



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

Estudio de Factibilidad para la Creación de un Complejo Turístico en la Comunidad de Chutan Bajo, Ciudad de San Gabriel –Cantón Montúfar –Provincia del Carchi.

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

AUTORA: ARTEAGA CHULDE EVELYN ROSALIA

DIRECTOR: Msc.CARLOS MERIZALDE

Ibarra, 15 de Diciembre de 2016

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada Evelyn Rosalía Arteaga Chulde ,para optar por el título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE CHUTAN BAJO, CIUDAD DE SAN GABRIEL-CANTÓN MONTÚFAR-PROVINCIA DEL CARCHI”**, Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra, diciembre 15 del 2016



Msc: Carlos Merizalde



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

Yo, Evelyn Rosalía Arteaga Chulde, con cedula de ciudadanía 0401885108, expreso 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 , como autora del Trabajo de Grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE CHUTAN BAJO, CIUDAD DE SAN GABRIEL-CANTÓN MONTÚFAR- PROVINCIA DEL CARCHI”**, que se ha desarrollado para optar por el título de **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**, 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. Suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, diciembre 15 del 2016

EVELYN ROSALÍA ARTEAGA CHULDE
C.I 0401885108



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
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 Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información.

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE CIUDADANIA:	0401885108
APELLIDOS Y NOMBRES:	Arteaga Chulde Evelyn Rosalía
DIRECCIÓN:	San Gabriel, Barrio Santa Rosa
EMAIL:	vearteagach@yahoo.es
TELÉFONO MOVIL:	0997323236
TELÉFONO FIJO:	2291-607

DATOS DE OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE CHUTAN BAJO, CIUDAD DE SAN GABRIEL - CANTON MONTÚFAR- PROVINCIA DEL CARCHI”.
AUTORA:	Arteaga Chulde Evelyn Rosalía

FECHA:	2016-12-15
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO X POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
DIRECTOR:	Msc.Carlos Merizalde


2. AUTORIZACIÓN DE USO DE LA OBRA

Arteaga Chulde Evelyn Rosalía; portadora de la cédula de ciudadanía N° 0401885108, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora Manifiesta que la obra es objeto de la presenta autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

LA AUTORA:

(Firma).....


Nombre: Arteaga Evelyn

C.C.0401885108

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación , tiene como objetivo principal implementar un Complejo Turístico que estará ubicado en la Comunidad de Chutan Bajo , Cantón Montufar , Provincia del Carchi .A través de la realización de un Diagnóstico Situacional , se pudo conocer las principales actividades que se realizan con la finalidad de mantener una economía local , la cual e genera básicamente por actividades como ;la agricultura , la ganadería y de igual manera la crianza de ganado menor que lo realizan las amas de casa. Con la finalidad de sustentar el tema turístico propuesto , se realizó una investigación bibliográfica en lo que se refiere a conceptos básicos que sean importantes para el desarrollo de los capítulos que sean pertinentes .Con el Estudio de mercado se logró determinar el comportamiento turístico local , de igual manera se realizó entrevistas al presidente de la Comunidad y de igual manera al Alcalde del Cantón Montufar con las cuales se logró obtener información que permita direccionar el proyecto.Cabe recalcar que se realizaron encuestas a los dueños de lugares semejantes al que se pretende implementar para determinar la manera en que se maneja este tipo de negocios .Una vez determinado estos aspectos se procedió a determinar el tipo de instalación física que se requerirá para prestar los servicios turísticos , en donde estará ubicado , cuál será la mano de obra a utilizarse , los materiales que sean necesarios para prestar un servicio de excelente calidad , de igual manera se desarrolló la estructura organizacional la cual permitirá definir funciones correctamente entre ocios y empleados .El Estudio Financiero permite determinar la factibilidad del proyecto .Por último el proyecto muestra los diferentes impactos que tendrá en los aspectos; social , cultural económico y ambiental , generando así una excelente oportunidad de implementar el Complejo Turístico en beneficio de la Comunidad.

EXECUTIVE SUMMARY

The present research Project has as its main purpose to implement a Touristic, which will be located in the Chutan Bajo community, Montúfar canton, Carchi province. Through the development of a situational diagnostic, it was possible to recognize the principal activities that are developed with the purpose of maintaining a local economy which is basically generated by activities such as, agriculture, stockbreeding as well as the breeding of small livestock that is developed by housewives. With the purpose of supporting the proposed touristic topic, a bibliographical investigation was developed referring to basic concepts that are important for the development of the chapters that are relevant. With the market study it was possible to determine the local touristic behavior. In the same way, the president of the community as well as the Major of the Canton Montúfar were interviewed, and this way it was possible to get information that allowed to run the project. It is worth mentioning that surveys were developed to the owners of similar places to the one that is hoped to be created. This was done in order to determine the way how these kinds of business are managed. Once these aspects were determined, It also was determined what kind of physical structures are going to be required in order to provide the touristic services, the location, workforce, materials needed that allow to provide a quality service as well as the organization which will allow to define correctly the roles between associates and employees. The financial study permits to determine the feasibility of the project. Finally, the project shows the different impacts that some aspects will have such as, social, cultural, economic and environmental generating this way an excellent opportunity to implement the touristic center in benefit of the community.

DEDICATORIA

A Dios , por las bendiciones que recibí y sigo recibiendo , por haberme concedido la dicha de nacer y contar con los mejores padres que existen a quienes quiero con todo mi corazón y por haberme dado la oportunidad de contar con una gran familia .

Dedico el presente proyecto a mis padres Raúl y Silvia, por todo su cariño, respeto, apoyo incondicional que me han brindado a través de toda mi trayectoria, de igual manera a mi hermano por su apoyo incondicional y por su confianza depositada en mí, a todas aquellas personas que me han impulsado para seguir adelante en mi vida, por sus palabras y mensajes de motivación que me han ayudado para seguir esforzándome cada día más por ser una mejor persona.

Por ultimo quiero agradecer a una persona que aunque ahora está en el cielo fue una de las personas que me motivo a seguir adelante con mis estudios y que es un angelito que ahora me acompaña y me cuida día tras día, Tío Hernando sé que estarás orgulloso y feliz de que de verme culminar mi carrera.

Evelyn Arteaga

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por haberme permitido culminar una etapa más de mi vida, gracias por cuidarme en todo el transcurso de mi carrera y por darme la fuerza para poder seguir adelante a pesar de muchos retos y obstáculos.

A mis padres y a mi hermano por brindarme todo el apoyo y fortaleza continua que día a día me motivaron para seguir adelante y alcanzar uno de mis sueños anhelados, gracias por su esfuerzo, por su sacrificio, su confianza y esperanza que pusieron en mí.

Gracias a todas aquellas personas que estuvieron en los momentos más difíciles de esta etapa, a mis amigos que con sus bromas supieron sacarme una sonrisa y darme fortaleza para no dejarme vencer y lograr seguir adelante con mis estudios, gracias a todas aquellas personas que me brindaron sus palabras, sus consejos para ser una mejor persona, de igual manera gracias a todos mis maestros los cuales compartieron sus conocimientos, sus buenas ideas para llegar a ser una excelente profesional.

Mil Gracias a Todos...

Evelyn Arteaga

PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad se lo realizó con la finalidad de conocer el nivel de aceptación sobre implementar un Complejo Turístico en la comunidad de Chutan Bajo, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi, con el fin de aprovechar las maravillas paisajistas con las que cuenta la comunidad.

Además el proyecto está encaminado a fortalecer el desarrollo local, a través de la cooperación del Cantón Montúfar, cabe recalcar que el proyecto permite el desarrollo económico y social de integrantes de la comunidad, así como también del Cantón Montúfar.

El documento está dividido en siete capítulos en donde se detallara cada etapa del mismo.

Se realizó un Diagnóstico situacional, con el fin de identificar el lugar en donde se pretende realizar el proyecto. Con esto se refiere a cuál es el origen, sus antecedentes históricos, la ubicación geográfica, el número de habitantes, los recursos con los que cuenta que pueden ser utilizados, y de igual manera las condiciones económicas y climáticas. Esta información se la podrá obtener a través de fuentes primarias; se realizó observación directa y de igual manera entrevistas o encuestas a los habitantes del sector.

En el segundo capítulo se elabora el sustento teórico con el desarrollo del marco teórico que respalde la propuesta presentada. Se realizó la descripción de todos los conceptos básicos que sean necesarios en lo que se refiere al turismo así como conceptos contables, financieros, administrativos a través de una investigación obtenida de fuentes secundarias para sustentar lo teórico.

En el tercer capítulo, se analiza cada una de sus variables. Esto permitirá determinar cuáles pueden ser las condiciones del complejo turístico, esto en lo que se refiere a localización, precios, servicios que preste. La obtención de la información se la

obtendrá y aplicar encuestas que estén dirigidas tanto a personas de la comunidad como a turistas que visiten el lugar. Esto se lo realiza con la finalidad de poder determinar la posible oferta y demanda del complejo que se pretende crear.

Para el estudio técnico se realiza un análisis con personas que conozcan sobre creación de complejos turísticos para poder determinar la ubicación que sea adecuada, el tamaño ideal, equipos y el financiamiento necesario para que cumpla con todas las necesidades y de igual manera para poder implementar el proyecto.

En el quinto capítulo se realiza la evaluación financiera y económica, y se detalla los aspectos necesarios para el normal funcionamiento de la empresa, como son: activos fijos, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos y gastos y el análisis financiero que determinará si la creación de la empresa en cuestión es factible de realización o no. Esto se efectúa con ayuda de la información recopilada y analizada que se haya obtenido en el estudio de mercado.

Para el sexto capítulo, se diseña la estructura organizacional que este de acorde con el proyecto que se pretende implementar, que este basada en valores y principios y que cumpla con todos los requisitos necesarios para que permitan el buen funcionamiento de la entidad.

Por último con los estudios anteriormente realizados, se logra determinar cuáles serían los posibles impactos en los ámbitos; económico, social, cultural. Educativo ambiental y ambiental que conllevaran la creación del complejo turístico en la comunidad.

JUSTIFICACIÓN

Realizar un estudio de factibilidad permite determinar la posibilidad de crear un complejo turístico en la comunidad de Chutan Alto –Cascada de Paluz localizada en el cantón Montúfar. La justificación responde a que este proyecto tiene valor teórico utilidad metodológica y además fomenta el desarrollo económico y social de la zona considerándose un proyecto viable.

De igual manera da lugar a la aplicación de los conocimientos que han sido adquiridos en las aulas de la Universidad Técnica del Norte en beneficio de la comunidad .Se obtuvo nuevos conocimientos con el trabajo de campo a realizarse al aplicar deferentes métodos y técnicas para realizar el estudio correspondiente. La finalidad corresponde a que se busca establecer un vínculo entre el estudiante y la colectividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas existentes y formar profesionales excelentes.

Es importante recalcar que el sector está ubicado en la zona rural y por lo mismo sus habitantes se han dedicado a la agricultura .A pesar de ser una actividad productiva, no ha permitidito generar suficientes recursos económicos que les permitan a sus habitantes llevar una vida digna. La implementación de un proyecto en lo que se refiere a turismo sería de trascendental importancia para la zona.

No solo permite que se promocionen los lugares turísticos, sino que también dará paso a que habitantes del sector contribuyan con sus conocimientos al desarrollo económico y social de la comunidad y que se generen nuevas fuentes de empleo para mejorar su calidad de vida. De igual manera contribuye a que los turistas tanto nacionales como extranjeros no abandonen la ciudad. Esto para que se logre reconocer las maravillas con las que cuenta la comunidad y de igual manera la Ciudad de San Gabriel considerada como patrimonio cultural

El presente proyecto sirve también como guía para estudiantes de nuestra misma carrera, ya que podrán basarse con todos los pasos metodológicos que se están realizando para la investigación.

Con todo lo anteriormente expuesto se puede decir que la creación de un Complejo Turístico en la Ciudad de San Gabriel constituirá una gran oportunidad de negocio. Lo que se busca es ser parte del entorno laboral y satisfacer las necesidades de los clientes en este caso los turistas, demostrando nuestra gran capacidad de trabajo considerándose un proyecto factible.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Complejo Turístico en la comunidad de Chutan Bajo, Ciudad de San Gabriel-Cantón Montúfar-Provincia del Carchi.

