilingüe	800.00	878.40	964.48	1,059.00	1,162.78
Chofer profesional	600.00	658.80	723.36	794.25	872.09
Ingeniero agropecuario	800.00	878.40	964.48	1,059.00	1,162.78
Técnico Agrícola 1	380.00	417.24	458.13	503.03	552.32
Técnico Agrícola 2	380.00	417.24	458.13	503.03	552.32
Técnico Agrícola 3	380.00	417.24	458.13	503.03	552.32
Camarero 1	380.00	417.24	458.13	503.03	552.32
Camarero 2	380.00	417.24	458.13	503.03	552.32
MENSUAL	6,040.00	6,631.92	7,281.85	7,995.47	8,779.03
ANUAL	72,480.00	79,583.04	87,382.18	95,945.63	105,348.30
DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Salario Básico Unificado	72,480.00	79,583.04	87,382.18	95,945.63	105,348.30
Vacaciones	3,020.00	3,315.96	3,640.92	3,997.73	4,389.51
Aporte Patronal	8,806.32	9,669.34	10,616.93	11,657.39	12,799.82
Fondos de Reserva		6,629.27	7,278.94	7,992.27	8,775.51
Décimo Tercero	6,040.00	6,631.92	7,281.85	7,995.47	8,779.03
Décimo Cuarto	4,080.00	4,479.84	4,918.86	5,400.91	5,930.20
TOTAL	94,426.32	110,309.37	121,119.68	132,989.41	146,022.38

Fuente: MRL

Elaborado: La Autora

La mano de obra operativa permite que el servicio brindado se de calidad para así lograr la fidelidad del cliente, es por eso que se considera una remuneración adecuada al cargo que desempeña cada empleado, y para el aumento de salarios se consideró el promedio de los cinco últimos decretados oficialmente por el Gobierno Nacional dando como resultado el 9,80 % mensual de acuerdo al siguiente cuadro:

Cuadro N° 71 Crecimiento histórico de los salarios

AÑO	CRECIMIENTO HISTÓRICO DE LOS SALARIOS	$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$
2008	200	
2009	218	0,09
2100	240	0,10
2011	264	0,10
2012	292	0,11
2013	318	0,09
SUBTOTAL		0,49
TOTAL		$\sum i = 0,098$

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La Autora

La tasa promedio representa el 0.098

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0.49}{5} = 0.98 (i)$$

b. Materiales directos

Los Costos Directos Operativos están relacionados con los insumos gastronómicos, pecuarios y agrícolas que integran directamente en el servicio.

Los insumos gastronómicos tienen el mismo crecimiento que el proyecto y para la proyección del precio se toma en cuenta la última inflación que es de 4,16%.

Materiales e insumos directos

Cuadro N° 72 Insumos alimenticios año 2014

PRODUCTO	2014		
	CANTIDAD ANUAL	VALOR ANUAL	TOTAL
Papas	36	18.00	648.00
Arroz	48	270.00	12,960.00
Azúcar	24	250.00	6,000.00
Carne	720	1.70	1,224.00
Pan	14400	0.15	2,160.00
Huevos	6000	0.10	600.00
Condimentos	60	0.20	12.00
Tomate	1200	0.10	120.00
Cebolla	1200	0.10	120.00
Fréjol	240	0.70	168.00
Arveja	240	1.00	240.00
Lenteja	120	1.00	120.00
Choclo	240	0.60	144.00
Aceite	240	1.70	408.00
Mantequilla	96	1.50	144.00
Pastas	240	0.60	144.00
Harinas	300	0.70	210.00
Maíz	120	0.50	60.00
Canguil	120	0.50	60.00
Verduras	240	0.50	120.00
Frutas	3600	1.50	5,400.00
Leche	2400	0.65	1,560.00
Queso	240	1.80	432.00
Embutidos	240	2.25	27.00
Miselaneos	0	80	960.00
		ANUAL	34,041.00

Fuente: Proforma

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 73 Insumos alimenticios año 2015

PRODUCTO	2015		
	CANTIDAD ANUAL	VALOR ANUAL	TOTAL
Papas	39.6	18.75	742.45
Arroz	52.8	281.23	14,849.05
Azúcar	26.4	260.40	6,874.56
Carne	792	1.77	1,402.41
Pan	15840	0.16	2,474.84
Huevos	6600	0.10	687.46
Condimentos	66	0.21	13.75
Tomate	1320	0.10	137.49
Cebolla	1320	0.10	137.49
Fréjol	264	0.73	192.49
Arveja	264	1.04	274.98
Lenteja	132	1.04	137.49
Choclo	264	0.62	164.99
Aceite	264	1.77	467.47
Mantequilla	105.6	1.56	164.99
Pastas	264	0.62	164.99
Harinas	330	0.73	240.61
Maíz	132	0.52	68.75
Canguil	132	0.52	68.75
Verduras	264	0.52	137.49
Frutas	3960	1.56	6,187.10
Leche	2640	0.68	1,787.39
Queso	264	1.87	494.97
Embutidos	264	2.34	618.71
Miselaneos	0	80.00	960.00
		ANUAL	39,450.66

Fuente: Proforma
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 74 Insumos alimenticios año 2016

PRODUCTO	2016		
	CANTIDAD ANUAL	VALOR ANUAL	TOTAL
Papas	43.56	18.99	826.99
Arroz	58.08	284.78	16,539.84
Azúcar	29.04	263.68	7,657.33
Carne	871.2	1.79	1,562.10
Pan	17424	0.16	2,756.64
Huevos	7260	0.11	765.73
Condimentos	72.6	0.21	15.31
Tomate	1452	0.11	153.15
Cebolla	1452	0.11	153.15
Fréjol	290.4	0.74	214.41
Arveja	290.4	1.05	306.29
Lenteja	145.2	1.05	153.15
Choclo	290.4	0.63	183.78
Aceite	290.4	1.79	520.70
Mantequilla	116.16	1.58	183.78
Pastas	290.4	0.63	183.78
Harinas	363	0.74	268.01
Maíz	145.2	0.53	76.57
Canguil	145.2	0.53	76.57
Verduras	290.4	0.53	153.15
Frutas	4356	1.58	6,891.60
Leche	2904	0.69	1,990.91
Queso	290.4	1.90	551.33
Embutidos	290.4	2.37	689.16
Miselaneos	0	84.37832	985.92
ANUAL			43,859.32

Fuente: Proforma
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 75 Insumos alimenticios año 2017

PRODUCTO	2017		
	CANTIDAD ANUAL	VALOR ANUAL	TOTAL
Papas	44.95392	19.50	876.50
Arroz	59.93856	292.47	17,529.98
Azúcar	29.96928	270.80	8,115.73
Carne	899.0784	1.84	1,655.61
Pan	17981.568	0.16	2,921.66
Huevos	7492.32	0.11	811.57
Condimentos	74.9232	0.22	16.23
Tomate	1498.464	0.11	162.31
Cebolla	1498.464	0.11	162.31
Fréjol	299.6928	0.76	227.24
Arveja	299.6928	1.08	324.63
Lenteja	149.8464	1.08	162.31
Choclo	299.6928	0.65	194.78
Aceite	299.6928	1.84	551.87
Mantequilla	119.87712	1.62	194.78
Pastas	299.6928	0.65	194.78
Harinas	374.616	0.76	284.05
Maíz	149.8464	0.54	81.16
Canguil	149.8464	0.54	81.16
Verduras	299.6928	0.54	162.31
Frutas	4495.392	1.62	7,304.16
Leche	2996.928	0.70	2,110.09
Queso	299.6928	1.95	584.33
Embutidos	299.6928	2.44	29.25
Miselaneos		86.656535	960
ANUAL			45,698.81

Fuente: Proforma

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 76 Insumos alimenticios año 2018

PRODUCTO	2018		
	CANTIDAD ANUAL	VALOR ANUAL	TOTAL
Papas	44.95392	20.02	900.16
Arroz	59.93856	300.36	18,003.29
Azúcar	29.96928	278.11	8,334.86
Carne	899.0784	1.89	1,700.31
Pan	17981.568	0.17	3,000.55
Huevos	7492.32	0.11	833.49
Condimentos	74.9232	0.22	16.67
Tomate	1498.464	0.11	166.70
Cebolla	1498.464	0.11	166.70
Fréjol	299.6928	0.78	233.38
Arveja	299.6928	1.11	333.39
Lenteja	149.8464	1.11	166.70
Choclo	299.6928	0.67	200.04
Aceite	299.6928	1.89	566.77
Mantequilla	119.87712	1.67	200.04
Pastas	299.6928	0.67	200.04
Harinas	374.616	0.78	291.72
Maíz	149.8464	0.56	83.35
Canguil	149.8464	0.56	83.35
Verduras	299.6928	0.56	166.70
Frutas	4495.392	1.67	7,501.37
Leche	2996.928	0.72	2,167.06
Queso	299.6928	2.00	600.11
Embutidos	299.6928	2.50	30.04
Mislaneos		88.996261	1067.9551
ANUAL			47,014.71

Fuente: Proforma
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 77 Insumos pecuarios

RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
BALANCEADO PARA GANADO EQUINO PARA 5 CABALLOS					
Cantidad sacos 45 Kilos	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50
Precio	35.00	35.95	36.92	37.91	38.94
Valor mensual	87.50	89.86	92.29	94.78	97.34
ANUAL	1,050.00	1,078.35	1,107.47	1,137.37	1,168.08
BALANCEADO P VACAS Y BUEYES					
Cantidad sacos 45 Kilos	2	2.00	2.00	2.00	2.00
Precio	35.00	35.95	36.92	37.91	38.94
Valor mensual	70.00	71.89	73.83	75.82	77.87
ANUAL	840.00	862.68	885.97	909.89	934.46
BALANCEADO TERNERO					
Cantidad sacos 45 Kilos	0.5	0.50	0.50	0.50	0.50
Precio	27.00	27.73	28.48	29.25	30.04
Valor mensual	13.50	13.86	14.24	14.62	15.02
ANUAL	162.00	166.37	170.87	175.48	180.22
BALANCEADO PARA GALLINAS					
Cantidad sacos 45 Kilos	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24
Precio	19.00	19.51	20.04	20.58	21.14
Valor mensual	4.56	4.68	4.81	4.94	5.07
ANUAL	54.72	56.20	57.71	59.27	60.87
MOROCHO PARA PATOS Y PAVO REAL					
Cantidad sacos 45 Kilos	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14
Precio	19.00	19.51	20.04	20.58	21.14
Valor mensual	2.66	2.73	2.81	2.97	3.05
ANUAL	31.92	32.78	33.67	35.68	36.65
BALANCEADO PORCINOS					
Cantidad sacos 45 Kilos	1	1.00	1.00	1.00	1.00
Precio	19.00	19.51	20.04	20.58	21.14
Valor mensual	19.00	19.51	20.04	20.58	21.14
ANUAL	228.00	234.16	240.48	246.97	253.64
BALANCEADO DE BURRO					
Cantidad sacos 45 Kilos	0.5	0.50	0.50	0.50	0.50
Precio	35.00	35.95	36.92	37.91	38.94
Valor mensual	17.50	17.97	18.46	18.96	19.47
ANUAL	210.00	215.67	221.49	227.47	233.62
FORREJE PARA BORREGOS Y CABRAS					
Cantidad pacas	30	30.00	30.00	30.00	30.00

Precio	3.00	3.08	3.16	3.25	3.34
Valor mensual	90.00	92.43	94.93	97.49	100.12
ANUAL	1,080.00	1,109.16	1,139.11	1,169.86	1,201.45
BALANCEADO PARA PERROS					
Cantidad sacos 30 Kilos	1	1.00	1.00	1.00	1.00
Precio	45.00	46.22	47.46	48.74	50.06
Valor mensual	45.00	46.22	47.46	48.74	50.06
ANUAL	540.00	554.58	569.55	584.93	600.72
BALANCEADO DE GATOS					
Cantidad sacos 25 Kilos	1	1.10	1.21	1.25	1.25
Precio	28.00	28.76	29.53	30.33	31.15
Valor mensual	28.00	31.63	35.73	37.87	38.90
ANUAL	36.00	379.58	428.81	454.48	466.75
BALANCEADO DE CUY Y CONEJO					
Cantidad sacos 45 Kilos	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
Precio	21.00	21.57	22.15	22.75	23.36
Valor mensual	8.40	8.63	8.86	9.10	9.34
ANUAL	100.80	103.52	106.32	109.19	112.14
MOROCHILLO MOLIDO PARA PÁJAROS					
Cantidad sacos 45 Kilos	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44
Precio	20.00	20.54	21.09	21.66	22.25
Valor mensual	8.80	9.04	9.28	9.53	9.79
ANUAL	105.60	108.45	111.38	114.39	117.48
BALANCEADO PARA PECES					
Cantidad sacos 15 Kilos	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Precio	48.00	49.30	50.63	51.99	53.40
Valor mensual	4.80	4.93	5.06	5.20	5.34
ANUAL	57.60	59.16	60.75	62.39	64.08
VITAMINAS KATOSAL					
Cantidad frasco 50 c.c.	12	12	12	12	12
Precio	24.00	24.65	25.31	26.00	26.70
Valor mensual	288.00	295.78	303.76	311.96	320.39
ANUAL	3,456.00	3,549.31	3,645.14	3,743.56	3,844.64
ANTIBIÓTICOS OXIBET					
Cantidad fracos de 50 c.c.	12	12	12	12	12
Precio	5.00	5.14	5.27	5.42	5.56
Valor mensual	60.00	61.62	63.28	64.99	66.75
ANUAL	720.00	739.44	759.40	779.91	800.97
TOTAL	8,972.64	9,249.41	9,538.13	9,810.85	10,075.75

Fuente: Proforma
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 78 Insumos agrícolas

Insumos Agrícolas					
AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
FUNGUICIDAS CLOROTALONIC PARA LA LANCHA Y CENIZA					
Cantidad frasco 500 c.c.	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
Precio	6.25	6.42	6.59	6.77	6.95
Valor mensual	75.00	77.03	79.10	81.24	83.43
ANUAL	900.00	924.30	949.26	974.89	1,001.21
KORSO					
Cantidad funda 100 grs.	12	12.00	12.00	12.00	12.00
Precio	1.70	1.75	1.79	1.84	1.89
Valor mensual	20.40	20.95	21.52	22.10	22.69
ANUAL	244.80	251.41	258.20	265.17	272.33
INSECTICIDA EXTRACTO DE AJÍ					
Cantidad frasco 200 c.c.	12	12.00	12.00	12.00	12.00
Precio	5.25	5.39	5.54	5.69	5.84
Valor mensual	63.00	64.70	66.45	68.24	70.08
ANUAL	756.00	776.41	797.38	818.90	841.01
FERTILIZANTE AGRORGÁNICO					
Cantidad frasco 500 c.c.	12	12.00	12.00	12.00	12.00
Precio	6.20	6.37	6.54	6.72	6.90
Valor mensual	74.40	76.41	78.47	80.59	82.77
ANUAL	892.80	916.91	941.66	967.09	993.20
HUMUS					
Cantidad sacos 30 Kilos	50	50.00	50.00	50.00	50.00
Precio	6.50	6.68	6.86	7.04	7.23
Valor mensual	325.00	333.78	342.79	352.04	361.55
ANUAL	3,900.00	4,005.30	4,113.44	4,224.51	4,338.57
TOTAL	6,693.60	6,874.33	7,059.93	7,250.55	7,446.32

Fuente: Proforma

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 79 Resumen de materiales directos

Resumen de Materiales Directos						
AÑO		2013	2014	2015	2016	2017
		DESCRIPCION				
1	Insumos					
	Gastronómicos	34,041.00	38,937.06	43,859.32	45,698.81	47,014.71
2	Insumos					
	Pecuarios	8,972.64	9,249.41	9,538.13	9,810.85	10,075.75
3	Insumos					
	Agrícolas	6,693.60	6,874.33	7,059.93	7,250.55	7,446.32
TOTAL		49,707.24	55,060.80	60,457.38	62,760.21	64,536.78

Fuente: Proforma

Elaborado por: La Autora

5.3.1.2. Costos indirectos operativos

Los Costos Indirectos operativos están relacionados con el servicio que brinda la granja turística.

Cuadro N° 80 Servicios básicos

Servicios Básicos					
AÑOS RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
Agua Potable					
Cantidad (m3)	50.00	55.00	60.50	62.44	62.44
Precio	0.80	0.82	0.84	0.87	0.89
Valor mensual	40.00	45.19	51.05	54.10	55.57
ANUAL	480.00	542.26	612.59	649.26	666.79
Energía Eléctrica					
Cantidad (KW)	500	550.00	605.00	624.36	624.36
Precio	0.28	0.29	0.30	0.30	0.31
Valor mensual	140.00	158.16	178.67	189.37	194.48
ANUAL	1,680.00	1,897.90	2,144.05	2,272.40	2,333.76
Teléfono					
Cantidad (minutos)	700	770	847	874.104	874.104
Precio	0.05	0.05	0.05	0.05	0.06
Valor mensual	35.00	39.54	44.67	47.34	48.62
ANUAL	420.00	474.47	536.01	568.10	583.44
Internet					
Valor (plan) mensual	25.00	25.68	26.37	27.08	27.81
ANUAL	300.00	308.10	316.42	324.96	333.74
TOTAL	2,880.00	3,222.73	3,609.07	3,814.73	3,917.72

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 81 Insumos complementarios de cocina

Insumos Complementarios de Cocina					
AÑOS RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
GAS INDUSTRIAL					
TANQUES GRANDES	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00
Precio	25.00	25.68	26.37	27.08	27.81
Valor	900.00	924.30	949.26	974.89	1,001.21
TOTAL	900.00	924.30	949.26	974.89	1,001.21

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 82 Combustibles y lubricantes

Combustibles y Lubricantes					
AÑOS RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
Combustible GASOLINA					
Cantidad	770.00	847.00	931.70	961.51	992.28
Precio	1.48	1.52	1.56	1.60	1.65
Total	1,139.52	1,287.32	1,454.28	1,541.34	1,633.61
Lubricantes					
Cantidad	1.00	1.10	1.21	1.25	1.29
Precio	23.50	24.13	24.79	25.46	26.14
Total	23.50	26.55	29.99	31.79	33.69
TOTAL	1,163.02	1,313.87	1,484.28	1,573.13	1,667.30

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 83 Menaje de hospedaje

Menaje de Hospedaje							
BIEN	CANT.	VALOR UNITARIO	TOTAL 2014	2,015	2,016	2,017	2,018
Colchón plaza	1 24	80.00	1,920.00				
Colchones plazas	2 12	120.00	1,440.00				
Cobijas	90	8.00	720.00		720.00		
Edredones	45	18.00	810.00		810.00		
Sábanas	50	12.00	600.00		600.00		
Almohadas	105	5.00	525.00		525.00		
Alfombras	32	6.00	192.00				
Cortinas	32	12.00	384.00				
Espejo de tocador	32	2.50	80.00				
Recipientes para baño	32	4.00	128.00				
Toallas	72	4.00	288.00				
SUB TOTAL			7,087.00	-	2,655.00	-	-

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 84 Menaje de cocina

Menaje de Cocina							
BIEN	CANT	VALOR UNITARIO	TOTAL 2014	2,015	2,016	2,017	2,018
Cucharas	72	0.25	18.00		18.00		
Cuchillos	72	0.40	28.80		28.80		
Cubiertos	72	0.65	46.80		46.80		
Vajilla	5	30.00	150.00		150.00		
Vasos	100	0.45	45.00		45.00		
Jarras	10	3.00	30.00		30.00		
Juego Ollas	2	140.00	280.00				
Colador	3	4.00	12.00		12.00		
Juego de cuchillos	1	31.00	31.00				
Exprimidor	3	2.50	7.50				
Juego de sartenes	1	60.00	60.00				
Olla de Presión	1	31.00	31.00				
Recipientes	24	3.00	72.00				
Tabla de corte	3	6.00	18.00				
Bandejas	3	15.00	45.00				
Ensaladeras	2	9.00	18.00				
Cucharones	8	7.00	56.00				
Saleros y condimentadores	10	1.00	10.00		10.00		
SUB TOTAL			959.10	-	340.60	-	-

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 85 Herramientas

Herramientas			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNT.	TOTAL
Pala	5	6,00	30,00
Tijeras de podar	3	35,00	105,00
SERRUCHO	1	15,00	15,00
Navajas de injertar	3	12,00	36,00
Matillo	1	10,00	10,00
Arado	1	300,00	300,00
Rociadores (manguera 20 unidades)	1	150,00	150,00
Pico	5	13,00	65,00
Soga 10 metros	1	10,00	10,00
Manguera 100 metros	1	60,00	60,00
Barra	1	20,00	20,00
Rastrillo	6	5,00	30,00
Azadón	5	7,00	35,00
Carretilla	3	120,00	360,00
TOTAL			1.226,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.3.1.3. Resumen de costos indirectos operativos.

A continuación se detallan todos los costos operativos indirectos consolidados que requiera la granja turística para el normal funcionamiento:

Cuadro N° 86 Resumen de costos indirectos de fabricación

Resumen de Costos Indirectos Operativos						
DESCRIPCIÓN		AÑO				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Servicios Básicos	2,880.00	3,222.73	3,609.07	3,814.73	3,917.72
2	Insumos Complementarios de Cocina	900.00	924.30	949.26	974.89	1,001.21
3	Combustibles y Lubricantes	1,163.02	1,313.87	1,484.28	1,573.13	1,667.30
4	Menaje de Hospedaje	7,087.00	-	2,655.00	-	-
5	Menaje de Cocina	959.10	-	340.60	-	-
6	Herramientas	1,226.00				
Total		14,215.12	5,460.89	9,038.20	6,362.74	6,586.24

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 87 Proyección de costos operativos

Proyección Costos Operativos						
DESCRIPCIÓN		AÑO				
		2014	2015	2016	2017	2018
	Materia Prima Directa	49,707.24	55,060.80	60,457.38	62,760.21	64,536.78
	Mano de Obra Directa	94,426.32	110,309.37	121,119.68	132,989.41	146,022.38
	Costos Indirectos Operativos	14,215.12	5,460.89	9,038.20	6,362.74	6,586.24
TOTAL		158,348.68	170,831.06	190,615.27	202,112.37	217,145.39

Fuente: Proforma

Elaborado por: La Autora

5.3.2. Gastos administrativos

Para la proyección de los gastos de talento humano administrativo se tomó en cuenta el mismo criterio aplicado en el cálculo de la mano de obra operativa y para los demás gastos la inflación del último año que es del 4,16 %.

Cuadro N° 88 Sueldo personal administrativo

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO					
SUELDO MENSUAL					
AÑO	2014	2015	2016	2017	2018
PERSONAL					
Administrador Gerencial	1,000.00	1,098.00	1,205.60	1,323.75	1,453.48
Contador	600.00	658.80	723.36	794.25	872.09
MENSUAL	1,600.00	1,756.80	1,928.97	2,118.01	2,325.57
ANUAL	19,200.00	21,081.60	23,147.60	25,416.06	27,906.84
SUELDO ANUAL					
AÑO	2014	2015	2016	2017	2018
DESCRIPCION					
Salario Básico Unificado	19,200.00	21,081.60	23,147.60	25,416.06	27,906.84
Vacaciones	800.00	878.40	964.48	1,059.00	1,162.78
Aporte Patronal	2,332.80	2,561.41	2,812.43	3,088.05	3,390.68
Fondos de Reserva	-	1,756.10	1,928.19	2,117.16	2,324.64
Décimo Tercero	1,600.00	1,756.80	1,928.97	2,118.01	2,325.57
Décimo Cuarto	680.00	746.64	819.81	900.15	988.37
Total	24,612.80	28,780.95	31,601.48	34,698.43	38,098.88

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 89 Materiales de oficina área administrativa

Materiales de oficina					
AÑOS					
RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
Carpetas archivadoras					
Cantidad	6	6	6	6	6
Precio	1.50	1.54	1.58	1.62	1.67
Valor	9.00	9.24	9.49	9.75	10.01
Bolígrafos					
Cantidad	12	12	12	12	12
Precio	0.25	0.26	0.26	0.27	0.28
Valor	3.00	3.08	3.16	3.25	3.34
Papel Bond					
Cantidad (resmas)	4	4	4	4	4
Precio	4.25	4.36	4.48	4.60	4.73
Valor	17.00	17.46	17.93	18.41	18.91
Grapadora					
Cantidad	3	3	3	3	3
Precio	1.25	1.28	1.32	1.35	1.39
Valor	3.75	3.85	3.96	4.06	4.17
Perforadora					
Cantidad	3	3	3	3	3
Precio	1.25	1.28	1.32	1.35	1.39
Valor	3.75	3.85	3.96	4.06	4.17
Agendas					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	5.00	5.14	5.27	5.42	5.56
Valor	10.00	10.27	10.55	10.83	11.12
Otros					
Cantidad	1	1	1	1	1
Precio	35.00	35.95	36.92	37.91	38.94
Valor	35.00	35.95	36.92	37.91	38.94
TOTAL	81.50	83.70	85.96	88.28	90.66

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 90 Materiales de aseo área administrativa

Materiales de aseo						
AÑO	2014	2015	2016	2017	2018	
DESCRIPCIÓN						
1	Escobas					
	Cantidad	12	12	12	12	12
	Valor Unitario	3.00	3.08	3.16	3.25	3.34
	Valor anual	36.00	36.97	37.97	39.00	40.05
2	Trapeador					
	Cantidad	12	12	12	12	12
	Valor Unitario	4.00	4.11	4.22	4.33	4.45
	Valor anual	48.00	49.30	50.63	51.99	53.40
3	Desinfectante					
	Cantidad	4	4	4	4	4
	Valor Unitario	4.00	4.11	4.22	4.33	4.45
	Valor anual	16.00	16.43	16.88	17.33	17.80
4	Recogedor					
	Cantidad	4	4	4	4	4
	Valor Unitario	5.00	5.14	5.27	5.42	5.56
	Valor anual	20.00	20.54	21.09	21.66	22.25
5	Villeda					
	Cantidad	12	12	12	12	12
	Valor Unitario	1.20	1.23	1.27	1.30	1.33
	Valor anual	14.40	14.79	15.19	15.60	16.02
	TOTAL	134.40	138.03	141.76	145.58	149.51

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 91 Gastos de constitución

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Gastos de Organización	700,00	700,00
1	Estudios y diseños de la UP.	300,00	300,00
1	Capacitación	600,00	600,00
1	Publicaciones	140,00	140,00
1	Patente	100,00	100,00
TOTAL			1,840.00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 92 Proyección de gastos administrativos

Proyección Gastos Administrativos					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Materiales de aseo	134.40	138.03	141.76	145.58	149.51
Materiales de oficina	81.50	83.70	85.96	88.28	90.66
Gastos Constitución	1,840.00				
Sueldos Administrativos	24,612.80	28,780.95	31,601.48	34,698.43	38,098.88
TOTAL	26,668.70	29,002.68	31,829.20	34,932.29	38,339.06

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.3.3. Gastos de ventas

Los gastos de venta están relacionados con las estrategias de marketing, para la captación de clientes en concordancia con la capacidad del proyecto; para lo cual se requiere de un promotor y una secretaria recepcionista, y gastos de publicidad para dar a conocer las bondades del servicio.

Cuadro N° 93 Gasto de personal área de ventas

GASTOS PERSONAL VENTAS					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Promotor	600.00	658.80	723.36	794.25	872.09
Secretaria Recepcionista	420.00	461.16	506.35	555.98	610.46
MENSUAL	1,020.00	1,119.96	1,229.72	1,350.23	1,482.55
ANUAL	12,240.00	13,439.52	14,756.59	16,202.74	17,790.61
SUELDO ANUAL MAS COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Salario Básico Unificado	12,240.00	13,439.52	14,756.59	16,202.74	17,790.61
Vacaciones	510.00	559.98	614.86	675.11	741.28
Aporte Patronal	1,487.16	1,632.90	1,792.93	1,968.63	2,161.56
Fondos de Reserva	-	1,119.51	1,229.22	1,349.69	1,481.96
Décimo Tercero	1,020.00	1,119.96	1,229.72	1,350.23	1,482.55
Décimo Cuarto	680.00	746.64	819.81	900.15	988.37
TOTAL	15,937.16	18,618.51	20,443.13	22,446.55	24,646.32

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 94 Gasto publicidad

GASTOS DE PUBLICIDAD					
AÑOS					
RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017
PÁGINA WEB					
Cantidad	1				
Valor Unitario	920,00				
Valor Anual	920,00				
CUÑA RADIAL					
Cantidad(cuñas diarias)	2	2	2	2	2
Radio Canela(cuñas al año)	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Precio	1,50	1,56	1,63	1,70	1,77
Valor Anual	1.080,00	1.124,93	1.171,73	1.220,47	1.271,24
DIARIO EL NORTE					
Cantidad(1 Publicación al mes)	12	12	12	12	12
Precio	30,00	31,25	32,55	33,90	35,31
Valor Anual	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
TOTAL	2.360,00	1.499,90	1.562,30	1.627,29	1.694,99

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 95 Proyección gasto de ventas

PROYECCIÓN GASTOS VENTAS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Gastos de Publicidad	2.360,00	1.499,90	1.562,30	1.627,29	1.694,99
Sueldos Ventas	10.325,79	12.048,72	13.229,49	14.525,98	15.949,53
TOTAL	12.685,79	13.548,62	14.791,79	16.153,28	17.644,52

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4. Gastos financieros

La inversión financiada se realizará en el Banco Nacional de Fomento, pues se considera, que los intereses son considerables por ser Institución Financiera del Estado que busca apoyar al desarrollo proyectos productivos y sustentables, para el desarrollo de la economía del país.