Objetivos Específicos

- Elaborar el marco teórico que sustente el estudio a través de la investigación bibliográfica y documental.
- Conocer el comportamiento de la oferta y demanda de la actividad turística en el Cantón Montúfar para poder determinar la oportunidad de inversión.
- Efectuar el estudio técnico con la finalidad de poder determinar la localización, el tamaño, procesos de los servicios, obras civiles, talento humano, requeridos para el funcionamiento del proyecto.
- Realizar el estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto.
- Diseñar una propuesta organizacional para el Complejo Turístico “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ”
- Determinar los principales impactos que generara la implementación de la pequeña empresa.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	I
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	II
CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	III
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	IV
RESUMEN EJECUTIVO	VI
EXECUTIVE SUMMARY	VII
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTO	IX
PRESENTACIÓN.....	X
JUSTIFICACIÓN	XII
OBJETIVOS DEL PROYECTO	XIV
ÍNDICE DE CONTENIDOS	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXIII
ÍNDICE DE IMÁGENES	XXIII
ÍNDICE DE TABLAS	XXIV
CAPÍTULO I	29
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	29
1.1. ANTECEDENTES	29
1.2. OBJETIVOS	30
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	30
1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	31
1.4. INDICADORES	31
1.4.1. Antecedentes Históricos.....	31
1.4.2. Ubicación geográfica	31
1.4.3. Aspectos Socio-demográficos.....	31
1.4.5. Aspectos turísticos	31

1.4.6. Aspectos Socio-Culturales	32
1.4.7. Situación Económica	32
1.4.8. Tecnología.....	32
1.4.9. Normativa legal.....	32
1.5. Matriz de Relación Diagnostica.....	33
1.5.1. DESARROLLO DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA.....	34
ANTECEDENTES HISTÓRICOS	34
UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	34
ASPECTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS	35
ASPECTOS TURÍSTICOS	36
ASPECTOS SOCIO CULTURALES.....	39
TECNOLOGÍA.....	43
NORMATIVA LEGAL	44
1.5. MECÁNICA OPERATIVA.....	49
1.6.1. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA	49
IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, Riesgos.	54
DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN	54
CAPÍTULO II	56
2. MARCO TEÓRICO.....	56
2.2. Turismo	56
2.4. Importancia del turismo	57
2.5. Estudio de mercado.....	57
2.7. Mercado meta.....	58
2.8. Demanda	58
2.9. Oferta	58
2.10. Demanda potencial.....	59
2.11. Producto	59
2.12. Plaza.....	59
2.13. Precio	60
2.14. Promoción.....	60

2.15.	Publicidad	60
2.16.	Estudio técnico.....	61
2.17.	Localización óptima del proyecto	61
2.18.	Ingeniería del proyecto.....	61
2.19.	Micro localización	62
2.20.	Macro localización.....	62
2.22.	Estudio financiero	63
2.24.	Valor actual neto	64
2.25.	Tasa interna de retorno.....	64
2.26.	Periodo de recuperación.....	65
2.27.	Relación Beneficio costo	65
2.28.	Punto de equilibrio	65
2.30.	Estructura Organizacional.....	66
2.31.	Misión	66
2.32.	Visión.....	67
CAPÍTULO III.....		68
3.	ESTUDIO DE MERCADO	68
3.1.	OBJETIVOS	68
3.1.1.	Objetivo General.....	68
3.1.2.	Objetivos Específicos.....	68
3.2.2.	Variables	70
	Demanda	70
	Oferta	70
	Precio	71
	Comercialización	71
3.3.	Población y muestra.....	71
3.3.1.	Población.....	71
3.3.2.	Muestra	72
3.3.3.	Fuentes de Información.....	73
3.4.	Presentación de la información	74

3.5. Resultados de la entrevista dirigida a propietarios de complejos turísticos similares a los propuestos en el presente proyecto.	88
3.6. Identificación del servicio	91
3.7. Mercado Meta	93
3.8. Análisis de la demanda	93
3.8.1. Identificación de la demanda actual.....	93
3.8.2. Calculo demanda actual	93
3.8.3. Demanda Proyectada	94
3.8.4. Análisis de la oferta	94
3.8.5. Identificación de la oferta actual	94
3.8.6. Oferta Proyectada.....	95
3.8.7. Demanda a satisfacer	95
3.8.8. Análisis de precios	96
3.9. CONCLUSIONES	100
CAPÍTULO IV.....	101
4. ESTUDIO TÉCNICO	101
4.1. Objetivos.....	101
4.1.1. Objetivo General.....	101
4.1.2. Objetivos Específicos.....	101
4.2. Estudio de localización.	102
4.3. Tamaño del proyecto.....	102
4.4. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	102
4.4.1. MACRO LOCALIZACIÓN	103
4.4.2. MICROLOCALIZACIÓN.....	105
4.3.4. FACTORES DETERMINANTES DE LA LOCALIZACIÓN	106
4.3.4.1. Costos y disponibilidad de terrenos	107
4.3.4.2. Proximidad y disponibilidad de los mercados y materias primas.	107
4.3.4.3. Disponibilidad de servicios básicos	108
4.3.4.4. Medios de transporte.....	108
4.3.4.5. Disponibilidad de mano de obra	108
4.3.4.6. Canales de distribución	109

4.3.4.7.	Factores ambientales	109
4.3.4.8.	Condiciones generales de vida en el sector	109
4.3.4.9.	Competencia	109
4.4.	Ingeniería del proyecto.....	110
4.4.1.	Proceso de producción	110
4.4.2.	Distribución de la planta	112
4.4.3.	Planos del proyecto	113
4.4.4.	Infraestructura Civil	114
4.5.	Valoración económica de las variables técnicas	114
4.5.1.	Requerimiento en equipos.....	114
4.5.2.	Requerimiento de muebles y enseres	115
4.5.3.	Requerimiento en equipos de oficina y computación	117
4.5.4.	Requerimiento de menaje y lencería para habitaciones y restaurant	117
4.5.5.	Equipo de cocina.....	118
4.6.	Resumen inversión fija.....	119
4.7.	Inversiones Diferidas	120
4.8.	Capital de Trabajo.....	120
4.9.	Inversión total	122
4.10.	Financiamiento del proyecto.....	122
CAPÍTULO V		123
5.	ESTUDIO FINANCIERO	123
5.1,	Objetivos	123
5.1.1.	Objetivo General.....	123
5.1.2.	Objetivos Específicos.....	123
5.1.	Ingresos	123
5.2.1.	Proyección de Ingresos	125
5.2.	Egresos.....	126
5.3.1.	Costos Operativos	126
5.3.2.	Gastos Administrativos.....	130
5.3.3.	Gastos de Ventas.....	131

5.3.4. Financiamiento.....	132
5.3.5. Calculo Depreciaciones.....	133
5.3.6. Amortización Diferidos	134
5.3.7. Resumen para Egresos	134
5.3. Estados Financieros	134
5.3.2. Estado de Resultados	135
5.3.3. Estado de Flujo de Efectivo	136
5.4. Evaluación Financiera.....	137
5.4.1. Determinación de Costo Capital y TRM.....	137
5.4.2. Valor Actual Neto	138
5.4.3. Tasa Interna de Retorno	138
5.4.4. Costo Beneficio.....	139
5.4.5. Punto de Equilibrio	139
5.4.6. Recuperación de la inversión	140
5.4.7. Resumen de la Evaluación Financiera	141
CAPÍTULO VI.....	142
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	142
6.1. Aspectos estratégica.....	142
6.1.1. Misión	142
6.1.2. Visión.....	142
6.1.3. Principios y valores.....	142
6.1.4. Políticas.....	145
6.2. Aspecto organizacional	145
6.2.1. Organigrama estructural.....	145
Alimentación.....	146
6.2.2. Organigrama funcional	146
6.3. Código de Ética COMPLEJO TURÍSTICO “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ”	151
6.4. Reglamento interno COMPLEJO TURÍSTICO “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ”	152
6.5. Aspecto legal de funcionamiento.....	152

6.5.1.	Constitución legal	152
6.5.2.	Inscripción de la Superintendencia de Compañías.....	153
6.5.3.	Registro en el Ministerio de Turismo	154
6.5.4.	Patente municipal.....	155
6.5.5.	Permiso de salud	155
6.5.6.	Permiso del Cuerpo de Bomberos.....	156
CAPÍTULO VII		156
7.	IMPACTOS	156
7.1.	Impactos.....	156
7.1.1.	Impacto económico.....	157
7.2.	Impacto social	158
7.3.	Impacto cultural	159
7.4.	Impacto educativo	161
7.5.	Impacto ambiental.....	162
7.6.	Evaluación de Impactos General.....	163
CONCLUSIONES		163
RECOMENDACIONES		164
BIBLIOGRAFÍA		165
ANEXOS		169
ANEXO 1		29
FICHA DE OBSERVACIÓN.....		29
ANEXO 2		30
GUIA ENTREVISTAS.....		30
ANEXO 3		32
GUIA ENCUESTA.....		32
ANEXO 4		35
CODIGO DE ÉTICA.....		35
ANEXO 5		45
REGLAMENTO INTERNO.....		45
ANEXO 6		53

TABLA DE AMORTIZACIÓN	53
ANEXO 7	55
FOTOGRAFIAS	55
ANEXO 8	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	68
Gráfico 2.....	69
Gráfico 3.....	70
Gráfico 4.....	71
Gráfico 5.....	72
Gráfico 6.....	73
Gráfico 7.....	74
Gráfico 8.....	75
Gráfico 9.....	76
Gráfico 10.....	77
Gráfico 11.....	78
Gráfico 12.....	79
Gráfico 13.....	80
Gráfico 14.....	82

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1.....	29
Imagen 2.....	30
Imagen 3.....	30
Imagen 4.....	31
Imagen 5.....	31
Imagen 6.....	32

Imagen 7.....	32
Imagen 8.....	34
Imagen 9.....	35
Imagen 10.....	35
Imagen 11.....	36
Imagen 12.....	36
Imagen 13.....	38
Imagen 14.....	55
Imagen 15.....	91
Imagen 16.....	92
Imagen 17.....	98
Imagen 18.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Relación Diagnóstica.....	33
Tabla 2. Plantas Medicinales.....	40
Tabla 3. Matriz AOOR.....	54
Tabla 4. Matriz Estudio de Mercado.....	69
Tabla 5. Tabulación visitas cantón Montúfar.....	74
Tabla 6. Preferencia viajes.....	75
Tabla 7. Canton con mayor visitas.....	76
Tabla 8. Complejos Turísticos.....	77

Tabla 9. Calificación servicios turísticos.....	78
Tabla 10. Inversión actividad turística.....	79
Tabla 11. Tipo de turismo.....	80
Tabla 12. Conocimiento de la comunidad.....	81
Tabla 13. Disposición visitas.....	82
Tabla 14. Servicios adicionales.....	83
Tabla 15. Gastronomía	84
Tabla 16. Precios.....	85
Tabla 17. Precios Hospedaje.....	86
Tabla 18. Medios de Comunicación.....	87
Tabla 19. Demanda Actual.....	93
Tabla 20. Demanda proyectada.....	94
Tabla 21. Capacidad Instalada.....	95
Tabla 22. Oferta proyectada.....	95
Tabla 23. Demanda a satisfacer.....	95
Tabla 24. Análisis de precios.....	96
Tabla 25. Flujo grama atención al cliente	110
Tabla 26. Flujo grama servicio de alimentación.....	111
Tabla 27. Flujo grama servicio de piscina.....	111
Tabla 28. Flujo grama de servicio de hospedaje.....	112
Tabla 29. Distribución de la planta.....	112
Tabla 30. Infraestructura civil.....	114
Tabla 31. Inversión en obra física.....	114

Tabla 32.Requerimiento equipo de computación.....	115
Tabla 33.Requerimiento muebles y enseres.....	115
Tabla 34.Muebles y enseres dormitorio.....	116
Tabla 35.Muebles y enseres recreación.....	116
Tabla 36.Muebles y enseres administración.....	116
Tabla 37.Requerimiento equipo de oficina.....	117
Tabla 38.Menaje y lencería.....	118
Tabla 39.Equipo de cocina.....	118
Tabla 40.Resumen Inversión Fija.....	119
Tabla 41.Inversión diferida.....	120
Tabla 42.Sueldos Administrativos.....	121
Tabla 43.Capital de Trabajo.....	121
Tabla 44.Inversión Total.....	122
Tabla 45.Financiamiento del proyecto.....	124
Tabla 46.Balance de arranque.....	124
Tabla 47.Flujo turístico.....	124
Tabla 48.Flujo turístico alimentación.....	125
Tabla 49.Ingresos por los servicios.....	125
Tabla 50.Ingresos Consolidados.....	126
Tabla 51.Costos por comida rápida.....	127
Tabla 52.Sueldo unificado mensual.....	128
Tabla 53.Proyección mano de obra directa.....	128

Tabla 54.Servicios básicos	128
Tabla 55.Consumo de gas.....	129
Tabla 56.Mantenimiento de equipo.....	129
Tabla 57.Costos operativos.....	129
Tabla 58.Sueldos Administrativos.....	130
Tabla 59.Proyeccion sueldo anual.....	130
Tabla 60.Comunicación.....	130
Tabla 61.Utiles de oficina.....	131
Tabla 62.Gastos administrativos.....	131
Tabla 63.Publicidad.....	132
Tabla 64.Tabla de amortización.....	133
Tabla 65.Gasto Interés.....	133
Tabla 66.Depreciación.....	134
Tabla 67.Amortización.....	134
Tabla 68.Resumen de egresos.....	134
Tabla 69.Estado de Situación financiera.....	135
Tabla 71.Estado de resultados.....	136
Tabla 72.Flujo de efectivo.....	138
Tabla 73.Costo capital y TRM.....	138
Tabla 74.Valor Actual Neto.....	138
Tabla 75.TIR.....	138
Tabla 76.Costo Beneficio.....	139
Tabla 77.Ponderación.....	139

Tabla 78.Margen de contribución.....	139
Tabla 79.Punto de Equilibrio.....	140
Tabla 80.Recuperación de la inversión.....	140
Tabla 81.Resumen evaluación financiera.....	141
Tabla 82.Valoración Impactos.....	158
Tabla 83.Impacto Económico.....	159
Tabla 84.Impacto Social.....	160
Tabla 85.Impacto Cultural.....	161
Tabla 86.Impacto Educativo.....	162
Tabla 87.Impacto Ambiental.....	163
Tabla 88.Resumen evaluación de Impactos.....	166

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El Diagnóstico situacional se lo realizó visitando la comunidad y sus alrededores , con la finalidad de dar constancia de los atractivos turísticos con los que cuenta la comunidad , cabe recalcar que se realizaron entrevistas con autoridades de la comunidad para conocer qué es lo que piensan sobre la implementación de un nuevo proyecto turístico , además se pudo observar todo lo que se refiere a servicios básicos con los que cuenta la comunidad y poder obtener información que ayude con el desarrollo del proyecto turístico.