Condiciones del préstamo:

- Estudio de Factibilidad por sobrepasar de \$ 100.000,
- Que se encuentre en categoría A
- El plazo a 5 años
- Financia máximo el 80 % de la inversión total.
- Tasa de interés es del 15 % anual
- El Monto es de 300.000
- Pagaderos cuota fija en el que se amortiza capital e interés.

$$VP = \frac{VF \times i \times (1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$
$$VP = \frac{250000 \times 0,0125 \times (1+0.0125)^5}{[(1+0.0125)^5 - 1]} = 5,947.48$$

Cuadro N° 96 Tabla de amortización

NRO	VALOR PRESENTE	INTERES	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	5,947.48	3,125.00	2,822.48	247,177.52
2	5,947.48	3,089.72	2,857.76	244,319.76
3	5,947.48	3,054.00	2,893.48	241,426.28
4	5,947.48	3,017.83	2,929.65	238,496.62
5	5,947.48	2,981.21	2,966.27	235,530.35
6	5,947.48	2,944.13	3,003.35	232,527.00
7	5,947.48	2,906.59	3,040.89	229,486.11
8	5,947.48	2,868.58	3,078.90	226,407.21
9	5,947.48	2,830.09	3,117.39	223,289.82
10	5,947.48	2,791.12	3,156.36	220,133.46
11	5,947.48	2,751.67	3,195.81	216,937.65
12	5,947.48	2,711.72	3,235.76	213,701.89
13	5,947.48	2,671.27	3,276.21	210,425.68
14	5,947.48	2,630.32	3,317.16	207,108.52

15	5,947.48	2,588.86	3,358.62	203,749.90
16	5,947.48	2,546.87	3,400.61	200,349.29
17	5,947.48	2,504.37	3,443.11	196,906.18
18	5,947.48	2,461.33	3,486.15	193,420.03
19	5,947.48	2,417.75	3,529.73	189,890.30
20	5,947.48	2,373.63	3,573.85	186,316.44
21	5,947.48	2,328.96	3,618.52	182,697.92
22	5,947.48	2,283.72	3,663.76	179,034.16
23	5,947.48	2,237.93	3,709.55	175,324.61
24	5,947.48	2,191.56	3,755.92	171,568.69
25	5,947.48	2,144.61	3,802.87	167,765.82
26	5,947.48	2,097.07	3,850.41	163,915.41
27	5,947.48	2,048.94	3,898.54	160,016.87
28	5,947.48	2,000.21	3,947.27	156,069.60
29	5,947.48	1,950.87	3,996.61	152,072.99
30	5,947.48	1,900.91	4,046.57	148,026.43

31	5,947.48	1,850.33	4,097.15	143,929.28
32	5,947.48	1,799.12	4,148.36	139,780.91
33	5,947.48	1,747.26	4,200.22	135,580.69
34	5,947.48	1,694.76	4,252.72	131,327.97
35	5,947.48	1,641.60	4,305.88	127,022.09
36	5,947.48	1,587.78	4,359.70	122,662.39
37	5,947.48	1,533.28	4,414.20	118,248.19
38	5,947.48	1,478.10	4,469.38	113,778.81
39	5,947.48	1,422.24	4,525.24	109,253.57
40	5,947.48	1,365.67	4,581.81	104,671.75
41	5,947.48	1,308.40	4,639.08	100,032.67
42	5,947.48	1,250.41	4,697.07	95,335.60
43	5,947.48	1,191.70	4,755.78	90,579.82
44	5,947.48	1,132.25	4,815.23	85,764.58
45	5,947.48	1,072.06	4,875.42	80,889.16
46	5,947.48	1,011.11	4,936.37	75,952.79

47	5,947.48	949.41	4,998.07	70,954.72
48	5,947.48	886.93	5,060.55	65,894.18
49	5,947.48	823.68	5,123.80	60,770.38
50	5,947.48	759.63	5,187.85	55,582.53
51	5,947.48	694.78	5,252.70	50,329.83
52	5,947.48	629.12	5,318.36	45,011.47
53	5,947.48	562.64	5,384.84	39,626.63
54	5,947.48	495.33	5,452.15	34,174.49
55	5,947.48	427.18	5,520.30	28,654.19
56	5,947.48	358.18	5,589.30	23,064.88
57	5,947.48	288.31	5,659.17	17,405.72
58	5,947.48	217.57	5,729.91	11,675.81
59	5,947.48	145.95	5,801.53	5,874.27
60	5,947.70	73.43	5,874.27	0.00
TOTALES	356,849.02	106,849.02	250,000.00	

Fuente: Banco Nacional de Fomento
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 97 Interés anual al crédito financiero

TABLA DE INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO						
CONCEPTO	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	TOTAL
INTERES	35,071.65	29,236.56	22,463.46	14,601.55	5,475.80	106849.02
CAPITAL	36,298.11	42,133.20	48,906.30	56,768.21	65,894.18	250,000.00
TOTAL	71,369.76	71,369.76	71,369.76	71,369.76	71,369.98	356,849.02

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaborado: La Autora

5.5. Tabla de depreciaciones

Las depreciaciones están calculadas en concordancia REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO en su artículo Nro. 72 numeral 6, manifiesta:

“Depreciaciones de activos fijos.

a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

(IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

En caso de que los porcentajes establecidos como máximos en este Reglamento sean superiores a los calculados de acuerdo a la naturaleza

de los bienes, a la duración de su vida útil o la técnica contable, se aplicarán estos últimos”.

Cuadro N° 98 Depreciaciones por aéreas

Nº	DESCRIPCION	INVERSIÓN	PREINVERSIÓN
<u>Administrativo</u>			
1	Terreno	90,000.00	
2	Contrucciones	200,000.00	
3	Bienes Muebles y Enseres	940.00	
4	Equipos de Oficina	600.00	
5	Equipos y Paquetes Informáticos	2,260.00	
6	Equipos y Paquetes Informáticos (re inversión)		2,260.00
<u>Ventas</u>			
1	Bienes Muebles y Enseres	470.00	
2	Equipos de oficina	300.00	
3	Equipos y Paquetes Informáticos	980.00	
4	Equipos y Paquetes Informáticos (re inversión)		980.00
<u>Operativos</u>			
1	Vehículo	43,836.48	
2	Maquinaria y Equipo Agropecuaria	1,630.00	
3	Muebles y Enseres Operativos	14,824.00	
4	Maquinaria y Equipo de Cocina	2,621.00	
5	Equipo de hospedaje	3,620.00	
6	Maquinaria y Equipo de aseo	1,008.00	
7	Equipos deportivos	1,975.00	
8	Semovientes	4,740.00	
9	Equipo de Seguridad	330.00	
	TOTAL	370,134.48	3,240.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 99 Gasto depreciación

RESUMEN GASTO DEPRECIACION								
Nº	DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	DEPRE. ACUM	SALDO LIBROS
Administrativos								
1	Terreno							90,000.00
2	Contrucciones	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	50,000.00	150,000.00
3	Bienes Muebles y Enseres	94.00	94.00	94.00	94.00	94.00	470.00	470.00
4	Equipos de Oficina	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	300.00	300.00
5	Equipos y Paquetes Informáticos	753.33	753.33	753.33			2,260.00	-
6	Equipos y Paquetes Informáticos (re inversión)				753.33	753.33	1,506.67	753.33
	SUBTOTAL	10,907.33	10,907.33	10,907.33	10,907.33	10,907.33	54,536.67	241,523.33
Ventas								
1	Bienes Muebles y Enseres	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	235.00	235.00
2	Equipos de oficina	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	150.00	150.00
3	Equipos y Paquetes Informáticos	326.67	326.67	326.67			980.00	-
	Equipos y Paquetes Informáticos (re inversión)				326.67	326.67	653.33	326.67
	SUBTOTAL	403.67	403.67	403.67	403.67	403.67	2,018.33	711.67
Operativos								
1	Vehículo	8,767.30	8,767.30	8,767.30	8,767.30	8,767.30	43,836.48	-

2	Maquinaria y Equipo Agropecuaria	163.00	163.00	163.00	163.00	163.00	815.00	815.00
3	Muebles y Enseres Operativos	1,482.40	1,482.40	1,482.40	1,482.40	1,482.40	7,412.00	7,412.00
4	Maquinaria y Equipo de Cocina	262.10	262.10	262.10	262.10	262.10	1,310.50	1,310.50
5	Equipo de hospedaje	362.00	362.00	362.00	362.00	362.00	1,810.00	1,810.00
6	Maquinaria y Equipo de aseo	100.80	100.80	100.80	100.80	100.80	504.00	504.00
7	Equipos deportivos	395.00	395.00	395.00	395.00	395.00	1,975.00	-
8	Semovientes		-	-		-		4,740.00
9	Equipo de Seguridad	33.00	33.00	33.00	33.00	33.00	165.00	165.00
	Subtotal	11,565.60	11,565.60	11,565.60	11,565.60	11,565.60	57,827.98	16,756.50
	TOTAL USD.....	22,876.60	22,876.60	22,876.60	22,876.60	22,876.60	114,382.98	258,991.50

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 100 Porcentajes de depreciación.

ACTIVOS FIJOS	% ANUAL
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5 %
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10 %
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil.	20 %
Equipos de cómputo y software	33 %

Fuente: SRI

Elaborado por: La Autora

5.6. Tabla resumen de egresos proyectados

Los egresos totales consolidados que se detallan sirven para el cálculo del Costo Beneficio,

Cuadro N° 101 Presupuesto de egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS						
DESCRIPCIÓN	AÑO	2014	2015	2016	2017	2018
GASTO PERSONAL						
MANO DE OBRA OPERATIVA		94,426.32	110,309.37	121,119.68	132,989.41	146,022.38
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO		24,612.80	28,780.95	31,601.48	34,698.43	38,098.88
GASTOS PERSONAL VENTAS		15,937.16	18,618.51	20,443.13	22,446.55	24,646.32
TOTAL		134,976.28	157,708.83	173,164.30	190,134.40	208,767.57
OTROS GASTOS						
Costos Indirectos Operativos		14,215.12	5,460.89	9,038.20	6,362.74	6,586.24
Materia Prima Directa		49,707.24	55,060.80	60,457.38	62,760.21	64,536.78
Gastos Administrativos		2,055.90	221.73	227.72	233.86	240.18
Gastos de ventas		2,360.00	1,499.90	1,562.30	1,627.29	1,694.99
Gastos Financieros		35,071.65	29,236.56	22,463.46	14,601.55	5,475.80
TOTAL		103,409.91	91,479.89	93,749.06	85,585.66	78,533.98
CAPITAL TRABAJO ANUAL		238,386.19				
MENSUAL		19,865.52				
Depreciaciones		22,876.60	22,876.60	22,876.60	22,876.60	22,876.60
Utilidades trabajadores		4,310.58	8,332.15	12,047.17	17,926.54	24,323.59
Impuesto Renta		1,550.99	5,338.11	9,975.32	19,401.12	31,857.79
TOTAL PRESUPUESTO		267,124.36	285,735.57	311,812.44	335,924.33	366,359.53

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.7. Estado de situación inicial proforma

El estado de Situación Inicial proforma está las cuentas de activos como corriente o variable el capital de trabajo y la inversión fija que es la

Propiedad Planta y Equipo, además en los pasivos corrientes esta la Deuda a largo plazo y capital propio.

ESTADO DE SITUACION INICIAL PROFORMA			
BALANCE DE ARRANQUE			
AÑO 0			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
ACTIVO CORRIENTE OPERACIONAL	19,865.52	Pasivo a Largo Plazo	250,000.00
<u>Activos disponibles</u>	19,865.52		
Capital Trabajo	19,865.52		
	<hr/>	TOTAL PASIVO	250,000.00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	370,134.48		
<u>Administrativos</u>		PATRIMONIO	140,000.00
Terreno	90,000.00		
Construcciones	200,000.00		
Bienes Muebles y Enseres	940.00		
Equipo de oficina	600.00		
Equipos Informáticos	2,260.00		
<u>Ventas</u>			
Bienes Muebles y Enseres	470.00		
Equipos de oficina	300.00		
Equipos y Paquetes Informáticos	980.00		
<u>Bienes Operativos</u>		Capital Propio o asignado	<u>140,000.00</u>
Vehículo	43,836.48		
Maquinaria y Equipo Agropecuaria	1,630.00		
Muebles y Enseres Operativos	14,824.00		
Maquinaria y Equipo de Cocina	2,621.00		
Equipo de hospedaje	3,620.00		
Maquinaria y Equipo de aseo	1,008.00		
Equipos deportivos	1,975.00		
Semovientes	4,740.00		
Equipo de Seguridad	330.00		
		TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVO	390,000.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	390,000.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.8. Estado de resultados

El Estado de resultado está proyectado y consolidado todos los ingresos, gastos y utilidades que se espera percibir en cinco años.

Cuadro N° 102 Proyección de costos operativos

Proyección Costos Operativos					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Materiales Directos	49,707.24	55,060.80	60,457.38	62,760.21	64,536.78
Mano de Obra Directa	94,426.32	110,309.37	121,119.68	132,989.41	146,022.38
Costos Indirectos Operativos	25,780.72	17,026.49	20,603.80	17,928.34	18,151.83
TOTAL	169,914.28	182,396.65	202,180.87	213,677.97	228,710.98
BALANCE DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
VENTAS PROYECTADAS	290,000.00	327,613.00	370,104.41	418,106.95	472,335.42
VENTAS NETAS	290,000.00	327,613.00	370,104.41	418,106.95	472,335.42
(-) Costos Operativos	169,914.28	182,396.65	202,180.87	213,677.97	228,710.98
(-) Costos de Ventas					
UTILIDAD (PERDIDA) VENTAS	120,085.72	145,216.35	167,923.54	204,428.98	243,624.43
GASTOS ADMINISTRACION	37,576.03	39,910.01	42,736.53	45,839.63	49,246.39
Materiales de aseo	134.40	138.03	141.76	145.58	149.51
Materiales de oficina	81.50	83.70	85.96	88.28	90.66
Gastos Constitución	1,840.00				
Sueldos Administrativos	24,612.80	28,780.95	31,601.48	34,698.43	38,098.88
Gastos depreciación	10,907.33	10,907.33	10,907.33	10,907.33	10,907.33
GASTOS VENTAS	18,700.83	20,522.08	22,409.09	24,477.51	26,744.97
Gastos Personal	15,937.16	18,618.51	20,443.13	22,446.55	24,646.32
Gastos Publicidad	2,360.00	1,499.90	1,562.30	1,627.29	1,694.99

Depreciación	403.67	403.67	403.67	403.67	403.67
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	63,808.86	84,784.25	102,777.91	134,111.84	167,633.08
GASTOS FINANCIEROS	35,071.65	29,236.56	22,463.46	14,601.55	5,475.80
Intereses Pagados	35,071.65	29,236.56	22,463.46	14,601.55	5,475.80
UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	28,737.21	55,547.69	80,314.45	119,510.29	162,157.27
Participación trabajadores 15 %	4,310.58	8,332.15	12,047.17	17,926.54	24,323.59
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	24,426.63	47,215.53	68,267.28	101,583.75	137,833.68
Impuesto a la Renta	1,550.99	5,338.11	9,975.32	19,401.12	31,857.79
UTILIDAD O PERDIDA NETA	22,875.64	41,877.43	58,291.96	82,182.62	105,975.89

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 103 Cálculo de impuesto a la renta para el cuarto año

CÁLCULO IMPUESTO RENTA PARA EL CUARTO AÑO			
BASE IMPONIBLE	FRACCIÓN BÁSICA	EXCEDENTE	TOTAL
101,583.75	79,660.00	21,923.75	
VALOR A PAGAR	12,824.00	6,577.12	19,401.12

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 104 Tabla de impuesto a la renta 2013

AÑO 2014 En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	10.410	0	0%
10.410	13.270	0	5%
13.270	16.590	143	10%
16.590	19.920	475	12%
19.920	39.830	875	15%
39.830	59.730	3.861	20%
59.730	79.660	7.841	25%
79.660	106.200	12.824	30%
106.200	En adelante	20.786	35%

Fuente: SRI

Elaborado: La Autora

5.9. Estado de flujo de caja

El flujo de caja del efectivo está consolidado con la deuda a largo plazo y las entradas y salidas del efectivo proyectada a cinco años.

Cuadro N° 105 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA CON PROTECCION						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Inversión Propia	-140,000.00					
Inversión Financiada	-250,000.00					
TOTAL INVERSION	-390,000.00					
Utilidad del Ejercicio		22,875.64	41,877.43	58,291.96	82,182.62	105,975.89
(+) Depreciaciones		22,876.60	22,876.60	22,876.60	22,876.60	22,876.60
TOTAL DE INGRESOS		45,752.23	64,754.02	81,168.56	105,059.22	128,852.49
Egresos						
Pago de deuda		36,298.11	42,133.20	48,906.30	56,768.21	65,894.18
Reinversión					3,240.00	
(-) Total de egresos		36,298.11	42,133.20	48,906.30	60,008.21	65,894.18
(+) Recuperación efectivo						19,865.52
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)						265,984.27
FLUJO NETO	-140,000.00	9,454.12	22,620.82	32,262.26	45,051.01	348,808.10

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 106 Recuperación efectiva

RECUPERACION EFECTVA	
O CAPITAL DE TRABAJO	19,865.52
RECUPERACION ACTIVOS	
O SALDO EN LIBROS	265,984.27
TOTAL	285,849.79

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.10. Evaluación financiera

5.10.1. Tasa de rendimiento medio costo de oportunidad

Para tomar la decisión de ejecutar el proyecto, los inversionistas exigen una tasa mínima de ganancia sobre la inversión que efectúa, por lo que se espera que esta tasa sea por lo menos igual al costo promedio ponderado de la institución de crédito.

En este caso la tasa del inversionista es del 12% considerando que existen pólizas de inversión que se acercan a este porcentaje, además el pago de intereses bancarios por créditos concedidos es del 15%, con este indicador permite la protección en un 18,66% del desgaste del efectivo a través del tiempo ya sea por la inflación. Los intereses pagados y la inversión propia realizada.

Cuadro N° 107 Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO		
INV. PROPIA	140,000.00	35.90	12.00	430.77		
INV. FINANCIERA	250,000.00	64.10	15.00	961.54		
TOTAL	390,000.00	100.00%		1,392.31	13.92	0.1392
TRM =	$(1+IF)(1+CK)-1$					
TRM=	$(1+0,0416)(1+0.1437)-1$		0.1866	18.66	BASE INFLACIÓN	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD

IF = TASA DE INFLACIÓN

5.10.2. Cálculo del VAN

La técnica del Valor Actual Neto (VAN) es la que se utiliza con mayor frecuencia para tomar decisiones de inversión en Propiedad Planta y

Equipo o inversión fija. Este método consiste en traer todas las entradas de efectivo actualizado de un proyecto y compararlos con la inversión inicial neta. Su formulación es la siguiente: $1/(1+r)^n$

Cuadro N° 108 Cálculo del VAN

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS	Factor actualización $1/(1+r)^n$	FCA
1	9,454.12	0.84	7,967.47
2	22,620.82	0.71	16,065.95
3	32,262.26	0.60	19,310.43
4	45,051.01	0.50	22,724.83
5	348,808.10	0.43	148,279.74
	458,196.31		214,348.42

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

El son todos los ingresos en efectivo que se espera ingresen al valor futuro calculado con la tasa de Rendimiento Medio menos la inversión:

FC.- Flujo de Caja

i.- Tasa de redescuento

n.- Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto de inversión.

VAN, positivo significa que existe rentabilidad.

VAN, Negativo inversión no rentable o no atractiva.

$$VAN = -A + \frac{FNC_1}{(1+K)^1} + \frac{FNC_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+K)^n}$$

$$VAN = -16.0000 + \left[\frac{2.598,31}{(1+0.1559)^1} + \frac{5.022,80}{(1+0.1559)^2} + \frac{7.214,87}{(1+0.1559)^3} + \frac{8.689,01}{(1+0.1559)^4} + \frac{22.692,85}{(1+0.1559)^5} \right]$$

VAN= 74348.43

VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS-
INVERSIÓN

VAN = 214,348.42 -140,000.00 **74,348.43 VAN**

5.10.3. Cálculo de la TIR

Constituye otro método de descuento muy utilizado para evaluar inversiones. Se define como la tasa de descuento que hace el valor actual neto sea cero; es decir que el valor presente de las entradas de efectivo será igual a la inversión inicial neta realizada.

Si la TIR es mayor o igual a la Tasa de Rendimiento Medio que tiene la empresa, se debe aceptar el proyecto, en caso contrario rechazarlo. Una TIR mayor que el costo de oportunidad garantiza que el proyecto rinde más que la inversión alternativa.

Cuadro N° 109 Cálculo del TIR

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 30 %	VAN NEGATIVO 342%
0	-140,000.00	-140,000.00	-140,000.00
1	9,454.12	7,272.40	7,162.21
2	22,620.82	13,385.10	12,982.57
3	32,262.26	14,684.69	14,027.26
4	45,051.01	15,773.61	14,839.14
5	348,808.10	93,944.16	87,039.60
	318,196.31	5,059.96	- 3,949.21

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

VAN POSITIVO 30 %	=	5,059.96
VAN NEGATIVO 32%	= -	3,949.21
TIR =	=	$30 + 2 * (5059,96 / (5059,96 + 3949,21))$
		31.12

La TIR es de 31.12%, mayor a la Tasa de Rendimiento Medio que es de 18.66 %, por lo tanto en este indicador demuestra que el proyecto es rentable.

5.10.4. Recuperación de dinero en el tiempo

El plazo de recuperación de la inversión o período de repago señala el número de años necesarios para recuperar la Inversión Inicial, en este caso es de \$ 390.000,00, sobre las entradas de efectivo que genere cada período de su vida útil.

Los flujos netos actualizados están calculados con la tasa de descuento que es de 19,13 %, y la recuperación se lo realizará en 4 años un mes.

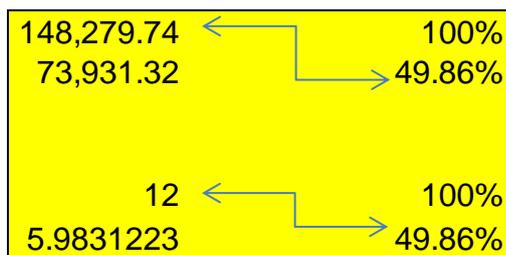
Cuadro N° 110 Recuperación de dinero en el tiempo

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	CANTIDAD	RUCUPERACIÓN.
1	9,454.12	7,967.47	7,967.47	7,967.47
2	22,620.82	16,065.95	16,065.95	24,033.42
3	32,262.26	19,310.43	19,310.43	43,343.85
4	45,051.01	22,724.83	22,724.83	66,068.68
5	348,808.10	148,279.74	73,931.32	140,000.00
	458,196.31	214,348.42	140,000.00	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

RECUPERACION 4 AÑOS 6 MES



5.10.5. Índice beneficio-costo

La relación beneficio costo, R B/C, mayor de la unidad, significa que es un proyecto rentable, el valor de 1,18, significa que por cada dólar invertido se recuperaría un dólar con dieciocho centavos.

Cuadro N° 111 Recuperación de dinero en el tiempo

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	290,000.00	267,124.36	244,397.66	225,119.21
2	327,613.00	285,735.57	232,680.09	202,937.55
3	370,104.41	311,812.44	221,524.32	186,633.93
4	418,106.95	335,924.33	210,903.41	169,448.47
5	472,335.42	366,359.53	200,791.71	155,740.93
TOTAL	1,878,159.77	1,566,956.23	1,110,297.19	939,880.09

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}} = \frac{1,110,297.19}{939,880.09} = 1.18 \text{ COSTO BENEFICIO}$$

POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,1 ES DECIR GANA 0,18

5.10.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de servicios prestados en que los beneficios por ventas son iguales a los costos fijos y variables de la empresa.

Mediante el Presupuesto de Ingresos y de los Costos Operativos, Administración y Ventas, se clasifican los costos fijos y variables, con lo que se calculan los niveles de servicios operativos donde los costos totales se igualan a los ingresos.

El punto de equilibrio se encuentra en 8.137 paquetes turísticos en donde las ventas se igualan a los costos tanto fijos como variables. Los costos fijos son aquellos egresos que permanecen constantes en su valor sin importar el volumen de paquetes turísticos.

Los costos variables son egresos que aumentan o disminuyen según el volumen de servicios.

El punto de equilibrio se lo obtienen aplicando la siguiente metodología:

$$PuntodeEquilibrio = \frac{CostosFijos}{1 - \frac{CostosVariables}{Ingresos}}$$

Cuadro N° 112 Proyección para el punto de equilibrio

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
INGRESOS					
VENTAS	290,000.00	327,613.00	370,104.41	418,106.95	472,335.42
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA OPERATIVA					
Sueldos Personal administrativo	24,612.80	28,780.95	31,601.48	34,698.43	38,098.88
GASTOS PERSONAL VENTAS	15,937.16	18,618.51	20,443.13	22,446.55	24,646.32
MANO DE OBRA OPERATIVA	94,426.32	110,309.37	121,119.68	132,989.41	146,022.38
Gastos de ventas	2,360.00	1,499.90	1,562.30	1,627.29	1,694.99
Gastos Administrativos	2,055.90	221.73	227.72	233.86	240.18
Gastos financieros	35,071.65	29,236.56	22,463.46	14,601.55	5,475.80
Depreciación	22,876.60	22,876.60	22,876.60	22,876.60	22,876.60
TOTAL COSTO FIJO	197,340.42	211,543.62	220,294.37	229,473.70	239,055.14
COSTOS VARIABLES					
Costos Indirectos Operativos	14,215.12	5,460.89	9,038.20	6,362.74	6,586.24
Materiales Directos	49,707.24	55,060.80	60,457.38	62,760.21	64,536.78
TOTAL COSTO VARIABLE	63,922.36	60,521.69	69,495.59	69,122.96	71,123.01
PE DOLARES	253,137.48	259,478.46	271,222.64	274,925.36	281,432.49

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2013

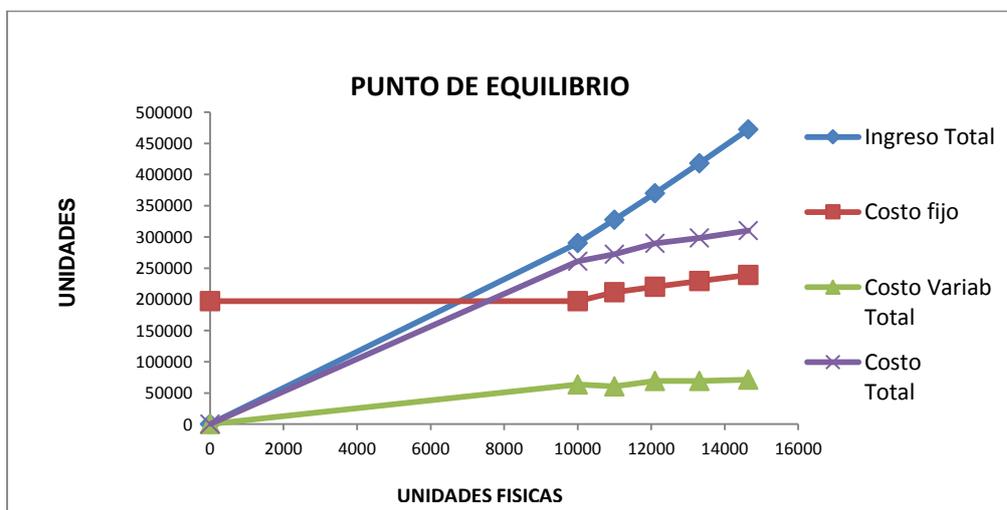
$$PE (\$) = \frac{\text{Costos fijos totales } 197340.42}{1 - (\text{costos variable / venta}) 0.78} = \mathbf{253,137.48 \text{ USD}}$$

Cuadro N° 113 Punto de equilibrio

DESCRIPCIÓN	PRODUCTOS	PORCENTAJE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE	P.E. DÓLARES	PUNTO EQUILIBRIO
PAQUETES TURISTICOS	10,000	100.0%	29.00	290,000	100.0%	253,137.48	8,729
TOTAL	10,000	100.00%		290,000	100.00%	253,137.48	8,729

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 37 Punto de equilibrio



Elaborado: La Autora

5.10.7. Resumen de la Evaluación

La evaluación financiera realizada al presente proyecto, todos sus indicadores determinan que la implantación de la granja turísticas es rentable.