El atractivo turístico principal con el que cuenta la comunidad y con la que más se identifica es la denominada Cascada de Paluz que está ubicada a tan solo 4km de la Ciudad de San Gabriel. La cascada de Paluz tiene aproximadamente 35 mts de caída de agua que está formada del rio que mantiene el mismo nombre.

Es importante mencionar que por su belleza natural ha servido a muchas personas como inspiración, pintores, músicos entre los que podemos mencionar.

Es importante resaltar que el lugar no cuenta con servicios de turismo que permitan a los turistas conocer todas las bellezas naturales con las que cuenta .Por tal motivo los turistas no pueden quedarse en el lugar y realizar actividades turísticas que ellos desean.

En definitiva, si no se da solución a esta problemática en un futuro, la comunidad de Chutan Bajo no podrá tener un adecuado para sus habitantes y deberá enfrentarse a varios problemas tanto económicos como sociales.

Considerando los antecedentes ya mencionados y de igual manera tomando en cuenta los recursos naturales no aprovechados para el desarrollo de turismo ecológico y agropecuario , en este caso a la Cascada de Paluz ,se llega la necesidad de realizar una investigación con la finalidad de conocer la factibilidad sobre la creación de un complejo turístico con características únicas en la zona con el objetivo principal de brindar al turista nacional y extranjero diversas maneras de estar cerca de la naturaleza.

1.2.OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

- Realizar un Diagnóstico Situacional con la finalidad de caracterizar los sitios de interés turístico de la Comunidad de Chutan Bajo y determinar las Amenazas, Oportunidades, Oponentes y Riesgos, de la Creación de un Complejo Turístico.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar los aspectos históricos de la comunidad de Chutan Bajo.
- Determinar los aspectos geográficos del área de investigación.
- Realizar un análisis Socio – económico de Chutan Bajo.
- Determinar los sitios de interés turístico, costumbres y tradiciones de la Comunidad de Chutan Bajo.
- Identificar los aspectos Tecnológicos disponibles en el entorno de la comunidad de Chutan Bajo.
- Identificar el marco legal, local y nacional que sea favorable al presente emprendimiento.

1.3.VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- a) Antecedentes Históricos
- b) Ubicación Geográfico
- c) Aspectos Socio –Demográficos
- d) Aspectos turísticos
- e) Aspectos culturales
- f) Situación económica
- g) Tecnología
- h) Normativa legal

1.4.INDICADORES

1.4.1. Antecedentes Históricos

- Reseña histórica

1.4.2. Ubicación geográfica

- Ubicación
- Límites
- Superficie
- Altitud y clima

1.4.3. Aspectos Socio-demográficos

- Vivienda
- Organización
- Transporte

1.4.5. Aspectos turísticos

- Atractivos turísticos naturales caracterizados
- Atractivos turísticos culturales caracterizados
- Flora
- Fauna

1.4.6. Aspectos Socio-Culturales

- Comida típica
- Remedios naturales
- Tradiciones y Costumbres

1.4.7. Situación Económica

- Tipos de actividades económicas
- Empleo
- Generación de ingresos

1.4.8. Tecnología

- Comunicaciones

1.4.9. Normativa legal

- Plan Nacional de Buen Vivir
- Ley de Gestión Ambiental
- Ley de turismo
- Reglamentación de actividades turísticas.

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica.

TABLA N°1
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE
Determinar los antecedentes históricos de la comunidad de Chutan Bajo.	Antecedentes Históricos	Reseña Histórica	Investigación	GAD Cantón Montúfar
Determinar los aspectos geográficos del área de investigación	Ubicación Geográfica	Ubicación	Investigación	Datos Bibliográficos
		Limites	Investigación	Datos Bibliográficos
		Superficie	Investigación	Datos Bibliográficos
		Altitud y clima	Investigación	Datos Bibliográficos
Establecer los aspectos socio-demográficos del área de estudio.	Aspectos Socio-Demográficos	Vivienda	observación	Comunidad de Chutan Bajo
		Organización	observación	Comunidad de Chutan Bajo
		Transporte	observación	Comunidad de Chutan Bajo
Identificar los recursos turísticos con los que cuenta la Comunidad de Chutan Bajo	Aspectos Turísticos	Atractivos turísticos Naturales Caracterizados	Investigación	GAD Cantón Montúfar
		Atractivos Turísticos Culturales Caracterizados	Investigación	GAD Cantón Montúfar
		Flora	Investigación	GAD Cantón Montúfar
		Fauna	Investigación	GAD Cantón Montúfar
Conocer los aspectos culturales de la Comunidad	Aspectos Socio – Culturales	Comida Típica	Entrevista	Presidente de la Comunidad
		Remedios naturales	Entrevista	Presidente de la Comunidad
		Tradiciones	Entrevista	Presidente de la Comunidad
		Costumbres	Entrevista	Presidente de la Comunidad
Identificar la situación económica de la comunidad	Situación Económica	Tipos de Actividades Económicas	observación	Habitantes de la comunidad
		Empleo	observación	Turistas del lugar
		Generación de Ingresos	observación	Habitantes de la comunidad
Evaluar el aspecto tecnológico con el que cuenta la comunidad	Tecnología	Comunicaciones	Entrevista	Habitantes de la comunidad
Establecer la normativa legal vigente con relación al proyecto	Normativa Legal	Plan del Buen Vivir	Investigación	GAD Cantón Montúfar
		Ley de Gestión Ambiental	Investigación	GAD Cantón Montúfar
		Ley de Turismo	Investigación	Ministerio del Turismo
		Reglamentación de Actividades Turísticas	Investigación	Ministerio del Turismo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.5.1. DESARROLLO DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Reseña Histórica

Se puede decir que desde el año mil ochocientos cuarenta, se formó un grupo minúsculo de familias, en donde se fundó Chutan, después de un siglo específicamente en 1936 es cuando existe la desmembración en Chutan bajo y Alto, convirtiéndose en una comuna jurídica desde 1940, llamándose CHUTAN BAJO denominación realizada por el Prof. Pedro Luna, en esa época ya se sentía la integridad colectiva de la personas de ese entonces en tratar de convivir mejor. Desde esos tiempos ya se hablaba y se las reconoce a sus lugares como Tierras Blancas, Carrizal, Buena Vista,, el Falso Ramos, Puchimbu, la Aguada, todos estos sectores parte de nuestra comunidad de Chutan Bajo que hasta la actualidad se conserva dichos nombres que inmediatamente al escuchar el nombre nos ubicamos donde es el lugar en mención.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Ubicación

La comunidad de Chutan Bajo se encuentra ubicada al norte del Ecuador, en la provincia del Carchi cantón Montúfar.

Limites

Sus límites:

Al Norte con la comunidad de Tanguis y Chutan Alto, al sur con la comunidad de la Delicia. Al este con la ciudad de san Gabriel, y al oeste con el cantón Espejo.

Superficie

Su extensión es de aproximadamente 20 Kilómetros cuadrados en el que viven alrededor de 800 personas.

Altitud y Clima

La Comunidad de Chutan Bajo se encuentra ubicada en el sector rural a una altura de 3000 sobre el nivel del mar, además cuenta con clima frío, como temperatura promedio de 10 grados centígrados.

ASPECTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

Vivienda

A través de la visita a la Comunidad se observó que las viviendas en su mayoría son construcciones antiguas, dando a la comunidad un mayor valor debido a que tienen valor turístico por sus fachadas.

Organización

La comunidad de Chutan Bajo fue declarada comuna jurídica, actualmente se encuentra dividida en sectores como lo son: La Aguada, el Falso, La Unión, El Centro, Paluz y la Y. Además administrativamente se encuentran instituciones jurídicas como el cabildo, La Junta de Aguas, Club 1 de mayo y cabe resaltar una organización que año tras año ha venido llevando adelante las festividades del patrono San Juan Bautista que es el Comité Pro fiestas de la misma comunidad.

Transporte

Actualmente la comunidad cuenta con servicios de transporte para poder llegar a la comunidad, la empresa de transporte denominada “URBAMINGUEROS” presta los servicios antes mencionados, teniendo así mayor facilidad de ingreso a la comunidad.

ASPECTOS TURÍSTICOS

Atractivos Turísticos Naturales Caracterizados



Imagen N°1. Cascada de Paluz. La Cascada de Paluz está ubicada a 4 Km. de la ciudad de San Gabriel. Tiene aproximadamente 35 mts de caída de agua formada del río del mismo nombre. La temperatura del agua es de 8°C. La cascada está ubicada en una pendiente moderada a los dos lados, rodeada por vegetación herbácea, arbustiva, plantas leñosas y árboles. El tipo de clima es ecuatorial mesodérmico semihúmedo.

La caída de sus aguas nace en los grandes humedales del páramo y formando pequeños riachuelos que confluyen en el río San Gabriel, en su trayecto las aguas se precipitan presurosas, impactándose en las formaciones rocosas que producen una tenue llovizna que genera frescura y encanto al visitante. La cascada presenta un geomorfología de relieve escarpado en los cuales se encuentra suelos inceptisoles que son derivados de materiales piroclásticos, alofálicos y franco arenosos, tienen una gran capacidad de retención de agua y a la vez presentan un horizonte amarillo de gran espesor.

Por encontrarse en una hondonada, su entorno encierra un paisaje interesante y se lo aprecia desde la parte alta donde se inicia el sendero que conduce hasta la cascada. La cascada forma un vado de 13m de ancho por 10m de largo. Ha servido de inspiración para poetas, pintores, músicos por su remanso y belleza.

En los últimos tiempos se ha presentado gran cantidad de visitas tanto de turistas nacionales como internacionales, debido a su gran belleza en lo que concierne a la cascada y a su naturaleza.

Atractivos Turísticos Culturales Caracterizados



Imagen N°2. Flores. Las flores que se pueden encontrar cerca de la cascada de Paluz tienen gran diversidad de especie y de igual manera de colores, un aspecto muy importante debido a que se puede apreciar las maravillas de la naturaleza.



Imagen N°3. Orquídeas Silvestres. Las orquídeas silvestres son una de las principales flores por las cuales se caracteriza la cascada de paluz, son hermosas flores en diferentes formas y gamas de colores lo que hace llamativo para el turista.



Imagen N°4. Fauna. Colibríes, quilicos, tórtolas, entre otras son las aves que se puede encontrar en la cascada de Paluz, siendo las antes mencionadas las más principales, sin embargo es importante señalar que existe gran cantidad de hermosos animales.



Imagen N°5. Pavas de Campo. Las especies que se observó en los alrededores de la cascada son: colibríes, lechuzas, tórtolas, jilgueros, pavas de monte, patos silvestres, que contribuyen a hacerla aún más hermosa.

Especies Simbólicas Las especies simbólicas se caracterizan por tangaras, colibríes, lechuzas, tórtolas, mirlos y quilicos.

ASPECTOS SOCIO CULTURALES

Comida típica



Imagen N°6. Cuyes Asados. El cuy asado es uno de los platos típicos más reconocidos en la provincia del Carchi y de igual manera en la comunidad, es de un rico sabor y será uno de los platos típicos que se ofrezcan en el lugar.



Imagen N°7. El caldo de Gallina “Runa”, los cuyes asados, los choclos con queso, la miel con cuajada son algunos de los platos típicos con los que cuenta la comunidad, su gastronomía comprende varios platos de comida lo principal que los identifica es que son productos naturales los que se utilizan para la elaboración y se producen en la comunidad.

Remedios naturales

TABLA N°2
PLANTAS MEDICINALES DE CURACIONES ANCESTRALES

NOMBRE COMÚN	NOMBRE COMÚN	NOMBRE COMÚN
Rama negra	Escancel	Remolacha forrajera
Jengibre	Eucalipto	Papaya
Ajenjo	Hierba buena	Paico
Ajo	Hierba de gallinazo	Napan
Alcachofa	Hierba mora	Matico
Alfalfa	Llantén de jardín	Marco
Amapola	Zanahoria amarilla	Manzanilla
zapallo	Uvilla	Majúa
Caléndula	Tipo	Llantén silvestre
Capulí	Tilo o sauce blanco	Llantén rastrero
Taraxaco	Orégano	Nieve
Chilca blanca	Sábila	Chulquillo
Diablo fuerte	Ruda	Rosas blancas

Fuente: Cartilla “Cultura de los pastos”

Elaborado por: Autora

La comunidad de Chutan Bajo es muy conocida debido a que se realizan actividades de curación con remedios naturales y ancestrales, existen personas dedicadas a realizar estas curaciones y por tal motivo existe gran cantidad de visitas de personas interesadas en estos remedios naturales.

Existen curaciones ancestrales tanto para personas como para animales, actualmente existen dos personas pertenecientes a la comunidad que realizan estas actividades, la Sra. Rosa Cuaspud y el Maestro Ángel Luis Guerrero Tirira médicos tradicionales de la comunidad.

Costumbres y Tradiciones

En la Comunidad de Chutan Bajo se pretende fomentar actividades orientadas a conservar el patrimonio cultural y memoria social en el campo de la interculturalidad y diversidad de la jurisdicción y con ello se busca rescatar la cultura y el Patrimonio Intangible, con la intervención de fuerzas vivas, grupos culturales, deportivos, sociales, del sector, con lo cual se busca promover el desarrollo económico local, como una de las

alternativas para apoyar a la economía local y solidaria, a través de la promoción de la cultura y el turismo como uno de los ejes de desarrollo del Cantón Montúfar.