Cuadro N° 114 Evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA				
NRO	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	18.66%	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	31.11%	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	74,348.43	
4	RC	RECUPERACION INVERSIÓN	RECUPERACION 4 AÑOS 6 MES	PROYECTO SOCIAL
5	CB	COSTO BENEFICIO	1.18	POR CADA DÓLAR GANA 0,18
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	253,137.48	PARA NO GANAR NI PERDER
			8,729	UNIDADES

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.10.8. Análisis de sensibilidad

Si se aumenta los costos de producción en un 10% el TIR aumenta a 46.22% % y el VAN en 159397,08 esto quiere decir que resiste el proyecto, pero si rebajamos las ventas en un 10% el TIR sería negativo 39.94% y el VAN 123 677.50 el proyecto resiste y si se aumenta un 10% en los gastos administrativos y de ventas el TIR quedaría en 48,62 % y el VAN en USD 172 648.55 no pasaría nada se podría aumentar los sueldos administrativos y de ventas y el proyecto permanecería intacto.

Cuadro N° 115 Análisis de sensibilización.

CONCEPTOS	Variación %	TIR %	VAN	EVALUACION
Aumento de costos producción	10%	46.22 %	159,397.08	ok
Disminución de ingresos	-10%	39.94 %	123,677.50	ok
Aumento Gastos Administrativos Y VENTAS	10%	48.62 %	172,648.55	ok
<u>Normal</u>	0%	<u>31.11 %</u>	74,348.43	O.K.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Introducción

El estudio organizacional busca determinar la propuesta administrativa en la cual se incluye la estructura de los cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para la conformación de la Granja Turística.

6.2. Análisis interno de la empresa

6.2.1 Nombre de la empresa

GRANJA TURÍSTICA KILLA WASI

6.2.2 Logotipo y eslogan

Gráfico N° 38 Logotipo y eslogan



6.3 Aspectos legales de constitución

6.3.1 Análisis legal

- **Nombre o razón social:** Granja Turística Killa Wasi
- **Figura Jurídica:** Se constituirá como una Sociedad Civil Particular

6.3.2 Minuta

SOCIEDAD C

IVIL PARTICULAR

En la ciudad de **Atuntaqui**, a 12 de diciembre del 2012

REUNIDOS

De una parte D. /Doña **ANA BEATRIZ BELTRÁN VÁSQUEZ**, mayor de edad, con CI nº **1003862982**, con domicilio en **ATUNTAQUI**.

De otra parte D. /Doña **ANGÉLICA BEATRIZ VÁSQUEZ SARAÚZ**, mayor de edad, con C.I. nº **1001057072**, con domicilio en **ATUNTAQUI**.

MANIFIESTAN

Todas ellas en su propio nombre y representación, reconociéndose mutuamente en este acto capacidad suficiente para el otorgamiento de este contrato y en su virtud:

CLÁUSULAS

Primera.- Se constituye entre las partes una sociedad particular.

Segunda.- El nombre de dicha sociedad es **GRANJA TURÍSTICA KILLAPAK WASI** y su domicilio social lo tendrá en **La Ciudad de Atuntaqui**.

Tercera.- El objeto de la sociedad es **implantar una Granja Turística**.

Cuarta.- La sociedad tendrá inicio el día **1 de enero** del **2013** y finalizará en fecha de **31 de diciembre** del **2017**.

Quinta.- D. /Doña **ANA BELTRÁN** aporta a la sociedad la suma de **\$ 50.000,00 (CINCUENTA MIL DÓLARES, 00/100)** y D. /Doña **BEATRIZ VÁSQUEZ** la suma de **\$ 30.000.00 (TREINTA MIL DÓLARES, 00/100)**

Sexta.- Las pérdidas y ganancias se repartirán proporcionalmente a lo aportado por cada parte

Séptima.- Se nombra administrador, para ejercer todos los actos administrativos, a D. /Doña **ANA BELTRÁN**

Octava.- La sociedad podrá ser prorrogada por consentimiento expreso o tácito de los dos socios.

Novena.- Para el caso de que uno de los socios fallezca, la sociedad continuará con el heredero.

Y para que conste y surta los efectos oportunos, firman los comparecientes el presente contrato en el lugar y fecha del encabezamiento.

Atuntaqui a, 12 diciembre del 2012

ANA BELTRÁN

BEATRIZ VÁSQUEZ

DR. ARTURO GORDILLO

NOTARIO PRIMERO DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.

6.2.3. Conformación jurídica

La Constitución jurídica es el reconocimiento de la Granja Turística ante la sociedad y las Leyes ecuatorianas para el desarrollo y cumplimiento de sus objetivos mediante su creación

6.3.2.1. Registro de turismo

El Registro de Turismo: (Art. 9 Ley de Turismo) Consiste en la Inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece LA LEY DE TURISMO Y SUS REGLAMENTOS. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Requisitos y formalidades para el registro

- Copia certificada de la escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)
- Copia de la cédula de identidad.
- Copia de la última papeleta de votación.
- Copia del Contrato de compra – venta del establecimiento, *en caso de cambio de propietario* CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social, (nombre comercial del establecimiento). Av. República y Av. Diego de Almagro (Edificio: FORUM 1er. Piso).
- Copia de escrituras de propiedad o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).

- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil. (formulario del MINISTERIO DE TURISMO).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos, firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

6.3.2.2. Licencia única anual de funcionamiento

Licencia Única Anual de Funcionamiento: (Art. 10 Ley de Turismo) El Ministerio de Turismo o los Municipios y Consejos Provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, la Licencia Única Anual de Funcionamiento. Toda persona natural y jurídica que ejerzan actividades turísticas deberán someterse a las disposiciones contenidas en la Ley de Turismo, reglamentos, normativas e instructivos vigentes, además deberán cumplir con lo que establecen los Municipios y Consejos Provinciales a los cuales esta Cartera de Estado transfiera las potestades en materia turística.

Requisitos para obtener la licencia única de funcionamiento

- Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento (LUAF),
- Comprobante de pago de la Patente Municipal y Tasa de Turismo del año correspondiente,
- Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo vigente,
- Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC,
- Inspección aprobada de Control de Calidad

6.3.2.3. Autorización para construcción y adecuación de construcciones

Art 216 RGAT.- Autorización para construcción y adecuación de edificaciones.- El Ministerio de Turismo autorizará la construcción y adecuación de edificaciones destinadas al funcionamiento de actividades

turísticas, luego del estudio de la siguiente documentación, que le deberá ser presentada:

1. Antecedentes de la empresa y de los empresarios o promotores.
2. Proyecto de inversión y financiamiento.
3. Anteproyecto arquitectónico.

Previamente a la aprobación de los planos definitivos por las autoridades competentes, el Ministerio de Turismo procederá a revisarlos y a dar su visto bueno. De no cumplirse con este requisito, los planos no podrán ser aprobados por dichas autoridades.

Para este proceso se deberá dirigir una solicitud acompañada de la documentación respectiva a las oficinas del Ministerio de Turismo a nivel nacional.

6.3.2.4. Registro único de contribuyentes (RUC)

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica y los requisitos son los siguientes:

- Original y copia de la cédula y certificado de votación del representante legal
- Original y copia de la escritura de Constitución de la Microempresa
- Planilla servicios básicos
- Llenar formulario 01A y 01B
- Original y Copia del pago de permisos de funcionamiento
- Original y copia del pago de la Patente Municipal
- Original y copia del Contrato de arrendamiento

Cada uno de los requisitos y aplicación de normas, principios y leyes en los ámbitos que regulan la actividad económica y comercial, constituyen el cumplimiento de deberes y obligaciones formales por parte de la microempresa, acordes al establecimiento de características especiales en cada uno de los aspectos mencionados.

6.3.2.5. Registro único de proveedores

- Formulario de registro en el RUP impreso en el Portal COMPRASPUBLICAS.
- Copia de la Cédula de Ciudadanía, o copia de la cédula de identidad o del pasaporte y visa, en caso de ser extranjero.
- Copia de la papeleta de votación vigente, de ser ecuatoriano
- Certificado del cumplimiento tributario emitido por el S.R.I.
- Copia de la declaración de Impuesto a la Renta del último ejercicio económico.
- Certificado de cumplimiento de obligaciones patronales emitido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social - IESS. Certificados de los clientes principales de los últimos tres años, con el detalle de las especificaciones técnicas de los bienes, obras o servicios suministrados.

6.3.2.6. Patente municipal

Dentro de la ordenanza expedida por parte del Gobierno Municipal de Ibarra, para la obtención de la Patente Municipal, se presentan los siguientes requisitos:

- Cédula y certificado de votación del representante legal de la microempresa.
- Comprobantes y Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos y Ministerio de Salud.
- Solicitud de Inspección ante el servicio de Rentas Municipales
- Inspección del espacio físico donde funciona el negocio

- Determinación de la base imponible de acuerdo a la existencia de bienes que posee la microempresa. Por primera vez la inspección se realiza en base al equipamiento disponible.

6.3.2.7 Permiso bomberos

Los parámetros establecidos para el funcionamiento del Centro Infantil “Mundo Mágico se presentan los siguientes requisitos:

- Solicitud de Inspección por parte del interesado (representante legal)
- Inspección por parte de la delegación del Cuerpo de Bomberos
- Compra de extintor (4 lbs.)
- Obtención del Permiso de Funcionamiento
- Solicitud de Permiso otorgado por parte de la Intendencia del Cantón
- Obtención del permiso de funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos del Imbabura.

6.3.2.8. Número patronal

El número patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Los requisitos son los siguientes:

- Contratos de Trabajo inscritos en la Inspección de Trabajo.
- Cédula de Identidad del representante de la microempresa.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Una vez obtenido el número patronal se debe proceder a afiliar a cada uno de los trabajadores.

6.3.2.9 Permiso sanitario

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.

- Copia del RUC del establecimiento en caso de cambio de dirección
Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante legal.
- Copia de Autorización de Funcionamiento emitido por la Dirección Provincial MIES.
- Copia de título del profesional responsable (parvularios)
- Copia del título del médico responsable (Registrados en el Ministerio de Salud Pública)
- Copia del registro del título en la SENESCYT
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Certificado del curso de manipulación de alimentos (para el personal de cocina – si aplica)
- Permiso de Bomberos

6.4. Propuesta administrativa

6.4.1. Misión

La Granja Turística Killa Wasi es una empresa dedicada a la prestación de servicios de hospedaje, alimentación y recreación en un ambiente natural, aplicando procedimientos eficientes y técnicos para el buen funcionamiento del mismo, con un personal capacitado e innovador y la utilización de la tecnología adecuada, logrando de esta manera la sana diversión del turista.

6.4.2. Visión

En los próximos cinco años la Granja Turística Killa Wasi será una empresa reconocida a nivel nacional pretende ampliar la cobertura de servicios y aumentar sus ventas en 20% a través de una capacitación periódicamente al personal, actualización tecnológica y desarrollo organizacional enfocado en el buen servicio y el cuidado del ambiente.

6.4.3. Objetivos

- Lograr el reconocimiento de la Granja Turística en la región norte del país.
- Mantener un adecuado nivel de satisfacción del cliente brindando servicios de calidad.
- Implementar estrategias de venta y reducción del costo del servicio, de manera que permita incrementar la utilidad y recuperar la inversión realizada.
- Innovar periódicamente, en cuanto a diseño de las instalaciones y prestación de servicios de acuerdo a las necesidades y exigencias del cliente.
- Realizar un seguimiento y mejorar los procedimientos que se requiere para la prestación del servicio.
- Promover normas de conservación del ambiente mostrando la diversidad de especies existentes en la zona y el manejo sostenible de los recursos.

6.4.4. Principios

6.4.4.1. Calidad

La calidad siempre será factor determinante en la decisión de compra de materia prima e insumos.

6.4.4.2. Servicio

Destacarse en la calidad del servicio al cliente, elemento importante para satisfacer las necesidades del cliente.

6.4.4.3. Competitividad

La calidad de los servicios y atención siempre debe prevalecer, serán garantía de competitividad en el mercado.

6.4.4.4. Trabajo en equipo

Construir un grupo de trabajo firme y persistente, para afrontar aciertos y dificultades. Con el aporte individual dar soluciones y llenar las expectativas de la empresa.

6.4.5. Valores

6.4.5.1. Espíritu constructivo

Se refiere a la actitud positiva, al optimismo, al incremento de la cadena de valor, a la creatividad y buena fe que deben prevalecer en la intención y en la acción de todos los que laboren en el Complejo turístico.

6.4.5.2. Respeto

El respeto a los demás es un valor básico que nos induce a cordialidad, armonía, aceptación e inclusión que deben ser signos distintivos de las relaciones interpersonales y entre las áreas dentro del ámbito laboral.

6.4.5.3 Lealtad

La lealtad es la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad y defensa de intereses que en todo momento debemos demostrar, para y por nuestra empresa.

6.4.5.4 Excelencia en el logro de objetivos

La “excelencia en el logro de objetivos” es un valor determinante que nos demanda calidad, esfuerzo, empeño y coraje para lograr resultados exitosos en nuestro trabajo y por consiguiente, en la consecución de los objetivos que el complejo ha trazado.

6.4.5.5 Profesionalismo

Es la responsabilidad, seriedad, constancia, involucramiento, entrega, dedicación y esmero que cada integrante del equipo de trabajo debe imprimir a sus funciones y tareas, buscando sumarse a la misión del Complejo.

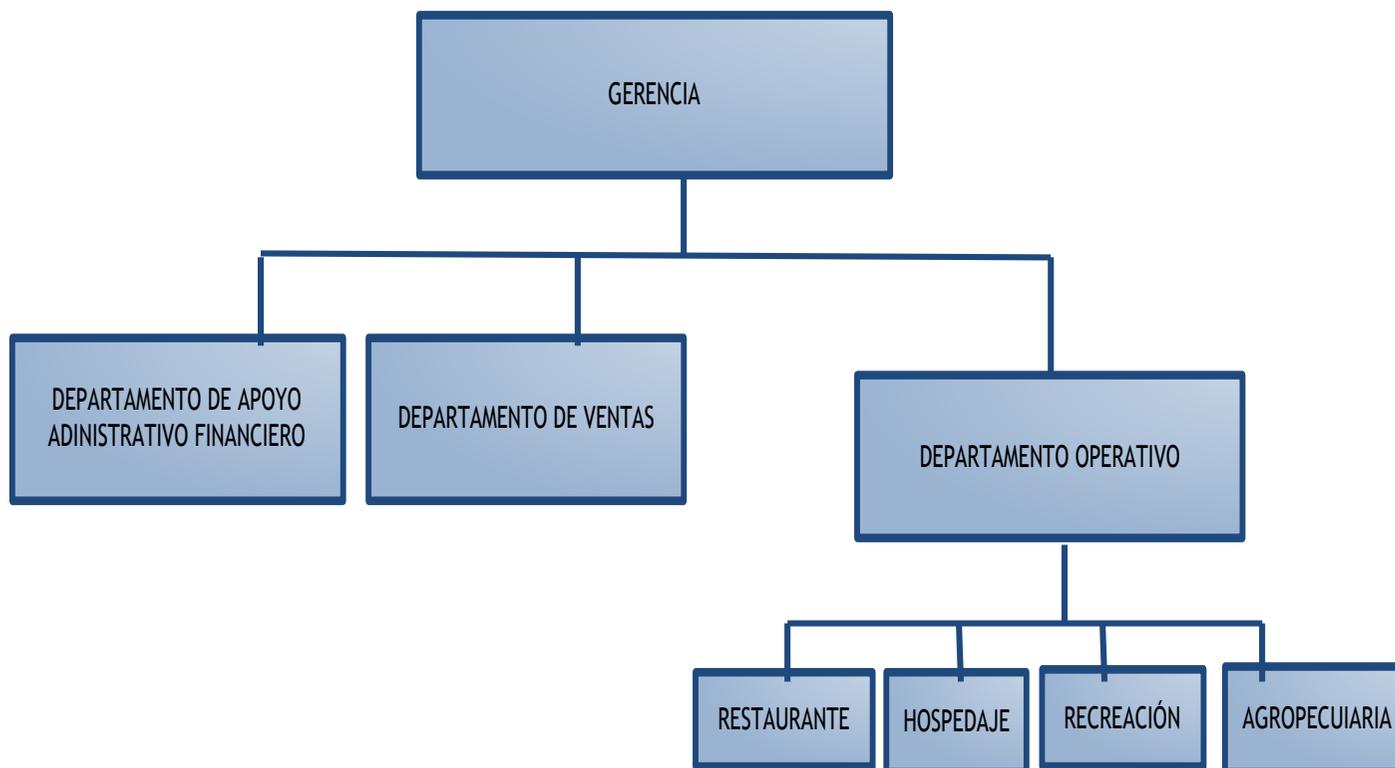
6.4.5.6. Honestidad

El valor de la “honestidad” es la rectitud, honorabilidad, decoro, respeto y modestia que debemos manifestar los integrantes del complejo en las actividades.

6.5 Estructura organizacional

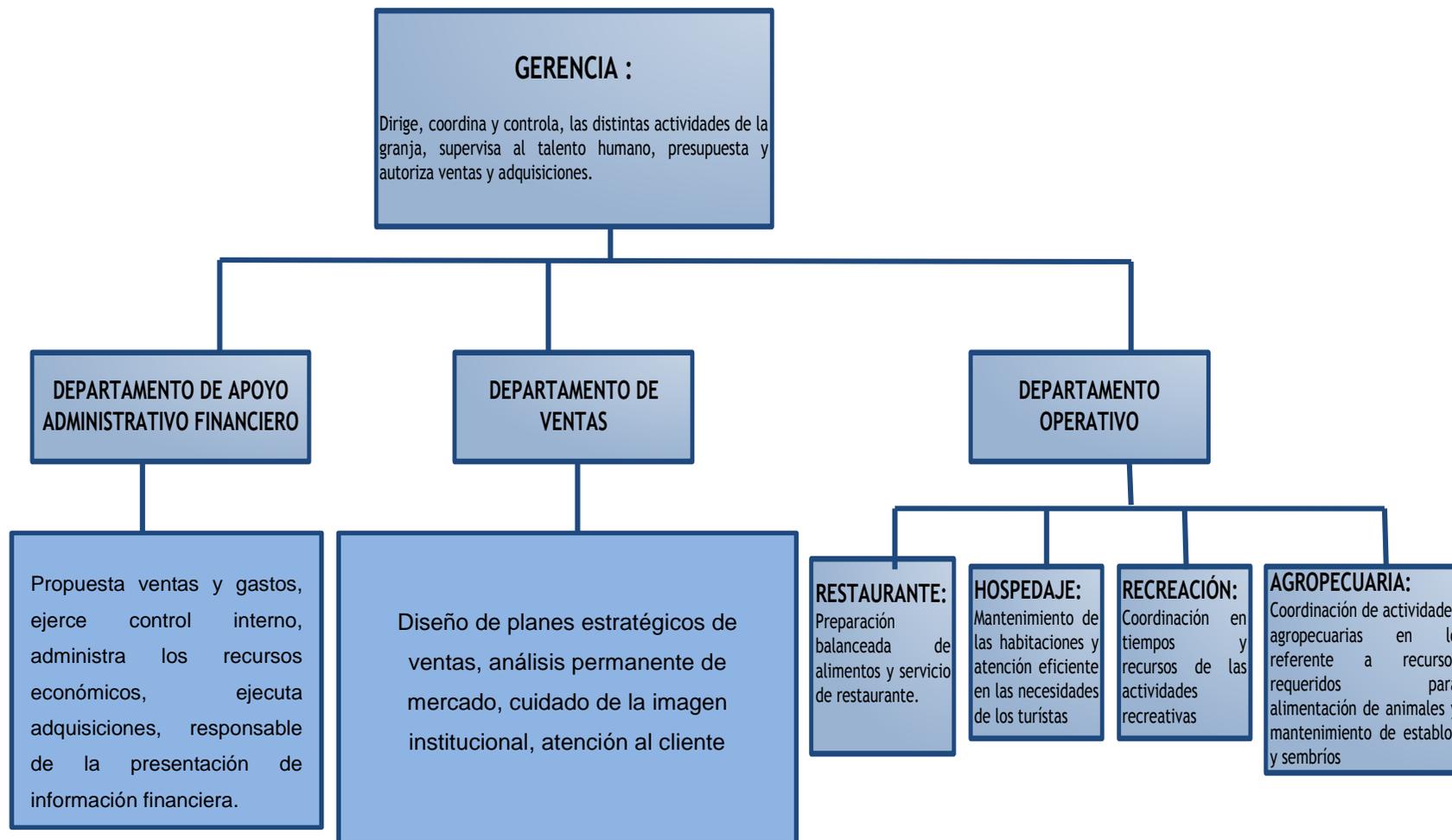
6.5.1. Organigrama estructural

Gráfico N° 39 Organigrama estructural



6.5.2 Organigrama funcional

Gráfico N° 40 Organigrama funcional



6.6. Orgánico funcional

6.6.1. Nivel ejecutivo

A este nivel le corresponde el Administrador gerencial, que realiza las funciones de dirección, control del talento humano, planificación, coordinación y supervisión de actividades en las áreas administrativas y operativas según las labores y tareas diarias. Por ser la máxima autoridad es el representante legal ante todas las instituciones como el SRI (Servicio de Rentas Internas), IESS, (Instituto de Seguridad Social), Municipio y demás organismos de control públicos y privados.

6.6.2. Nivel de apoyo

Al nivel de apoyo le corresponde la administración de los recursos humanos, materiales y financieros, realiza los presupuestos de ventas, inversiones, costos y gastos conjuntamente con el administrador gerencial; además realiza el control interno en lo referente a los controles previo, permanente y posterior de las adquisiciones, pagos a proveedores y nómina, ingresos por ventas, control de talento humano, consolidación de la información financiera administrativa mediante los estados financieros e informes.

6.6.3. Nivel de ventas

La imagen institucional le corresponde a este nivel ya que se encarga de las estrategias de marketing, que concierne a detectar necesidades del cliente mediante una investigación de mercado para ofertar servicios oportunos y de calidad mediante campañas publicitarias.

6.6.4. Nivel operativo

Este directamente ligado con la atención al turista o cliente externo, encargado del mantenimiento, presentación, atención con calidad y calidez, trabajo eficiente y eficaz, coordinación con el nivel ejecutivo y de apoyo en cuanto a requerimientos de materiales, insumos, e ingredientes, y de esta área depende la fidelidad del cliente.

6.7. Manual de funciones

	GRANJA KILLA	Fecha			
	WASI	Página		De	
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página		De	
		Fecha			
NIVEL: EJECUTIVO ADMINISTRADOR GERENCIAL					
<p>PERFIL</p> <p>Título:</p> <p>Experiencia: No indispensable</p> <p>Cursos: -Administración de talento humano. - Administración turística</p> <p>Coordina con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contador • Con todos el personal <p>Supervisa a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A todo el talento humano 	<p>COMPETENCIAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar el trabajo de grupos de compañeros/colaboradores. • Motivar a los compañeros/colaboradores hacia la realización de una actividad determinada. • Supervisar la realización de cada una de las actividades que forman parte del trabajo del equipo. • Ayudar a solucionar los problemas nuevos que se le presentan al equipo en el trabajo. • Prestar atención a las necesidades y sentimientos de los demás. <p>FUNCIONES :</p> <p>Mantener la imagen de la empresa a través de un trato con calidad y amabilidad a los turistas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar el personal necesario, que cuente con perfil profesional de acuerdo a los requerimientos. • Controlar el rendimiento de la empresa • Elaborar y analizar el presupuesto anual. • Planificar, organizar y coordinar las actividades de las distintas áreas. • Ejecución del presupuesto mediante la autorización de abastecimiento de insumos. <p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representante legal ante todo organismo como el SRI, IESS, MRL. • Responsable del manejo de recursos financieros materiales y humanos. 				
Elaboró	Revisó		Autorizó		

	GRANJA KILLA WASI		Fecha		
			Página	De	
	Manual de		Sustituye a		
	Funciones		Página	De	
		Fecha			
NIVEL: DE APOYO CONTADOR					
PERFIL Título: CPA (Lic. Ing. O Dr.) Experiencia: 2 años Cursos: Tributación actualizada. Contabilidad Computarizada -Riesgos del trabajo -Nifs. Depende de: -Administrador Gerencial Coordina con: <ul style="list-style-type: none"> • Administrador Gerencial • Promotor de ventas Supervisa a: <ul style="list-style-type: none"> • Promotor de ventas 		COMPETENCIAS: <ul style="list-style-type: none"> • Conocer detalladamente las actividades que se realizan en la empresa. • Elaboran con eficiencia los planes presupuestarios. • Utilizar los nuevos conocimientos y destrezas en las áreas de su actividad. • Adaptarse fácilmente a actividades y responsabilidades cambiantes. • Utilizar los sistemas y programas informáticos disponibles y saber cómo funcionan. • Utilizar los conocimientos técnicos y la experiencia para mejorar su efectividad. • Mostrar preocupación por progresar continuamente en la efectividad del trabajo. FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none"> -Será el encargado de la elaboración de los estados financieros y el cierre del período económico de la empresa. -Elaborar el presupuesto anual conjuntamente con el gerente. -Realizar declaraciones y anexos del SRI. -Preparar los registros de ventas y gastos. Pago a proveedores y nómina después del control previo y documentación de sustento RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> - Agente de retención SRI. - Correcta administración de los recursos económicos de la empresa 			
Elaboró		Revisó		Autorizó	

	GRANJA KILLA	Fecha		
	WASI	Página	De	
	Manual de	Sustituye a		
	Funciones	Página	De	
		Fecha		
NIVEL : DE APOYO PROMOTOR DE VENTAS				
<p>PERFIL:</p> <p>TÍTULO: Ingeniero o Tecnólogo Marketing</p> <p>EXPERIENCIA: 1 AÑO</p> <p>REQUISITOS: -Capacitación -Cursos Márquetin -Cursos de Relaciones Humanas -Cursos de hotelería y turismo.</p> <p>RELACIÓN FUNCIONAL</p> <p><u>Depende de:</u> -Gerencia</p> <p><u>Coordina con:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Contador • Gerente • Todo el talento humano. <p><u>Supervisa a:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Chofer 	<p>COMPETENCIAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer presentaciones en público adaptadas a las necesidades y al nivel de comprensión de la audiencia. • Comprobar que el interlocutor ha comprendido lo que dice y las consecuencias del mensaje. • Utilizar el correo electrónico para la comunicación interna y externa. • Realizar las tareas buscando, en sus actividades, los mayores niveles de calidad y la forma de mejorar sus actuaciones anteriores. <p>FUNCIONES :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un plan de marketing • Será el encargado de la promoción, exposición y venta de los paquetes turísticos. • Presentar un plan actividades e informes mensuales de cumplimiento y resultados obtenidos a la Gerencia. • Llevar un registro de reservaciones. • Llevar un registro estricto de fechas del ingreso y salida de clientes. • Evaluar el grado de satisfacción de los clientes. <p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsable de la correcta venta del paquete turístico 			
Elaboró	Revisó	Autorizó		

	GRANJA KILLA WASI	Fecha			
		Página	De		
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página	De		
Fecha					
NIVEL : OPERTATIVO SECRETARIA RECEPCIONISTA					
PERFIL TÍTULO Ingeniero Tecnólogo Marketing, turismo ESPERIENCIA: 1 AÑO DE EXPERIENCIA REQUISITOS: -Capacitación -Cursos Márquetin -Cursos de Relaciones Humanas -Cursos de hotelería y turismo.		COMPETENCIAS: <ul style="list-style-type: none"> • Adaptarse fácilmente a actividades y responsabilidades cambiantes • Comprobar que el interlocutor ha comprendido lo que dice y las consecuencias del mensaje. • Utilizar el correo electrónico para la comunicación interna y externa. • Realizar las tareas buscando, en sus actividades, los mayores niveles de calidad y la forma de mejorar sus actuaciones anteriores. • Desempeñar distintas funciones según exija la tarea o el momento 			
RELACIÓN FUNCIONAL <u>Depende de:</u> -Gerencia <u>Coordina con:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Contador • Gerente • Todo el talento humano. <u>Supervisa a.</u> -Chef -		FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none"> • Receptar reservaciones individuales, grupales confirmando personalmente o mediante la página web de la granja a través de un anticipo del 50%. • Dar la bienvenida al cliente y dar las instrucciones necesarias para la estancia en la granja. • Entrega y recepción de las habitaciones en las mismas condiciones que fueron entregadas. • Estar pendiente ante los requerimientos y necesidades de los visitantes. • Evaluar el grado de satisfacción de los clientes mediante sondeos. • Mantener organizado el archivo general de la correspondencia de la Institución. • Tramitar solicitudes de suministros y materiales. • Registrar, clasificar y archivar documentos. • Manejar un fondo fijo de caja chica 			
		RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> - Adecuada atención a los turistas durante la estancia. -Custodia de las habitaciones. 			
Elaboró	Revisó	Autorizó			