Imagen N°8. Fiestas Patronales. Con la finalidad de seguir fortaleciendo y mantener las costumbres de la Comunidad cada 8 de Junio se celebran las fiestas en Honor al patrono de la Comunidad “SAN JUAN BAUTISTA”, toda la comunidad se organiza y existen diferentes eventos realizados por sacerdotes, devotos de la comunidad como del cantón y la provincia.

Baile de San Juanes



Imagen N°9. Baile de San Juanes. Baile tradicional de la comunidad, es una tradición que se conserva desde hace años a la cual acuden turistas tanto nacionales como locales.

SITUACIÓN ECONÓMICA

Tipos de Actividades Económicas

Para los habitantes de la comunidad de Chutan Bajo las principales actividades económicas de las cuales obtienen ingresos son las siguientes:



Imagen N°10. Cultivo de papas. En lo que se refiere a la agricultura la mayoría de las personas realizan esta actividad debido a que la zona cuenta con un clima necesario para cultivar diferentes productos y es considerada por los habitantes como la principal actividad económica de la cual ellos obtienen ingresos para el diario vivir.

Ganadería



Imagen 11. Ganadería. Algunos habitantes de la comunidad de Chutan Bajo realizan esta actividad, el clima es apropiado para la misma y el principal producto que se obtiene es la leche que los pequeños productores entregan a fábricas de productos derivados como Alpina.

Crianza de animales menores



Imagen 12. Crianza de cuyes. La crianza de cerdos, gallinas, cuyes, conejos, entre otros es otra de las actividades a las que se dedican los Habitantes de la Comunidad, esto les permite generar dinero a aquellas personas que no cuentan con un sueldo fijo.

Comercio

Los habitantes de la comunidad se dedican a otras actividades como el comercio, esta actividad en su mayoría la realizan en la misma comunidad o caso contrario se acude a las diferentes ferias de la ciudad para comercializar los diferentes productos y animales que consideren ser comercializados.

Empleo

En la actualidad la mayoría de los habitantes de la comunidad no cuentan con un trabajo seguro m motivo por el cual han tenido que abandonar la comunidad o caso contrario buscar un trabajo que es solamente ocasional.

Generación de Ingresos

La generación de ingresos que la comunidad tiene en su gran mayoría es debido a que en fechas especiales realizan muchas actividades para poder obtener dinero que beneficie al desarrollo de la comunidad.

TECNOLOGÍA

Comunicaciones

La comunidad de Chutan Bajo cuenta con los principales servicios de comunicación como son:

- Teléfono
- Internet
- Televisión por cable



Imagen 13. Comunicaciones. La comunidad actualmente cuenta con servicios de teléfono, internet, cable para poder comunicarse.

NORMATIVA LEGAL

Plan Nacional del Buen Vivir

Es un programa que representa una postura política muy definida y constituye la guía de gobierno que el país aspira tener y aplicar en los próximos cuatro años.

Manifiesta:

La estrategia de acumulación de riqueza mediante actividades productivas sustentables requiere que la transformación de la matriz productiva se enmarque en un contexto de respeto a los derechos de la naturaleza y de justicia intergeneracional. Si bien la acumulación de la riqueza, en primera instancia, va a depender de procesos extractivos, la estrategia busca que el impulso de nuevas industrias no contaminantes y la diversificación de las exportaciones basadas en productos y servicios ecológicos, disminuyan significativamente la presión sobre el medio ambiente a largo plazo.

La creación de nuevos proyectos turísticos, deberá enmarcarse en un concepto de respeto por la naturaleza, de igual manera se deberá concientizar sobre la utilización de recursos naturales utilizados para la generación de ingresos económicos.

LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL

Establece los principios y directrices de política ambiental, determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores públicos y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en la materia.

Comprende:

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

Permitirá que únicamente se usen tecnologías que no causen daño al medio ambiente, en el presente proyecto se podrá realizar con ayuda de los habitantes de la comunidad permitiendo así un desarrollo ambiental sustentable

Art. 20.- Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo.

Art. 21.- Los sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base; evaluación del impacto ambiental; evaluación de riesgos; planes de manejo; planes de manejo de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación; auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos, el Ministerio del ramo podrá otorgar o negar la licencia correspondiente.

Art. 22.- Los sistemas de manejo ambiental en los contratos que requieran estudios de impacto ambiental y en las actividades para las que se hubiere otorgado licencia ambiental, podrán ser evaluados en cualquier momento, a solicitud del Ministerio del ramo o de las personas afectadas.

Art. 31.- El Sistema Descentralizado de Gestión Ambiental, a través de los medios de difusión de que dispone el Estado proporcionará a la sociedad los lineamientos y orientaciones sobre el manejo y protección del medio ambiente y de los recursos naturales.

Se debe conocer a fondo los reglamentos o lineamientos en lo que se refiere a protección de áreas naturales, aspecto muy importante debido a que se debe dar un adecuado manejo y protección al medio ambiente, aprovechando los recursos necesarios para que en un futuro las nuevas generaciones puedan aprovecharlos manteniendo así el concepto de desarrollo sustentable.

LEY DE TURISMO

Determina el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, las potestades del estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y los usuarios.

Establece:

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

El turismo es una de las principales actividades que generan recursos a una determinada comunidad o ciudad, por lo tanto deberá realizar de manera legal y de igual manera corresponderá a las autoridades vigilar el cumplimiento de leyes y normativas y sobretodo el funcionamiento de la misma actividad.

REGLAMENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Comprende la clasificación de los diferentes alojamientos turísticos, así como también sus obligaciones y derechos.

Art. 182.- Campañas promocionales.- El Ministerio de Turismo tendrá a su cargo la realización de campañas promocionales nacionales e internacionales, tendientes a alcanzar la creación de la verdadera imagen turística del Ecuador a nivel nacional e internacional, a fomentar el turismo receptivo, el turismo interno y el turismo social, a diversificar la oferta y propender a la integración nacional.

La realización de estas campañas de promoción deberá estar basada en lo dispuesto en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y en las políticas y lineamientos que el Ministerio de Turismo establezca periódicamente.

Estas campañas a nivel internacional, y nacional se las ejecutará en los principales mercados emisores del mundo y mercados nacionales, sin lesionar la dignidad nacional ni alterar o falsear los hechos históricos o las manifestaciones de la cultura e idiosincrasia nacionales e informar con veracidad sobre los recursos y servicios turísticos que se

ofrezcan. El Ministerio de Turismo dictará normas generales, para la planificación y la orientación de las actividades de promoción turística.

Art. 186.- Colaboración del Ministerio de Turismo.- El Ministerio de Turismo podrá colaborar en la organización, supervisión, coordinación y calificación de espectáculos, congresos, excursiones, audiciones, representaciones y otros eventos tradicionales y folclóricos para atracción turística que se celebren en el país, sin perjuicio de sus facultades legales.

Art. 193.- Centros de formación turística.- El Ministerio de Turismo, en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura, las universidades y los demás institutos de educación superior y técnica, determinará a nivel nacional las necesidades de formación y capacitación del personal requerido en la actividad turística y autorizará el funcionamiento de los centros de formación y promoción turística a nivel medio que no se hallen sujetos a las normas de la Ley de Educación Superior, y aprobará los correspondientes programas de estudio.

Art. 194.- Labores de capacitación.- El Ministerio de Turismo, para el cumplimiento de sus fines podrá dictar cursos, seminarios, conferencias, o propiciar cualquier evento técnico, para lo cual podrá contratar o invitar a profesionales y técnicos nacionales o extranjeros, de reconocida solvencia.

Art. 195.- Asesoría profesional y técnica.- El Ministerio de Turismo, brindará asesoría profesional y técnica a las empresas turísticas y otras instituciones que lo soliciten, para lo cual fijará la tarifa que cobrará por estos servicios.

Permitirá obtener mayor información en lo que se refiere capacitación turística, así como también en lo que se refiere a campañas o promociones publicitarias, siendo esto un factor de relevancia que permitirá dar un mejor servicio al turista y lograr que se conozcan a nivel nacional e internacional los atractivos turísticos con los que cuenta la comunidad.

1.5. MECÁNICA OPERATIVA

Para el desarrollo del Diagnóstico se utilizó el siguiente procedimiento

Para la obtención de la información primaria se aplicó las siguientes técnicas.

- Entrevista al Presidente de la Comunidad de Chutan Bajo, Nelson Chulde.
- Entrevista: al alcalde del Cantón Montúfar, Dr. Juan Acosta
- Observación directa: Se realizó una visita a la Cascada de Paluz y de igual manera a los diferentes lugares turísticos con los que cuenta el cantón Montúfar. Para comprobar el potencial turístico.

En el caso de la información secundaria se utilizó: libros, documentos especializados, Internet.

1.6.1. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
DATOS TÉCNICOS**

La presente entrevista se la realizó al Dr. Juan Acosta, en calidad de Alcalde del Cantón Montúfar, las preguntas fueron previamente establecidas y cuyas respuestas son las siguientes:

Entrevista dirigida a: Sr Juan Acosta “**ALCALDE DEL CANTON MONTÚFAR**”

Fecha: Lunes, 02 Mayo del 2016

Hora de inicio: 15:00

Hora Fin: 16:00

1.- ¿Cómo cree usted que se ha desarrollado el turismo en el Cantón Montúfar?

El turismo en el cantón Montúfar año tras año ha tenido un buen desarrollo, debido que cuenta con varios lugares turísticos, sin embargo en su mayoría no han sido aprovechadas pero con ayuda de personas interesadas y conecedoras del área se han venido dando nuevos proyectos turísticos en beneficio de la sociedad.

Análisis: El Cantón cuenta con diferentes atractivos turísticos, sin embargo no se ha dado la debida importancia a los mismos y no han sido aprovechados de la mejor manera.

2.- ¿Está consciente de los beneficios que conlleva el apropiado desarrollo del turismo?

Los principales beneficios que se consideran es que el turismo genera ingresos económicos para el desarrollo de la ciudad y de igual manera que se logra promocionar los atractivos turísticos con los que cuenta Montúfar.

Análisis: el turismo es considerado como principal fuente de ingresos, permitiendo así un desarrollo continuo del Cantón.

3.- ¿Cuál es el apoyo de su gestión en lo que se refiere a turismo?

Se ha brindado financiamiento para nuevos proyectos turísticos y ayuda en lo que se refiere a capacitación para aquellos emprendedores, cabe recalcar que en las ayudas son limitadas debido a la crisis que enfrenta el país actualmente.

Análisis: La falta de recursos financieros podría ser un obstáculo para desarrollar el presente proyecto.

4. ¿En los últimos años ha existido desarrollo de proyectos turísticos en el Cantón Montúfar?

Han existido desarrollo de nuevos proyectos , cabe mencionar el ultimo realizado el año anterior en donde se dio el proyecto de creación de la casa del turista en la Comunidad de Chutan Bajo que fue una idea aportada por habitantes de la comunidad debido a la gran participación de turistas en sus fiestas tradicionales.

Análisis: El desarrollo de nuevas actividades conlleva a un mayor nivel de ingresos para el Cantón.

5. ¿Cuál es su visión a largo plazo sobre el turismo en el Cantón?

Se espera que todos los lugares turísticos con los que se cuentan sean conocidos no solo a nivel nacional sino también internacional para así generar un mayor nivel de recursos económicos. Lo que se espera es que los lugares turísticos tenga una mayor concentración de turistas.

6.- ¿Cuál es la posición del Municipio con respecto a la conservación de sitios naturales y recursos naturales que posee el Cantón?

Se busca que todo el patrimonio natural y cultural se conserve debido a que es un recurso muy valioso con lo que cuenta la comunidad. La conservación del patrimonio natural y cultural es muy importante, es un recurso que se debe aprovechar y cuidar para no perderlo.

7.- ¿En caso de implementarse un nuevo proyecto turístico, estaría dispuesto a brindar apoyo para continuar con el desarrollo turístico?

En caso de presentarse un nuevo proyecto se lo deberá de analizar y determinar los beneficios que conllevarían la aplicación del proyecto y poder brindar ayuda en todo lo necesario , es muy importante tener en cuenta que pueden ser proyectos que a futuro pueden tener grandes beneficios económicos y sociales. Al analizarse y considerarse un proyecto viable se podrá obtener ayuda por parte del Municipio y de igual manera la colaboración de técnicos relacionados con el turismo.

La presente entrevista se la realizó al Sr. Nelson Chulde, en calidad de Presidente de la Comunidad de Chutan Bajo, las preguntas fueron previamente establecidas y cuyas respuestas son las siguientes:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
DATOS TÉCNICOS

Entrevista dirigida a: Sr Nelson Chulde “**PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD DE CHUTAN BAJO**”

Fecha: Jueves, 04 Mayo del 2016

Hora de inicio: 10:00

Hora Fin: 11:00

1.- ¿Cómo cree usted que se ha desarrollado el turismo en la comunidad?

El turismo ha sido una de las principales fuentes de ingresos para la comunidad, con ayuda del Municipio se han venido dando actividades de turismo que han generado ingresos para los habitantes y que han permitido dar a conocer los atractivos turísticos con los que cuenta la comunidad. En la actualidad se han realizado varias actividades de turismo en la comunidad permitiendo generar recursos económicos.

2.- Con que atractivos turísticos cuenta la comunidad?