	GRANJA KILLA WASI	Fecha			
		Página		De	
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página		De	
Fecha					
NIVEL OPERATIVO : CHEF					
PERFIL Requisitos: Título: Profesional Chef Experiencia: 1 años Capacitación: - Cursos de Comida Nacional - Cursos de Repostería - Cursos de Relaciones Humanas		COMPETENCIAS: <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir conocimientos y destrezas a partir de instrucciones, estudio o experiencia. • Utilizar los nuevos conocimientos y destrezas en las áreas de su actividad • Desempeñar distintas funciones según exija la tarea o el momento. • Utilizar los conocimientos técnicos y la experiencia para mejorar su efectividad. • Organizar el propio trabajo y el de los compañeros/colaboradores para satisfacer las necesidades de los clientes. 			
RELACIÓN FUNCIONAL <u>Depende de:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia <u>Coordina con:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia • Contador <u>Supervisa a:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Ayudante de cocina • Mesero 		FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none"> • Verificar los menús diarios de acuerdo al número de personas que visitan la granja. • Calcular la cantidad de ingredientes a utilizar, evitando desperdicios. • Elaborar lista de compras para su adquisición. • Verificar la calidad y peso del artículo recibido. • Coordinar con contabilidad y administración gerencial para el pago respectivo. • Mantener sus uniformes en buen estado y limpios. • Otras actividades que la gerencia le asigne dentro del ámbito de su competencia. RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> - Responsable de calidad del menú - Responsable de los equipos de trabajo. 			
Elaboró	Revisó		Autorizó		

	GRANJA KILLA WASI	Fecha				
		Página		De		
	Manual de Funciones	Sustituye a				
		Página		De		
		Fecha				
NIVEL : OPERATIVO AYUDANTE DE COCINA						
PERFIL REQUISITOS: Título: Tecnólogo gastronomía, Bachiller Experiencia: 1 año Capacitación: Cursos Gastronomía		COMPETENCIAS: <ul style="list-style-type: none"> • Desempeñar distintas funciones según exija la tarea o el momento. • Poner en marcha un plan o actividad sin esperar que otros se lo digan. • Establecer buenas relaciones de comunicación con el equipo de trabajo. • Aceptar la ayuda de otros compañeros cuando se necesita. 				
RELACIÓN FUNCIONAL <u>Depende de:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia • Chef <u>Coordina con:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Chef 		FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none"> • Desempeñar las tareas dispuestas por el Chef en la preparación de los alimentos. • Encargarse del aseo de sus uniformes. • Lavar los platos y limpieza de la cocina. • Encargarse del correcto almacenamiento de los insumos RESPONSABILIDADES: -Responsable de la limpieza -Responsable del almacenamiento.				
Elaboró		Revisó		Autorizó		

	GRANJA KILLA WASI	Fecha			
		Página		De	
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página		De	
Fecha					
NIVEL OPERATIVO : SALONERO					
PERFIL REQUISITOS: Título: Bachiller Experiencia: 1 año Capacitación: Cursos de Relaciones Humanas	COMPETENCIAS: <ul style="list-style-type: none"> • Realizar acciones proactivas para la detección de las necesidades de los clientes. • Establecer buenas relaciones de comunicación con los clientes. • Proporcionar ayuda a otros compañeros cuando éstos se la solicitan. • Mostrar reconocimiento y valorar las opiniones e ideas de otros. • Conservar la calma en situaciones de urgencia o presión. • Reaccionar tranquila y racionalmente ante los problemas o adversidades, a pesar de las tensiones. 				
RELACIÓN FUNCIONAL <u>Depende de:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia • Chef <u>Coordina con:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Chef • Ayudante de cocina <u>Supervisa a:</u>	FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none"> • Brindar un servicio de calidad al cliente de manera amable y cortés • Servir con eficiencia los alimentos y bebidas solicitados por el cliente. • Verificar que las mesas estén en orden y con lo necesario. • Encargarse del aseo de sus uniformes, • Limpiar las mesas después de ser utilizadas. RESPONSABILIDADES: -Ofrece servicio de calidad				
Elaboró	Revisó		Autorizó		

	GRANJA KILLA WASI	Fecha			
	Manual de Funciones	Página		De	
		Sustituye a			
		Página		De	
		Fecha			
NIVEL OPERATIVO : CAMARERO					
PERFIL REQUISITOS: Título: Bachiller Experiencia: 1 año. Capacitación: -Cursos de Relaciones Humanas -Normas de higiene y salubridad. RELACIÓN FUNCIONAL Depende de: <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia Coordina con: <ul style="list-style-type: none"> • Gerente • Contador Supervisa a:	COMPETENCIAS: <ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar otras tareas o funciones equivalentes y de similar nivel de dificultad, asignadas por el superior jerárquico inmediato. • Realizar acciones proactivas para la detección de las necesidades de los clientes. • Establecer buenas relaciones de comunicación con los clientes. • Proporcionar ayuda a otros compañeros cuando éstos se la solicitan. • Mostrar reconocimiento y valorar las opiniones e ideas de otros. FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la limpieza y desinfección permanente de las habitaciones y del área de trabajo asignada. • Tender y acondicionar las camas. • Brindar apoyo a las diferentes áreas. • Elaborar la solicitud de los suministros, equipos y materiales • Coordinar con el contador la adquisición de suministros de limpieza. • Encargarse del aseo de sus uniformes, RESPONSABILIDADES: -Imagen de las cabañas.				
Elaboró	Revisó		Autorizó		

	GRANJA KILLA WASI	Fecha			
		Página		De	
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página		De	
		Fecha			
NIVEL DE APOYO: CHOFER					
PERFIL Título Chofer Profesional, Bachiller Experiencia: 1 año. Capacitación: - Mecánica automotriz - Primeros auxilios - Cursos de Relaciones Humanas - Cursos mecánica básica.		COMPETENCIAS: <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis. • Capacidad sensorial. • Capacidad de prevención. • Control de operaciones. • Orientación de servicio. • Atención selectiva. • Detección de averías • Atención selectiva. • Mantenimiento de equipos • Manejo de recursos materiales. 			
RELACIÓN FUNCIONAL Depende de: <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia Coordina con: <ul style="list-style-type: none"> • Gerente • Promotor de ventas Supervisa a:		FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la inspección, mantenimiento y reparación básica del vehículo, para garantizar la movilización de turistas hasta su destino en condiciones de seguridad, calidad y cuidado del medio ambiente. • Conducir el vehículo de transporte por las rutas turísticas determinadas con las documentaciones adecuadas para garantizar los itinerarios informados a los turistas aplicando normas de seguridad, respeto, cordialidad y cuidado personal. • Apoyar al guía de turismo en todas las actividades que se desarrollen en función de cuidar el bienestar y confort de los turistas. RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> - Responsable de transportar a los visitantes a un lugar turístico de la provincia garantizando calidad, seguridad y confort. 			
Elaboró		Revisó		Autorizó	

	GRANJA KILLA WASI	Fecha			
	Manual de Funciones	Página		De	
		Sustituye a			
		Página		De	
		Fecha			
NIVEL OPERATIVO: GUÍA BILINGUE					
PERFIL Título Ing. o Lic. Hotelería y Turismo. Experiencia: 1 año de experiencia Capacitación: - Cursos de Relaciones Humanas. - Curso de Primeros auxilios. - Curso de inglés y francés. - Atención al cliente		COMPETENCIAS: <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos generales sobre la actividad turística. • Conocimientos generales sobre la función del guía de turismo. • Conocimientos de legislación Turística. • Conocimientos sobre el Patrimonio Cultural. • Habilidad para comunicar, orientar e informar en idioma inglés y español. • Habilidad para la conducción de grupos. • Habilidad para promover actividades de animación. • Habilidad para supervisar. • Habilidad para elaborar informes. 			
RELACIÓN FUNCIONAL Depende de: <ul style="list-style-type: none"> • -Gerencia Coordina con: <ul style="list-style-type: none"> • Gerente • Promotor de ventas • Chofer • Chef Supervisa a: Chofer		FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none"> • Recibe las instrucciones de granja sobre el grupo de turistas a conducir o a la actividad a realizar que incluye: día y hora de llegada, órdenes de servicios, presupuesto para gastos. • Supervisar la unidad de transporte a utilizar. • Elabora informe al finalizar los itinerarios. • Controla periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad. • Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista. • Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos. • Asiste al turista en los primeros auxilios y coordina su ingreso a los centros hospitalarios. RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> - El guía es el responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros. 			
Elaboró	Revisó		Autorizó		

	GRANJA KILLA WASI	Fecha			
	Manual de Funciones	Página		De	
		Sustituye a			
		Página		De	
		Fecha			
NIVEL OPERATIVO : ING. AGRÓPECUARIO					
PERFIL Título: Ing. agropecuario Experiencia: 1 año Capacitación - Veterinaria y agricultura. - Cursos de Relaciones Humanas		COMPETENCIAS: <ul style="list-style-type: none"> • Aptitudes en el diseño de proyectos de producción, transformación y comercialización, gestión y organización que incrementen la competitividad de los actores agropecuarios. • Competencia para la adaptación y aplicación de tecnologías productivas y de gestión para los actores agropecuarios, con criterios de sostenibilidad, rentabilidad y equidad. • Habilidad para manejar adecuadamente la comunicación interpersonal y grupal. • Evaluar estudios y análisis de suelos, aguas y clima con fines agropecuarios, forestales y paisajísticos. 			
RELACIÓN FUNCIONAL Depende de: - Gerencia Coordina con: - Gerente - Técnico Agropecuario Supervisa a: Empleado agrícola		FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar a los trabajadores que laboran en la granja, con el objeto de dar cumplimiento a los programas de trabajo que se requieran para su buen funcionamiento. • Programar la producción, mantenimiento, conservación de las distintas especies de plantas de la granja. • Llevar el control de insumos, solicitando a la administración del campo oportunamente necesidades de la granja. • Llevar los registros de los animales en cuanto a número, especies y razas. • Prever y atender las necesidades de los animales en lo relativo a medicamentos, materiales, alimentación, equipos, etc. 			
		RESPONSABILIDADES: - El Ing. Agrónomo es el encargado de la correcta producción agrícola de la granja, de tal manera que se logre dotar de alimentos orgánicos para la correcta alimentación de los turistas y animales.			
Elaboró	Revisó		Autorizó		

	GRANJA KILLA WASI	Fecha			
		Página		De	
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página		De	
		Fecha			
NIVEL OPERATIVO: TÉCNICO AGROPECUARIO					
PERFIL Título: Bachiller agropecuario, Técnico. Experiencia: 1 año de experiencia Requisitos: - Capacitación y - Agricultura veterinaria. - Cursos de Relaciones Humanas		COMPETENCIAS: <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para desempeñar distintas funciones según exija la tarea o el momento. • Aptitudes en manejo de herramientas agropecuarias. • Habilidad para manejar adecuadamente la comunicación interpersonal y grupal. • Establecer buenas relaciones de comunicación con los clientes. 			
RELACIÓN FUNCIONAL Depende de: - Gerencia - Ing. Agropecuario Coordina con: - Ing. Agropecuario		FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none"> • Realizar labores específicas de siembra, deshierbe, aporque, cosecha y selección en los cultivos. • Habilitar tierra para diferentes cultivos. • Colaborar con la limpieza de los predios. • Efectuar el manejo sanitario de los animales que implica vacunar y vitaminizar. • Alimentar a los animales en los horarios establecidos. • Asear los diariamente los establos y corrales. 			
		RESPONSABILIDADES: - Colaborar con todas las actividades que el Ing. Agropecuario designe a cada trabajador para lograr las metas establecidas en producción agraria y pecuaria de la granja.			
Elaboró		Revisó		Autorizó	

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7. Análisis de impactos

Para el proyecto "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA", se ha programado aplicar una tabla de valoración de los impactos, siendo la siguiente:

Cuadro N° 116 Valoración de Impactos

Significado	Negativ o alto	Negativ o medio	Negativ o bajo	No hay impacto	Positiv o bajo	Positiv o medio	Positiv o alto
Puntaje	-3	-2	-1	0	1	2	3

Elaborado por: La Autora

Los impactos que sobresalen y están sujetos de análisis son: social, empresarial, Económico, salud y ambiental

La matriz está compuesta por su indicador con su respectiva valoración dependiendo de su nivel, luego se realiza la siguiente operación para obtener el resultado del nivel de impacto.

Sumatoria total

NIVEL DE IMPACTO= -----

Número de indicadores

Con esta tabla se procedió a aplicar en los siguientes impactos el puntaje de evaluación, siendo el siguiente:

7.1. Impacto social

Cuadro N° 117 Matriz impacto social

IMPACTO SOCIAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Capacitación en temas turísticos al talento humano						x		2
Atención personalizada al turista							x	3
Contacto con la naturaleza						x		2
Distracción y recreación							x	3
TOTAL								10

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,50 \quad \text{Alto positivo}$$

ANÁLISIS

La granja turística en estudio cuenta con seis hectáreas para la recreación del turista, siendo una ventaja comparativa por contar con espacios verdes alejados de la ciudad, donde el cliente puede interactuar en las actividades agropecuarias y deportivas para lo cual se contará con talento humano suficiente y capacitado en temas agropecuarios, recreacionales y turísticos para brindar una atención personalizada con calidad y calidez.

7.2. Impacto económico

Cuadro N° 118 Matriz de impacto económico

IMPACTO ECONÓMICO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Fuentes de trabajo							x	3
Precios servicios accesibles						x		2
Infraestructura adecuada							x	3
Clientes satisfechos						x		2
TOTAL								10

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,50 \quad \text{Alto positivo}$$

ANÁLISIS

El proyecto en estudio contará con dieciséis empleados y trabajadores que percibirán una remuneración en concordancia a las comisiones sectoriales decretadas por el Ministerio de Relaciones Laborales, los cuales les permitirá redistribuir a las familias y tener estabilidad económica, mediante la creación de fuentes de trabajo, además contará con una infraestructura adecuada que permitirá brindar un servicio de calidad a precios accesibles, logrando cumplir las expectativas del cliente y por ende su satisfacción.

7.3. Impacto turístico cultural

Cuadro N° 119 Matriz de impacto turístico - cultural

IMPACTO TURÍSTICO-CULTURAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
	Paseos campestres y recreación						x	
Identidad cultural del cantón							x	3
Acceso a lugares turísticos tradicionales							x	3
Concientización ambiental							x	3
TOTAL								11

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{11}{4} = 2,75 \quad \text{Alto positivo}$$

ANÁLISIS

La Granja Turística prestará un servicio diferente ya que el turista podrá participar en actividades agropecuarias y así intercambiar las costumbres y tradiciones de la región logrando de esta manera crear una conciencia de mantenimiento de la tradición y el cuidado del medio ambiente, siendo esta una ventaja competitiva; además contará con áreas deportivas como canchas de ecuavóley, fútbol y área de recreación como laguna artificial para la pesca, área de escalada, terapia del grito; y el turista podrá optar por un paseo campestre ya sea a caballo o en bicicleta a través de los paisajes naturales de la zona; asimismo la granja contará con una buseta para trasladar al cliente a los distintos lugares turísticos de la provincia.

7.4. Impacto ético

Cuadro N° 120 Matriz de impacto ético

IMPACTO ETICO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
	Legalización de documentos							x
Transparencia en información económica						x		2
Relaciones con el clientes sin discriminación							x	3
Correcta atención al cliente						x		2
TOTAL								10

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,50 \quad \text{Alto positivo}$$

ANÁLISIS

Para su normal funcionamiento la Granja Turística KILLAPAC WASI, tendrá legalizado todos los documentos requeridos como permisos de funcionamientos y la situación económica validada por los organismos regentes como el SRI, y Ministerio de Turismo. El servicio está dirigido a toda persona que guste interactuar en las actividades agropecuarias sin ningún tipo de discriminación en cuanto a raza, posición económica o con capacidades diferentes, es decir la atención será de calidad para todo visitante que acuda a la granja.

7.5. Impacto ambiental

Cuadro N° 121 Matriz de impacto ambiental

IMPACTO AMBIENTAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
	Utilización químicos sello verde							x
Reutilización de desechos orgánicos							x	3
Reforestación						x		2
Cuidado del suelo y del agua						x		2
TOTAL								10

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,50 \quad \text{Alto positivo}$$

ANÁLISIS

Es uno de los principales impactos porque fomenta e incentiva el cuidado de la flora y la fauna apta en la región, utilizando químicos de sello verde y una fertilización con humus elaborado de los desechos orgánicos de plantas y animales, logrando de esta manera la conservación de los nutrientes del suelo para los sembríos y reforestación aportando de manera positiva al cuidado del medio ambiente.

7.6. Impacto general

Cuadro N° 122 Matriz de impacto general

IMPACTO GENERAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
IMPACTO SOCIAL							x	3
IMPACTO ECONÓMICO						x		2
IMPACTO EDUCATIVO - CULTURAL						x		3
IMPACTO ETICO							x	3
IMPACTO AMBIENTAL						x		2
TOTAL								13

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{13}{5} = 2,60 \quad \text{Alto positivo}$$

CONCLUSIÓN:

Mediante el estudio de los impactos queda demostrado que el proyecto tiene un impacto general promedio ALTO POSITIVO, en todos sus aspectos, siendo factible poner en marcha el proyecto ya que prioritariamente contribuye al cuidado del ambiente

CONCLUSIONES

1. El turismo en el Ecuador se ha convertido en uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de la economía en el país, por cuanto se considera al turismo como fuente de ingreso para el sustento de muchas familias y empresas.
2. De acuerdo al estudio de mercado existe una sustancial demanda insatisfecha debido a que Antonio Ante es un Cantón turístico en cuanto gastronomía y el sector textil, convirtiéndose de esta manera en una Ciudad de paso, el proyecto pretende aprovechar en un rango del 3% al 4% la oportunidad de ofertar un servicio innovador de acuerdo a las necesidades, gustos y preferencias del cliente; es así que se prestará un servicio de hospedaje en un ambiente acogedor en contacto con la naturaleza.
3. La venta del servicio se realizará a través de paquetes turísticos, que incluye hospedaje, alimentación, actividades agropecuarias y recreativas a un precio competitivo de \$ 29,00 por persona. El valor del paquete se fijó tomando como referencia precios de servicios similares y la aplicación de presupuestos calculados de costos gastos que influyen en la producción del servicio.
4. Mediante el estudio técnico se estableció la ubicación óptima del proyecto, debido a la existencia de infraestructura básica de carreteras, servicios básicos, disponibilidad de mano de obra y cercanía a la ciudad; por otra parte se identificó los materiales, mobiliaria y tecnología adecuada que le permitirá captar una mayor afluencia de turistas.
5. El Proyecto en estudio es factible en todas su etapas, ya que en la evaluación financiera permite recuperar la inversión en el tiempo en

cuatro años un mes, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 31.11 % siendo superior a la Tasa de Rendimiento Medio que es del 18.66%, además tendrá Valor Actual neto (VAN) de \$ 74, 384.43, y el costo beneficio permite recuperar por cada dólar invertido un dólar más sesenta y un centavos.

6. El proyecto pretende ampliar la oferta turística en un lugar natural con características ecológicas y culturales que permita a los visitantes ampliar su visión de estadía en la ciudad y por ende incrementar la fuente de trabajo y desarrollo del Cantón Antonio Ante.

RECOMENDACIONES

1. Aprovechar las ventajas comparativas que posee la zona como los paisajes, cultura y turismo para convertirlas en ventajas competitivas a través de la ejecución del proyecto y así contribuir al desarrollo turístico del país.
2. Debido a que se pretende aprovechar en un rango del 5 al 7 % de la demanda insatisfecha, se recomienda poner en marcha las estrategias de marketing aplicando un adecuado control del cumplimiento de metas propuestas.
3. Se recomienda a futuro ampliar la visión de servicios complementarios, como por ejemplo, edificación para recepciones de actividades sociales, y ampliar las actividades recreativas.
4. Apoyo por parte del Municipio del Cantón Antonio Ante y la Cámara de Turismo para lograr la construcción y funcionamiento de la Granja Turística y un adecuado aprovechamiento de recursos para brindar un servicio eficiente y eficaz al turista.
5. Se recomienda la ejecución inmediata del proyecto porque se comprobó su factibilidad en todos los estudios realizados de mercado, técnico, financiero, organizacional y de impactos.
6. Se recomienda aprovechar las potencialidades turísticas del Cantón Antonio Ante como son: la Fábrica Imbabura, las diferentes Tolas, ferias textiles, gastronomía típica y llevar a cabo la ejecución del proyecto debido a que contribuiría al desarrollo turístico de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- ARTHUR, A; THOMPSON, J; STRICKLAND, J;. (2008). *Administración Estratégica*. Santa Fè - Colombia: Mc Graw - Hill.
- BACA URBINA, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw- Hill.
- BERASTAIN, L. (2006). *Aprender a crear una Empresa Turística*. Barcelona: Paidòs Ibèrica, S.A.
- BOYER, R. (2009). *Conceptos de Bioquímica*. México: International Thomson.
- BRAVO, M. (2009). *Contabilidad General*. Quito - Ecuador: Nuevo Día.
- CADAVID, J. (2008). *Biblioteca del Campo- Granja Integral Autosuficiente*. Bogotá Colombia: Disloque .
- CÓRDOBA, M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Eco Ediciones.
- DAFT, R; MARCIC, D;. (2010). *Teoría y Diseño Organizacional*. México: Thomson.
- DE MOYA, J; VALENCIA , F;. (2008). *La Finca Integrada: Manual Técnico del Promotor*. Ambato - Ecuador: Fundación Pastaza.
- DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL CANTÓN ANTONIO ANTE. (2011). *Atractivos Turísticos del Cantón Antonio Ante*.
- ENRIQUE, B; FINOWSKY, F; KRIEGER, M; VALLHONRAT, A;. (2011). *Comportamiento Organizacional*. Prentice Hall.
- FORRERO BARRERA, G. I. (2006). *Manual de la Granja Integral Autosuficiente*. Bogotá Colombia: Marcela Ramírez.

- FRED, R. D. (2006). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson.
- GÓMEZ MARTÍN, Belèn; LÓPEZ PALOMEQUE . (2007). *Regionalización Turística del Mundo*. España: Universidad de Barcelona.
- GUEVARA, A. A. (2012). *Marketing Turístico*. Colombia: Trillas.
- KOTLER, P & ARMSTRONG, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson educación S.A.
- LINARES, J. (2007). *Granja Integral Autosuficiente*. Corpozulia.
- MÉNDEZ MORALES , J. (2007). *La Economía en la Empresa*. México: MC Graw- Hill/ Interamericana.
- MUNDO PECUARIO. (2009). *Infraestructura Pecuaria*. Obtenido de <http://www.mundopecuario.com/>
- MURCIA, J. (2009). *Proyecto, Formulación y Criterios de Evaluación*. México: Alfoamega Grupo editorial S.A.
- NIETO, C. (2007). *El Modelo de finca como Base del Sustento de la Familia Rural*. Quito - Ecuador.
- ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). (2007). *Entender el Turismo: Glosario Básico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OSORIO, D; ROLDÁN, G;. (2009). *Manual de Construcciones Agropecuarias*. Bogotá - Colombia: Grupo Latino Ltda.
- OSORIO, Maribel; CASTILLO Marcelino. (2006). *Ensayos Teóricos-metodológicos del Turismo*. Madrid: UAEM.
- PRIETO, J. (2009). *Proyectos Enfoque Gerencial*. Bogotá: ECOE.

- QUESADA CASTRO, R. (2007). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a distancia .
- RAMIREZ, C. (2007). *Gestión Administrativa para Empresas Turísticas*. México: Trillas.
- REY, J. (2009). *Contabilidad General, Administración y Finanzas*. España: Ediciones Paraninfo.
- RINCÓN, Carlos Augusto; LASSO, Giovanny; PARRADO, Álvaro;. (2010). *Contabilidad Siglo XXI*. Colombia: Ediciones ECOE.
- SANCHEZ, P. (2008). *Contabilidad General*. México: Mc Graw- Hill/ Interamericana.
- SECTUR, S. D. (2012). *TURISMO DE NATURALEZA*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/work/models/csect/Resource/119/QueEsTurismoDeNaturaleza.pdf>
- STANTON; WILLIAM , J. (2007). *Funadamentos de Marketing*. Madrid: McGraw- Hill.
- TERRANOVA . (2006). *Enciclopedia Agropecuaria*. Bogotá- Colombia: Terranova.
- ZAPATA SÀNCHEZ, P. (2011). *Contabilidad General con base a las NIFF*. Bogotá - Colombia: Mc Graw- Hill Interamericana.

ANEXOS

Anexo Nº 1 Encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Antonio Ante

OBJETIVO:

Recopilar datos informativos que nos permita conocer la opinión de los turistas para la creación de una Granja Turística en el cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura.

DATOS GENERALES

Sexo:

Masculino

Femenino

• Nacionalidad:

• Edad:

18 – 28

29 – 39

40 – 65

más de 66

• Estado civil:

Soltero

Casado

Viudo

Divorciado

Unión Libre

• Ocupación:

Estudiante

Empleado Independiente

Empleado Dependiente

Desempleado

1. Para disfrutar de sus vacaciones ¿usted viaja desde su localidad a las distintas regiones del Ecuador?

Siempre

A veces

Nunca

2. **¿Con quién realiza sus viajes?**

Familia Amigos Pareja Solo

3. **¿Conoce las potencialidades Turísticas del Cantón Antonio Ante?**

Si No

4. **¿Alguna vez ha experimentado turismo agropecuario?**

Si No

5. **¿Le gustaría hospedarse en una Granja Turística en el cantón Antonio Ante que le ayude a liberarse de las tensiones cotidianas y estrés de la ciudad?:**

Si No

6. **¿Qué actividades agropecuarias le gustaría desempeñar?**

Cabalgatas	<input type="checkbox"/>
Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>
Camping	<input type="checkbox"/>
Escalada	<input type="checkbox"/>
Paseo en bicicleta	<input type="checkbox"/>
Participación en labores agrícolas	<input type="checkbox"/>
Participación en labores pecuarias	<input type="checkbox"/>
Recorrido hacia los atractivos naturales de la Provincia	<input type="checkbox"/>

7. **¿Cada qué tiempo visitaría la Granja Turística?**

Cada mes	<input type="checkbox"/>
Cada tres meses	<input type="checkbox"/>
Cada seis meses	<input type="checkbox"/>
Cada año	<input type="checkbox"/>

8. **¿Qué tipo de alimentación le gustaría que la Granja turística ofrezca**

Típica/ Tradicional Extranjera Otras

9. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría que se promocióne los servicios y productos que ofrecerá la Granja Turística?

Internet	<input type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>
TV	<input type="checkbox"/>	Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>
Operadoras Turísticas	<input type="checkbox"/>	Revistas	<input type="checkbox"/>
Periódicos	<input type="checkbox"/>	Vallas Publicitarias	<input type="checkbox"/>
Hojas Volantes	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

10. Al hospedarse en la Granja Turística ¿cuál sería su promedio de estancia?

1 – 2 3 – 5 más de 5

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona y por cada noche de estancia en la Granja Turística?

Menos de \$15,00	<input type="checkbox"/>	\$ 15,00 - \$25,00	<input type="checkbox"/>
\$25,00 – 30,00	<input type="checkbox"/>	\$ 30 en adelante	<input type="checkbox"/>

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN

Anexo Nº 2 Entrevista granjas turísticas

Entrevista aplicada a las granjas turísticas del Cantón Antonio Ante para recopilar información de las granjas turísticas comunitarias del Cantón Antonio Ante.

1. ¿Cómo es la organización de las actividades de la Granja Turística?

2. ¿Cuáles son las principales dificultades a las cuales se ha tenido que enfrentar para la creación de la granja?

3. ¿Qué extensión geográfica tiene la Granja Turística?

4. ¿Qué técnicas de cultivo utiliza?

5. ¿Usted contribuye con el cuidado del medio ambiente?

6. ¿Qué animales cría en la granja?

7. ¿Cuál es el paquete turístico que ofrecen a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la Granja?

8. ¿Qué tipo de alimentación ofrece al visitante?

9. ¿Qué capacidad de hospedaje posee la Granja Turística?

10. ¿Cuál es el promedio de estadía de los Turistas en la Granja?

11. ¿En qué actividades de Granja permite que los visitantes se involucren?

12. ¿Cuántos visitantes recibe la Granja al mes?

13. ¿Los productos tanto vegetales como cárnicos son comercializados o se los usa en la preparación de alimentos?

14. ¿Usted estima que los precios de los servicios y productos que ofrece la Granja son accesibles para el visitante?

15. ¿Usted cree que los ingresos que usted percibe por la prestación de servicios turísticos y venta de productos agrícolas son representativos?

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN

Anexo N° 3 Plano de la granja turística