La comunidad cuenta con una hermosa cascada y metros más adelante se encuentra otra cascada con un menor tamaño, de igual manera en el páramo se encuentra la denominada tres lagunas. Se cuenta con algunos atractivos turísticos que pueden ser aprovechados e una mejor manera.

3.- Con que costumbres y tradiciones se identifica la comunidad?

La principal tradición que identifica a la comunidad es las fiestas del patrono San Juan Bautista y el tradicional baile de San Juanes, de igual manera la corrida de toros que año tras año se viene realizando.

Las tradiciones de la comunidad son la principal atracción de turistas

4.- Existe comida típica que la comunidad pueda ofrecer?

Los habitantes de la comunidad ofrecen varios tipos de comidas entre los cuales se pueden mencionar los siguientes: cuyes asados, caldo de gallina, choclos con queso, miel con cuajada entre otros.

La gastronomía de la comunidad permitirá ofrecer un servicio más para las personas que visiten el lugar.

5.- ¿Cuáles son las principales actividades que realiza la comunidad y que generan recursos económicos para la misma?

En su mayoría los habitantes de la comunidad se dedican a la agricultura, de igual manera existen otras actividades como la ganadería, comercio y crianza de animales menores a los que también se dedican.

6.- ¿Está consciente de los beneficios que conlleva el apropiado desarrollo del turismo?

Considero que es muy importante el turismo porque las personas pueden conocer sobre las costumbres y tradiciones de la comunidad.

7.- ¿En los últimos tiempos la comunidad ha recibido ayuda en lo que se refiere a turismo?

El cantón Montúfar ha sido la principal ayuda para realizar actividades y de igual manera promoción turística.

8.- ¿Cuál es su visión a largo plazo sobre el turismo en la comunidad?

Se espera que en un futuro se generen nuevas actividades turísticas y que la comunidad sea conocida por todas las personas.

9.- ¿Qué tan importante cree usted que es la implementación de proyectos turísticos en la comunidad?

Es muy importante debido a que se pueden crear nuevas cosas que permitan llamar la atención a turistas nacionales e internacionales.

10.- ¿En caso de implementarse un nuevo proyecto turístico en la comunidad que tipo de ayuda estaría dispuesto a brindar?

La ayuda que sea necesaria debido a que no solo se beneficiara el creador del proyecto sino también toda la comunidad por la generación de nuevas fuentes de empleo.

11.- ¿En general cree usted que la comunidad estaría dispuesta a brindar apoyo para la creación de un complejo turístico?

El principal problema en la comunidad ha sido que los habitantes en su mayoría no cuentan con un empleo seguro y con la implementación de un nuevo proyecto se daría oportunidad de trabajo y ellos estarían dispuestos a colaborar por los beneficios de la comunidad.

IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, Riesgos.

**TABLA N°3
MATRIZ Aoor**

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Atractivo turístico a disposición de la comunidad. • Existencia de Mano de Obra en la comunidad. • Se cuenta con suficiente espacio para el desarrollo del proyecto. • Afluencia de turistas locales que visitan la zona. • Clima adecuado para la actividad turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta gastronómica por parte de habitantes de la Comunidad.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo Político • Fauna y Flora del lugar.. • Créditos otorgados para la Financiación de este tipo de proyectos.. • Inexistencia de complejos turísticos en el lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de publicidad sobre lugares turísticos. • Pueden existir daños al medio ambiente. • Situación económica actual de las familias ecuatorianas • Seguridad del sector.

Fuente: Investigación propia
DETERMINACIÓN DE LA Elaborado por: Autora N

A través del diagnóstico realizado en el área en donde se gestionara el proyecto, se manifiesta lo siguiente:

- La Comunidad de Chutan Bajo dispone de atractivos Naturales que no han sido debidamente aprovechados, sin embargo en los últimos tiempos han existido desarrollo de actividades turísticas, cabe recalcar que el lugar posee una variedad de flora y fauna por lo cual es una oportunidad que debe ser aprovechada para obtener beneficios económicos y de igual manera para dar a conocer el lugar.
- La colaboración de la comunidad es una parte fundamental, debido a que se puede encontrar mano de obra por parte de los habitantes sin tener que acudir a otras partes para obtener este recurso , es importante mencionar que se brindarían oportunidades de trabajo con lo cual se ayudara a la economía de los hogares.
- Debido al Trabajo del Municipio en la Actualidad se está dando mayor importancia a este atractivo turístico , por tal motivo existe mayor afluencia de turistas , lo que demuestra que realizando un buen trabajo se podrá aprovechar este recurso de la mejor manera ,y así incrementar la actividad turística en la comunidad.
- El apoyo político es uno de los factores importantes a mencionar debido a que se podrá contar con recursos para el desarrollo del proyecto. De igual manera la inexistencia de un lugar en donde se oferten servicios turísticos da lugar a determinar una oportunidad para generar recursos económicos, aprovechando de la mejor manera el recurso natural con el cual se cuenta.

Por todo lo antes mencionado se considera pertinente el desarrollo del Estudio de Factibilidad para la creación de un Complejo Turístico en la Comunidad de Chutan Bajo, Ciudad de San Gabriel - Cantón Montufar –Provincia del Carchi.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

El presente marco teórico tiene como finalidad dar una mejor comprensión a aquellas personas que den lectura al presente trabajo, con aquellos términos que les resulte desconocidos.

2.2. Turismo

(OSCAR, 2010) Manifiesta: “Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (Pág. 24).

El turismo es una de las actividades de las que se obtiene un mayor número de ingresos debido a que nuestro país cuenta con maravillas turísticas, además es importante señalar que existe un gran número de visitas por parte de extranjeros.

2.3. Servicios Turísticos

Los servicios turísticos son intangibles y como consecuencia de ello dependen de la experiencia personal de cada usuario, por lo que cada consumo turístico es único y podría decirse que irreplicable. Los servicios turísticos varían en función de sus componentes, dotando de una amplia gama de los mismos, siendo estos componentes complementarios y sustitutivos. (Alcazar, 2012, pág. 48)

Los servicios turísticos deberán ser proporcionados en relación al tiempo libre y disponibilidad de recursos económicos de las personas, estos servicios comprenden en dar a conocer las maravillas que posee la naturaleza y que inclusive en su mayor parte no han sido aprovechadas de manera adecuada.

2.4.Importancia del turismo

(Gurria, 2011) Manifiesta :”Industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no solo por la gran cantidad de demandantes que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo”(Pág. .32).

Es importante mencionar la importancia del turismo debido a que así podremos conocer más sobre cómo podemos mejorar nuestra economía al momento de emprender un nuevo negocio en lo que se refiere a turismo.

2.5.Estudio de mercado

El estudio de mercado es el diseño , la recopilación, el análisis y el informe sistemático de datos pertinentes de una situación de marketing específica que enfrenta una organización, El estudio de mercado permite que los mercadólogos entiendan las motivaciones, el comportamiento de compra y la satisfacción de los cliente; también les sirve para evaluar el potencial de mercado y su participación en este, así como a medir la eficacia de la fijación de precios, del producto, de la distribución o de la promoción. (Philip, 2012, pág. 48)

El estudio de mercado se lo realiza con la finalidad de conocer cuál es el nivel de demanda insatisfecha que el proyecto pretende cubrir, de igual manera permitirá conocer cuál es la oferta actual a la que debemos hacer frente para obtener un número mayor de clientes.

2.6.Segmentación de mercado

(Philip, 2012)Afirma que: “Un segmento de mercado es un grupo de consumidores que responde de manera similar a un conjunto dado de actividades de marketing” (pág.37).

Es importante tener definido de manera clara y precisa el segmento de mercado, es decir a que turistas va dirigido el proyecto específicamente.

2.7.Mercado meta

(Fernandez, 2011)“Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado” (pág.54).

El mercado meta comprende un mercado específico al cual se brindara los servicios que se implementaran en el complejo turístico.

2.8.Demanda

(BACA, 2011)“Es la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (pág.43).

La demanda es la cantidad de personas las cuales desean acceder a los servicios, para el cálculo de la misma se tomara en cuenta la población del Cantón Montúfar y se realizaran encuestas a turistas locales.

2.9.Oferta

(BACA, 2011)Manifiesta: “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (pág. 36).

La oferta la comprender en este caso los lugares turísticos que ofrecen servicios similares a los que se pretende ofrecer en el complejo turístico, permite determinar cuál es la población que más acude a dichos lugares.

2.10. Demanda potencial

Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (BACA, 2011, pág. 44)

Se realizó un breve análisis para conocer el nivel de demanda insatisfecha y a la cual puede ser dirigida el proyecto.

2.11. Producto

(Philip, 2012)“Definimos un producto como cualquier cosa que se pueda ofrecer a un mercado meta para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (pág. 47).

En este caso el producto serán los servicios que se ofrecerán en el complejo cada uno con sus características específicas.

2.12. Plaza

(Philip, 2012)“La plaza incluye las actividades de la compañía que hacen que el producto o servicio esté a la disposición de los consumidores meta” (pág. 48).

Aquí se busca cuáles son las ubicaciones más adecuadas para dar a conocer todo lo que se refiere al complejo y para que así tengan mayor información los turistas que desean acceder al lugar.

2.13. Precio

(Servulo, 2011)“El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. Además en la mayoría de empresas el precio es determinado por el volumen de ventas” (pág.37).

El precio estará determinado por la capacidad de producción, además es un factor importante al momento de proyectar los ingresos, de igual manera tendrá mucho que ver el precio en el desarrollo del proyecto.

2.14. Promoción

(Philip, 2012)“Incentivos que comunican las ventajas del producto o servicio y persuaden a los clientes meta de que lo compren” (pág. 42).

Son las actividades que se realizan con la finalidad de dar a conocer los servicios que se brindaran en el complejo Turístico.

2.15. Publicidad

(Armstrong, 2012)“Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personales de ideas. Bienes o servicios, por un patrocinador identificado” (pág.36).

La publicidad permite a turistas nacionales e internacionales conocer sobre la ubicación, los precios y los servicios que se ofrecen.

2.16. Estudio técnico

(Nassir, 2012)Indica: “El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a ésta área” (pág.42).

Realizar el estudio técnico permite definir la correcta localización del proyecto, de igual manera se debe tomar en cuenta que el lugar debe poseer los servicios básicos que permitan el funcionamiento de la empresa.

2.17. Localización optima del proyecto

(Nassir, 2012)“El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a ésta área” (pág. 51).

El estudio de la localización es un factor muy importante, el tener en cuenta esto da a conocer en donde va estar ubicado el proyecto y de igual manera permite determinar las características del presente proyecto.

2.18. Ingeniería del proyecto

(Nassir, 2012)Establece que: “Es el que ayuda a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado” (pág.53).

La ingeniería del proyecto implica aportar con información sobre cómo van a estar distribuidas las áreas del proyecto, además se deberá realizar una evaluación técnica del mismo para establecer las bases sobre las que se construirá el proyecto.

2.19. Micro localización

(FLORES, 2011)“Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes” (pág.45).

Es importante el estudio de la micro localización, de esto depende escoger el lugar en donde se desarrolle el proyecto, se conocerá cual es la mejor opción que cuente con todos los recursos necesarios para poder implementar el mismo.

2.20. Macro localización

(FLORES, 2011)Menciona: “El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto” (pág.56).

La macro localización permite dar a conocer cuál será la zona en donde esté ubicado el proyecto, con la finalidad de que se pueda conocer con exactitud el lugar de encuentro y que les sea más fácil a los turistas llegar al complejo.

2.21. Flujo grama

(Hernandez, 2011)“Son representaciones gráficas del conjunto de operaciones que se realizan en un proceso productivo de repetición continua, en razón de cada uno de los productos que se obtienen de ellos” (Pág. 215).

Los Flujo gramas son representaciones que permiten identificar cada uno de los procesos productivos que se vayan a desarrollar durante el proyecto.

A continuación se muestra la simbología y el respectivo significado de cada una de las figuras que son utilizadas para la elaboración de los flujos gramas en donde sea necesario utilizarlos.









SIMBOLO	SIGNIFICADO
 Archivo	Archivo temporal o definitivo de algún documento.
 Documento	Documento generado o requerido por el procedimiento. Cuando existen copias se pueden representar y enumerar, asignando al original la letra "O" ó el número "1" y las demás copias la numeración correlativa.
 Terminal	Indica el inicio y el fin de un procedimiento, según la palabra que se utiliza dentro del ovalo.
 Actividad	Rectángulo que describe una actividad. Dentro de cada uno se incluye una breve descripción de la actividad.
 Conector	Circulo que se utiliza para indicar continuidad de una acción con otra dentro de una misma página.
 Líneas de flujo	Flechas ó líneas de flujo que conectan los elementos del procedimiento e indican la secuencia a seguir
 Conector de página	Conecta una actividad con otra, de una página diferente. Opcionalmente se puede colocar números de la página a la que se conecta.
 Rombo	Rombo que señala un punto en el proceso en el que hay que tomar una decisión. A partir de allí, el procedimiento puede tomar dos vías y depende de la respuesta a la pregunta que se describe dentro del rombo.

Imagen N°14. Simbología. La simbología anteriormente presentada muestra la manera correcta de las formas que se utilizan para elaborar los denominados flujo gramas.

2.22. Estudio financiero

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial a partir de los estudios de ingeniería, ya que estos costos dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial. (BACA, 2011, pág. 57)

A través del Estudio financiero se podrá realizar presupuestos estimados, entre los que tenemos costos e ingresos, además permitirá medir la capacidad del proyecto y poder determinar la capacidad de rentabilidad que va a tener el proyecto.

2.23. Valor Presente Neto.

(HERNANDEZ, 2012)Manifiesta que :“Este método consiste en respetar el valor actual de la inversión inicial, de tal forma que si esta diferencia es cero o mayor de cero, el proyecto se considera viable y se acepta. En caso contrario se rechaza” (Pág. 118).

El valor presente actual presenta una clara idea de cómo se va desempeñando el proyecto según corren los años, cuando el VAN es mayor a 0 se acepta el proyectos, y si el VAN es menor que 0 se lo rechaza.

2.24. Valor actual neto

Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias,, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. Es claro para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, la cual dará por resultado que el VPN sea mayor que cero. (BACA, 2011, pág. 56)

VAN es un evaluador financiero que permite traer a valor actual esos ingresos de dinero que se cree vamos a obtener en un futuro.

2.25. Tasa interna de retorno

Se llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad, es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (BACA, 2011, pág. 57)

Este evaluador financiero permite determinar en términos de porcentaje la rentabilidad financiera de un proyecto, evaluador de grupo de indicadores que toma en cuenta el valor de dinero en el tiempo.

2.26. Periodo de recuperación

(ARBOLEDA, 2011) Afirma que :”El periodo de recuperación de la inversión se define como el tiempo requerido para que la suma de los flujos de efectivo neto positivos, producidos por una inversión, sea igual a la suma de los flujos de efectivo neto negativos, requeridos por la misma inversión” (pág.57).

Comprende el tiempo que se requiere para que los flujos netos de ingresos sean iguales a los flujos netos de efectivo de egresos requeridos para la inversión, es decir en qué tiempo mis ingresos compensaran mis gastos.

2.27. Relación Beneficio costo

(FLORES, 2011)Manifiesta que: “Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocios, comparándola con los costos en que su ejecución se espera incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa” (pág.56).

Es la relación entre la ganancia extraordinaria, por cada dólar invertido o por cada dólar que ha salido del proyecto se ha obtenido una ganancia.

2.28. Punto de equilibrio

(NUÑEZ, 2011)Establece que: “El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total” (pág.48).

El punto de equilibrio es la cantidad donde tanto los ingresos como los costos son iguales, es decir la empresa se encuentra en un balance donde puede seguir avanzando tomando las decisiones administrativas correctas.

2.29. Capital de Trabajo

Es la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante. Su importancia estriba en que las empresas deben conocer las necesidades de efectivo para hacer frente a sus gastos; así como la frecuencia de estos gastos. Por eso se debe planear el monto de los créditos, pensando en los gastos y en las ventas esperadas, de tal forma que no haya una liquidez excesiva ya que esto repercutirá en las utilidades de la empresa, ya sea por los pagos de intereses o tener un dinero ocioso. (HERNANDEZ, 2012, pág. 56)

El capital de trabajo se refiere a los recursos que necesita la empresa para llevar a cabo sus actividades con normalidad en un determinado tiempo.

2.30. Estructura Organizacional

(Ivancevich, 2011)Manifiesta:” La estructura orgánica es la ordenación de las unidades que forman una organización conforme a criterios de jerarquía, esto permite que se pueda desempeñar mejor las actividades de cada departamento” (pág.51).

Comprende el orden de una organización, con el objetivo de brindar un mejor servicio a la comunidad.

2.31. Misión

La misión de una organización es el propósito de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve. (Whelen Thomas, 2012, pág. 49)

Es la razón de ser de la empresa, es aquella que informa para quien trabaja, que se hace, describe con que lo hace pudiendo ser productos o servicios, explica lo que la empresa quiere ser.

2.32. Visión

(D´ALESSIO, 2011)Indica: “La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser? implica un enfoque a largo plazo”(pág.54)

Es lo que se quiere lograr en un futuro cercano esta debe ser posible de cumplirla y alentadora, debe tener un plazo para su logro , dirigirse a un grupo específico , tener un objetivo ambicioso, ser motivador, presentar un reto importante y ser atractiva para los involucrados en el desarrollo del proyecto.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Todo proyecto que sea considerado como productivo necesita que sea analizado a profundidad con respecto a ciertas variables como son la demanda la oferta, el producto o servicio, precios la manera de comercialización y por supuesto la publicidad. El objetivo del presente análisis es tener una visión clara de las características necesarias que el producto o servicio que se quiere introducir en el mercado. El estudio de mercado para la creación del complejo turístico en la Comunidad de Chutan Bajo puede demostrar que el lugar es factible para la implementación del mismo, y determinar el nivel de desarrollo en turismo que ha tenido la comunidad en los últimos tiempos.

3.1.OBJETIVOS

3.1.1. Objetivo General

- Conocer el comportamiento de la oferta y demanda del proyecto turístico a implementarse.

3.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar la demanda del servicio que se implementara en el mercado turístico de la comunidad de Chutan Bajo.
- Establecer el nivel de oferta del servicio turístico en el mercado para determinar cuál segmento puede cubrir la empresa.
- Determinar las posibles estrategias de comercialización para que sea conocido con mayor facilidad por parte de los turistas.
- Determinar cuáles serían los precios adecuados de los servicios turísticos a ofrecer en el complejo.

3.2. Matriz de Estudio de Mercado

TABLA N°4
MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO

Objetivos	Variables de mercado	Indicadores	Fuentes de Información	Técnica	Población objeto de Estudio
Determinar la demanda de servicios turísticos en la Ciudad de San Gabriel	Demanda	Preferencia en oferta turística	Primaria	Encuesta	Turistas locales
		Visita a lugares turísticos naturales y culturales	Primaria	Encuesta	Turistas locales
		Forma de visita	Primaria	Encuesta	Turistas locales
		Calidad de los servicios	Primaria	Encuesta	Turistas locales
		Atención del servicio	Primaria	Encuesta	Turistas locales
		Capacitación a personal	Primaria	Encuesta	Turistas locales
		Frecuencia de visita	Primaria	Encuesta	Turistas locales
		Preferencia de servicios	Primaria	Encuesta	Turistas locales
		Servicios adicionales	Primaria	Encuesta	Turistas locales
		Medios de comunicación	Primaria	Encuesta	Turistas locales
Identificar la oferta de servicios turísticos que existe dentro del mercado	Oferta	Tiempo que se dedica a la actividad	Primaria	Entrevista	Propietarios de lugares que brinden servicios similares
		Oferta de servicios	Primaria	Entrevista	Propietarios de lugares que brinden servicios similares
		Tipo de turistas que visitan el lugar	Primaria	Entrevista	Propietarios de lugares que brinden servicios similares
		Capacidad Instalada	Primaria	Entrevista	Propietarios de lugares que brinden servicios similares
		Tipo de infraestructura con que cuenta el lugar	Primaria	Entrevista	Propietarios de lugares que brinden servicios similares
		Nivel de demanda	Primaria	Entrevista	Propietarios de lugares que brinden servicios similares
		Talento Humano	Primaria	Entrevista	Propietarios de lugares que brinden servicios similares
		Medios de comunicación	Primaria	Entrevista	Propietarios de lugares que brinden servicios similares
		Rentabilidad de la actividad turística	Primaria	Entrevista	Propietarios de lugares que brinden servicios similares
Determinar los precios de servicios turísticos en el sector de estudio.	Precio	Precio para el servicio	Primaria	Encuesta	Población San Gabriel
		Precio de venta	Primaria	Encuesta	Población San Gabriel
		Determinación de los precios	Primaria	Entrevista	Propietarios de lugares que brinden servicios similares
		Proyección de precios	Primaria	Encuesta	Población San Gabriel
Diseñar estrategias comerciales con la finalidad de fortalecer el turismo en la ciudad de San Gabriel	Comercialización	Servicio	Primaria	Encuesta	Población San Gabriel
		Precio	Primaria	Encuesta	Población San Gabriel
		Plaza	Primaria	Encuesta	Población San Gabriel
		Publicidad	Primaria	Encuesta	Población San Gabriel

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

3.2.2. Variables

Demanda

- Preferencia en oferta turística
- Visita a lugares turísticos naturales y culturales
- Forma de visita
- Calidad de los servicios
- Atención del servicio
- Capacitación a personal
- Frecuencia de visita
- Preferencia de servicios
- Servicios adicionales
- Medios de comunicación

Oferta

- Tiempo que se dedica a la actividad
- Oferta de servicios
- Tipo de turistas que visitan el lugar
- Capacidad Instalada
- Tipo de infraestructura con que cuenta el lugar
- Nivel de demanda
- Talento Humano

- Medios de comunicación
- Rentabilidad de la actividad turística

Precio

- Precio para el servicio
- Precio de venta
- Determinación de los precios
- Proyección de precios

Comercialización

- Servicio
- Precio
- Plaza
- Publicidad

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Para la aplicación de la encuesta se tomó en cuenta a la población total del Cantón Montufar, dato proporcionado del INEC, en el censo del 2010, la población cuenta con 30511 habitantes.

3.3.2. Muestra

La muestra es considerada como una parte de la población a la que se selecciona, mide y observa, a través de la aplicación de la fórmula respectiva, con la finalidad de obtener información confiable y suficiente la misma que es indispensable para el desarrollo del presente proyecto.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula de la población finita para obtener mayor confiabilidad en la información obtenida

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

Simbología:

N= Tamaño de la población

n=Tamaño de la muestra

e= Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0.05)

δ = Varianza

Z= Nivel de confianza

DATOS

N=30511

δ = 0,25

Z= 95% 1,96

e = 5% 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2(0,25)(30511)}{(0,0025) (30511 - 1) + (1,96)^2(0,25)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(30511)}{(0,0025)(30510) + 0,25(3,8416)}$$

$$n = \frac{29302,764}{77,232}$$

$$\mathbf{n = 379}$$

Aplicando la fórmula se obtiene como muestra 379 turistas para población muestra.

1.3.3. Fuentes de Información.

- Encuestas: Fueron aplicadas a la población de clase media, media alta y alta de la ciudad de San Gabriel a turistas locales.
- Entrevistas: Dirigidas a los propietarios de establecimientos turísticos aledaños al lugar de estudio.
- Observación directa: Se visitó personalmente los lugares de estudio.

1.4. Presentación de la información

Resultados de la encuesta dirigida a la población del cantón Montúfar.

1. ¿Con que frecuencia visita los lugares turísticos de la provincia del Carchi?

TABLA N°5
VISITAS A LA PROVINCIA DEL CARCHI

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Una vez la semana	123	32,45%
Una vez al mes	54	14,25%
Vacaciones	202	53,30%
Total	379	100%

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: El Autor

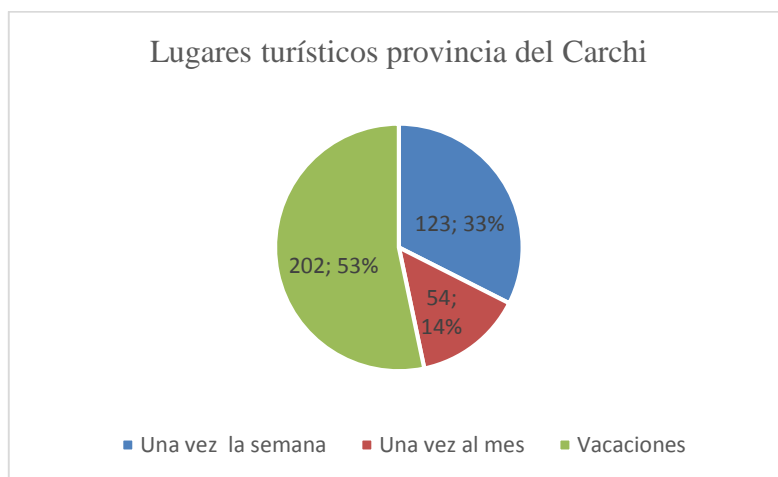


Gráfico 1. Frecuencia visitas a la provincia. Como se observa gran parte los turistas visitan los lugares turísticos en temporada de vacaciones y de igual manera cierta cantidad visitan el lugar de manera semana y en una pequeña proporción visitan la provincia mensualmente, lo que quiere decir que existirá gran afluencia de clientes en temporada de vacaciones.

2. ¿Con quién acude generalmente a lugares turísticos?

TABLA N°6
PREFERENCIA DE PERSONAS AL VIAJAR

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Familia	224	59,10%
Amigos	131	34,56%
Solo	24	6,33%
Total	379	100%

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

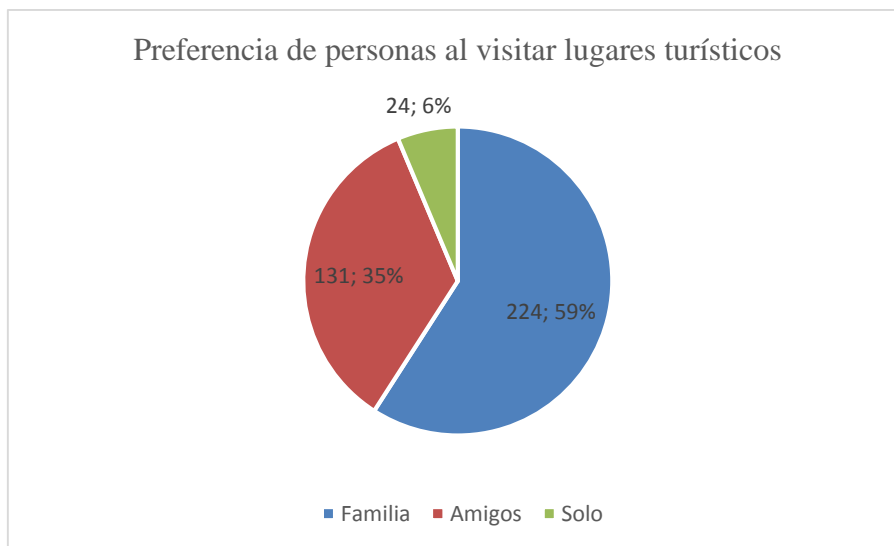


Gráfico 2. Preferencia visita lugares turísticos .Se observa que la mayoría de visitas que realizan los turistas lo hacen junto a sus familias, es muy importante conocer este dato debido a que entre mayor sea el número de familiares mayor será el número de posibles cliente para el complejo turístico.

3. ¿Qué cantón de la provincia del Carchi visita generalmente?

TABLA N°7
CANTÓN CON MAYOR VISITAS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Tulcán	65	17%
Huaca	58	15%
Montufar	84	22%
Bolívar	68	18%
Mira	46	12%
El Ángel	58	15%
Total	379	100%

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

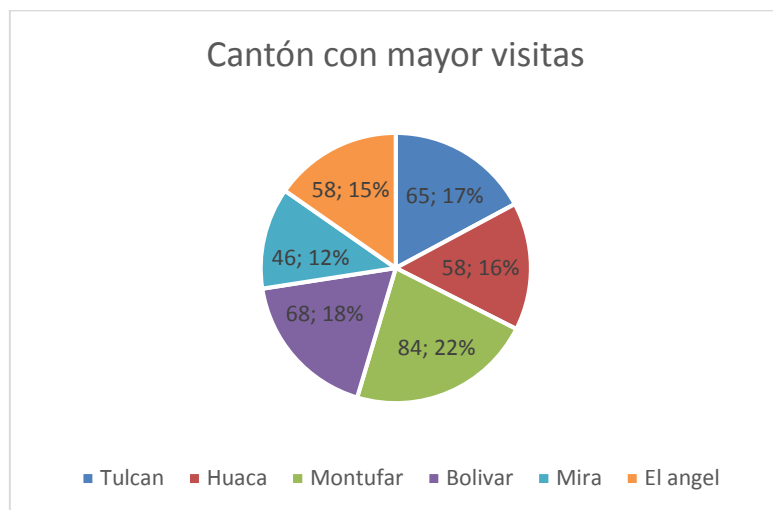


Gráfico 3. Frecuencia cantón con mayor visitas. El cantón Montúfar es el que mayores visitas posee, esto se debe a que cuenta con grandes atractivos turísticos, de igual manera es en donde mayor población se concentra, es un factor muy importante debido a que se tendrá un mayor número de clientes para el complejo turístico.

4. ¿Cuáles de los siguientes complejos ha visitado?

TABLA N°8
COMPLEJOS VISITADOS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Complejo turístico CHABAYAN	45	11,87
Complejo turístico EL CARRIZAL	56	14,78
Complejo turístico TUFÍÑO	95	25,07
Complejo turístico UYAMA	0	10,03
Complejo turístico LA PAZ	145	38,26
Total	379	100

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

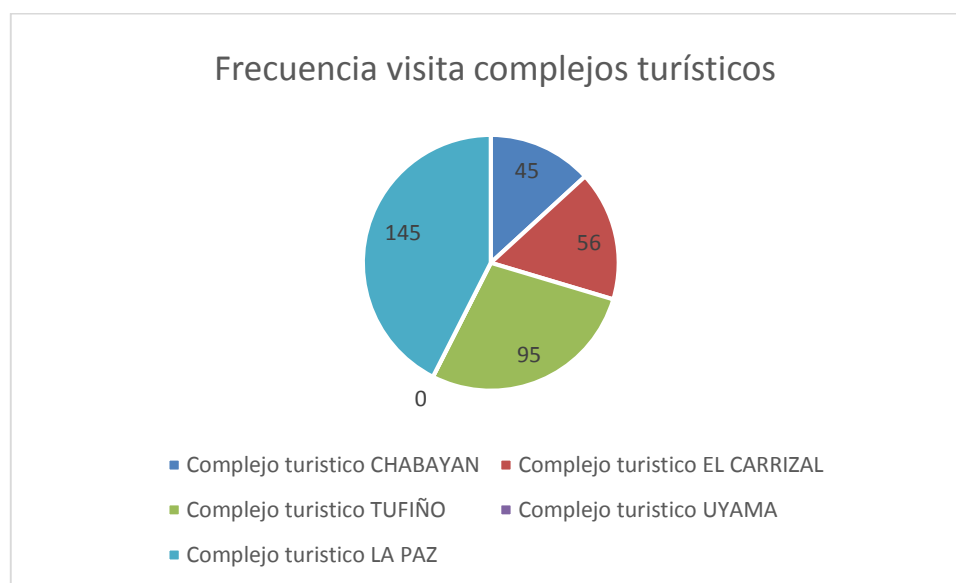


Gráfico 4. Frecuencia visita complejos turísticos. El centro turístico ubicado en la gruta de la paz es uno de los más conocidos por las personas que habitan el cantón Montúfar, de igual manera el complejo turístico Tufiño, son considerados como los más atractivos de turistas nacionales como internacionales.

5. ¿Por cuál servicio turístico optaría como cliente?

TABLA N°9
CALIFICACIÓN SERVICIOS TURÍSTICOS

Servicio turístico	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	171	45%
Alimentación	125	33%
Piscinas, Sauna	83	22%
Total	379	100,00

Fuente: Encuestas población muestra

Elaborado por: Autora

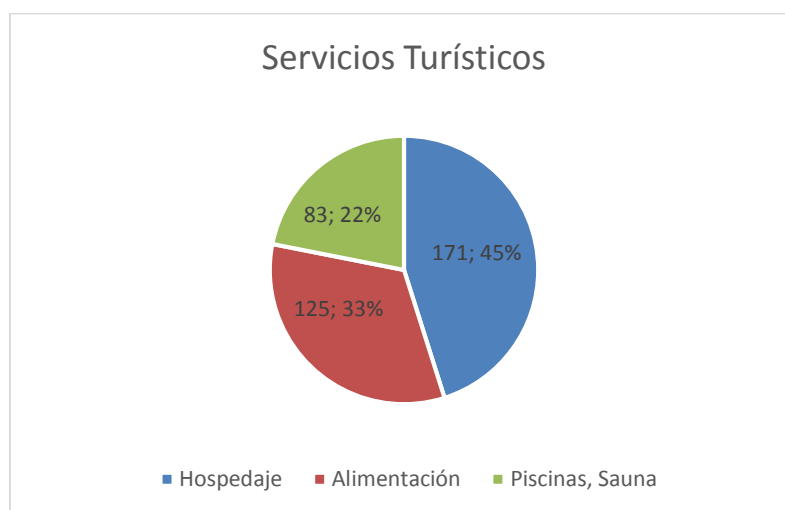


Gráfico 5. Servicios turísticos. La mayor parte de la población considera al servicio hospedaje de mayor preferencia, de igual manera el servicio d alimentación es otro de sus preferidos, esto permite conocer en qué servicio se deberá concentrar más la atención.

6. ¿De manera mensual cuanto invierte usted en actividades turísticas?

TABLA N°10
INVERSIÓN EN ACTIVIDAD TURÍSTICA

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
20-40	234	61,74
40-60	128	33,77
60-80	14	3,69
80 y mas	3	0,79
Total	379	100

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

GRÁFICO N° 20
INVERSIÓN TURÍSTICA

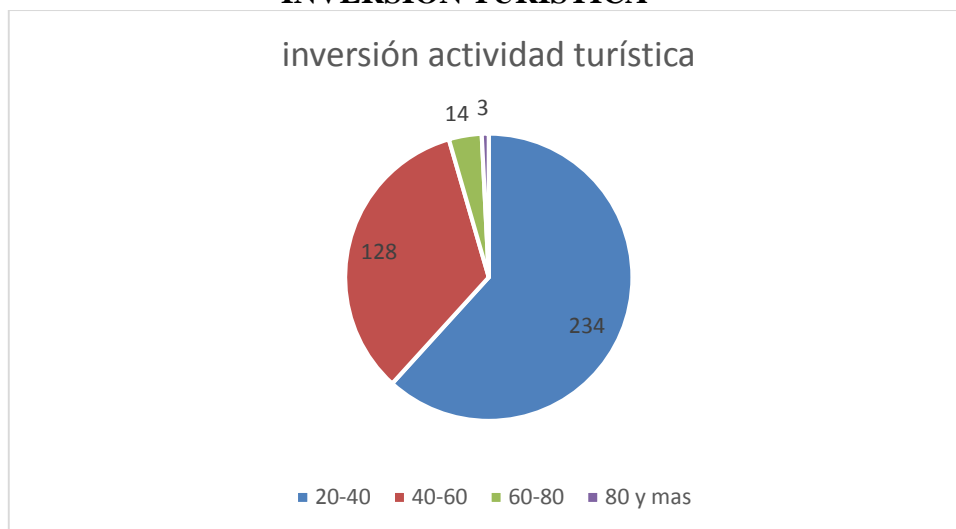


Gráfico 6. Inversión por actividad turística. Existe un promedio mensual de gastos en su mayoría de 20 a 40 dólares, es importante conocer este dato debido a que se podrá determinar los precios adecuados y cómodos para los clientes.

7. ¿Qué tipo de turismo prefiere?

TABLA N°11
TIPO DE TURISMO

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Turismo de naturaleza	131	34,56
Turismo de diversión	99	26,12
Turismo cultural	95	25,07
Turismo rural	54	14,25
Total	379	100

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

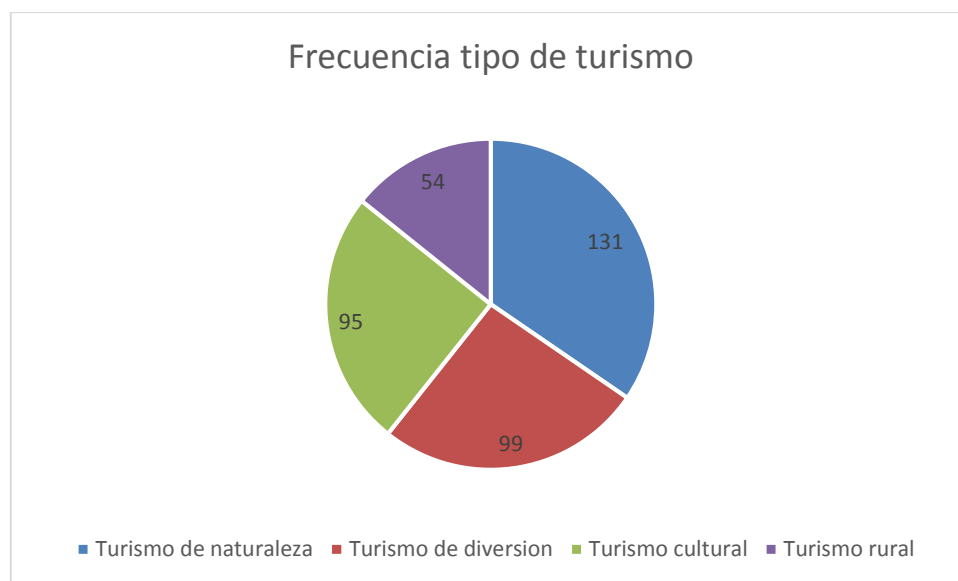


Gráfico 7. Preferencia tipo de turismo. La mayoría de la población encuestada muestra interés por el turismo de naturaleza y de igual manera por el turismo de diversión. Esta información permite determinar qué tipo de turismo prefiere el cliente y enfocarse en la satisfacción de las necesidades del mismo.

8. ¿Conoce o ha escuchado hablar de la Comunidad de Chutan Bajo localizada en la Ciudad de San Gabriel?

TABLA N°12
CONOCIMIENTO EXISTENCIA DE LA COMUNIDAD

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	299	79
No	80	21
Tal vez	0	0
Total	379	100

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

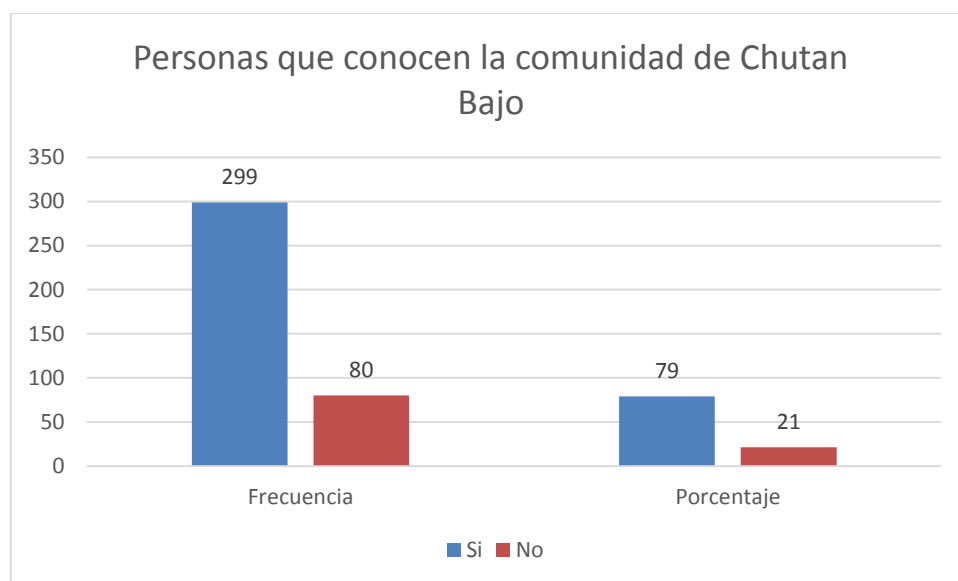


Gráfico 8. Conocimiento de la comunidad. La mayoría de las personas encuestadas conocen la comunidad de Chutan Bajo, sin embargo existen personas que necesitan mayor información para saber el lugar en donde se va a desarrollar el proyecto.

9. ¿Estaría dispuesto a visitar la comunidad y disfrutar los lugares turísticos naturales y culturales con los que cuenta?

TABLA N°13
DISPOSICIÓN DE VISITAR EL COMPLEJO

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Contesta SI	213	56%
Contesta NO	166	44%
Total	379	100%

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

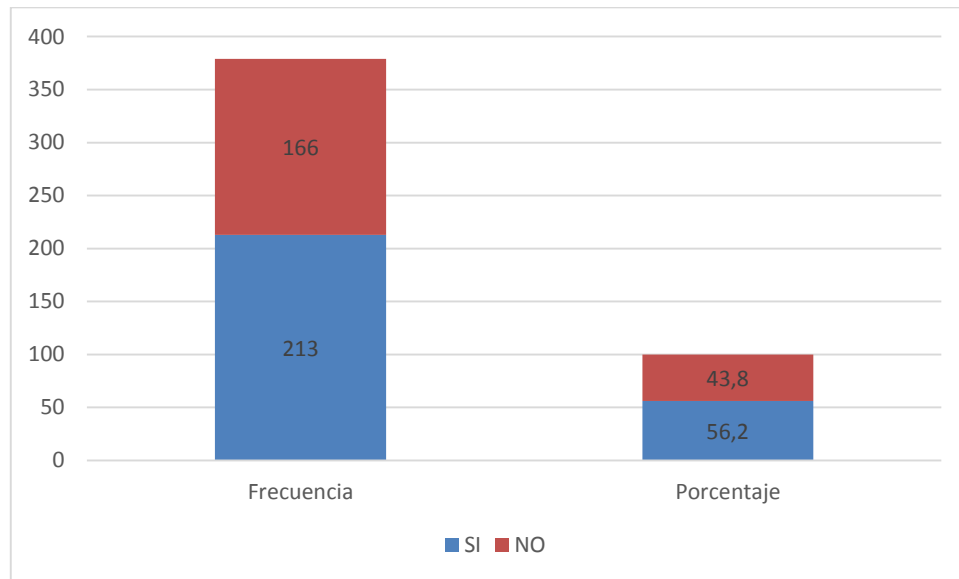


Gráfico 9. Aceptación del proyecto. Como se puede observar la mayoría de las personas están dispuestas a visitar el Complejo Turístico en la Comunidad de Chutan Bajo.

10. ¿Cuáles de los siguientes servicios requiere usted con la finalidad de pasar momentos agradables en el complejo?

Tabla N°14
SERVICIOS ADICIONALES

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Visita a lugares naturales	84	22,16
Comida Típica	53	13,98
Visita a lugares culturales	75	19,79
Observación de flora y fauna	68	17,94
Intercambio cultural	24	6,33
Cabalgatas	39	10,29
Pesca deportiva	28	7,39
Wifi	8	2,11
Total	379	100

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

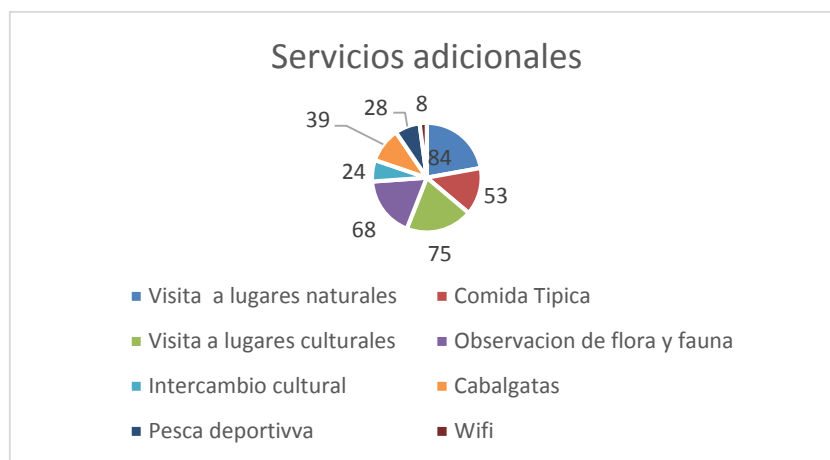


Gráfico 10. Servicios Adicionales. Un porcentaje alto de la población da preferencia de visita a lugares naturales, seguido de la observación de flora y fauna entre los más importantes. La Información recolectada sirve para poder determinar cuáles deben ser los servicios adicionales que deben implementarse al complejo.

11. ¿Cuál tipo de gastronomía sería de su preferencia?

Tabla N°15
GASTRONOMÍA

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Comida típica	130	34,30
Comida rápida	168	44,33
Platos a la carta	81	21,37
Total	379	100

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

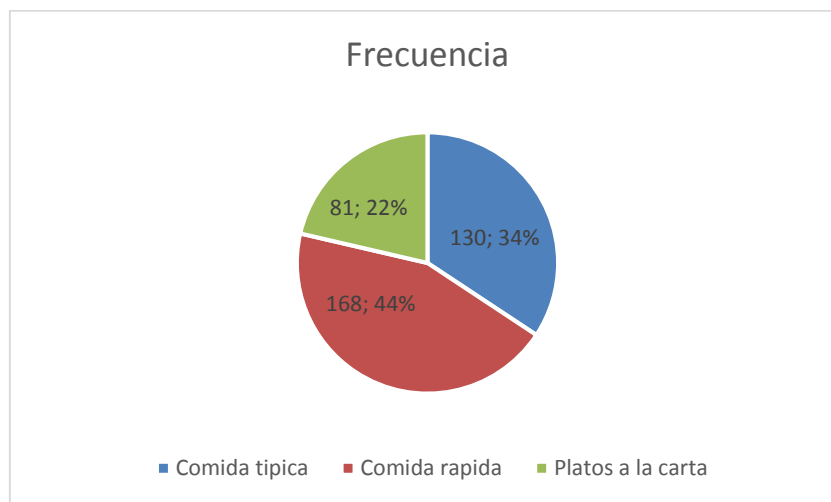


Gráfico 11. Preferencia Gastronomía. La Gastronomía que se pretende ofrecer en el Complejo es variada y se puede observar que es aceptada por las personas, además se observa que existe mayor preferencia por la comida típica y rápida por parte de los clientes.

12. ¿Determine cuál sería el precio que consideraría aceptable para los diferentes servicios que a continuación se mencionan?

TABLA N°16
PRECIOS

Piscina , Sauna , Turco

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
5-8	199	53
9-11	124	33
12-14	56	15
Total	379	100

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

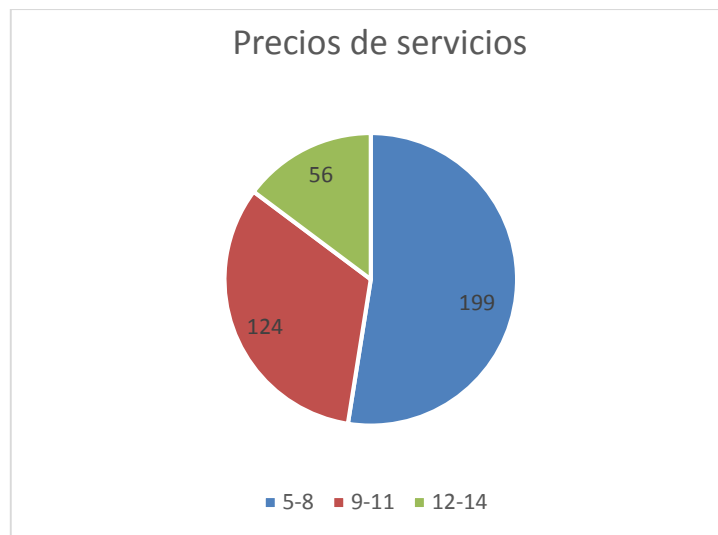


Gráfico 12. Precios. El precio que sería considerado para los servicios de piscina, hidromasaje y turco sería de 7 dólares, con la finalidad de darle facilidad de pago a cliente y tomando en cuenta los aspectos económicos actuales.

TABLA N°17
PRECIOS HOSPEDAJE

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
10 o menos	79	21
10-20	210	55
20-30	65	17
30 o mas	25	7
Total	379	100

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

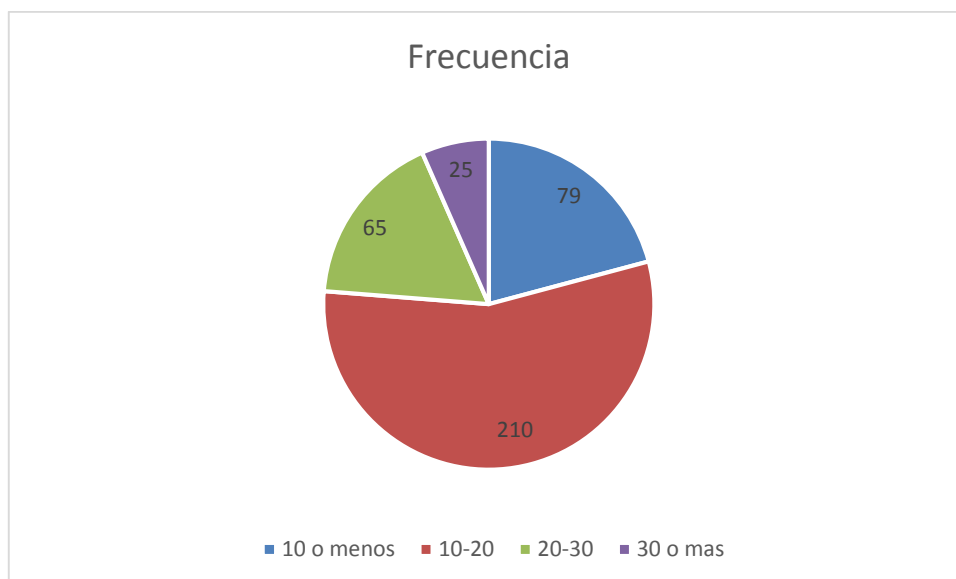


Gráfico 13. Precios Hospedaje. El precio que sería considerado para los servicios de hospedaje sería de 15 dólares, con la finalidad de darle facilidad de pago a cliente y tomando en cuenta los aspectos económicos actuales.

13. ¿Porque medios de comunicación prefiere usted informarse sobre lugares turísticos?

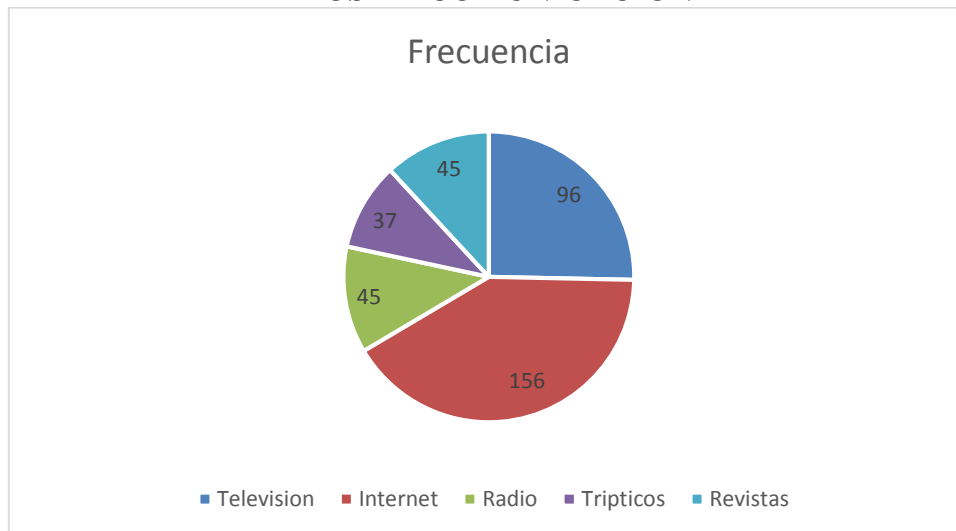
TABLA N°18
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	96	25,33
Internet	156	41,16
Radio	45	11,87
Trípticos	37	9,76
Revistas	45	11,87
Total	379	100

Fuente: Encuestas población muestra

Elaborado por: Autora

GRÁFICO N° 28
MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Fuente: Encuestas población muestra

Elaborado por: Autora

Gráfico 14. Medios de comunicación. Los medios de comunicación por los cuales se dará a conocer información sobre el Complejo Turístico será por Internet, debido a que la tecnología es un gran aliado y tomando en cuenta la preferencia de los habitantes.

3.5. Resultados de la entrevista dirigida a propietarios de complejos turísticos similares a los propuestos en el presente proyecto.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENTREVISTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS DE LOS COMPLEJOS QUE A CONTINUACIÓN SE MENCIONAN

1. ¿Desde hace que tiempo se dedica a esta actividad Turística?

El complejo turístico “EL CARRIZAL” , se encuentra prestando servicios desde el año 2014 , sin embargo existen otros complejo como es el caso del Complejo Eco turístico “TUFÍÑO” , Y de igual manera el complejo turístico ubicado en la Gruta de la paz los que son considerados de mayor antigüedad.

2. Cuáles son los diferentes servicios que ofrecen a los turistas?

Los servicios que ofrecen los complejos antes ya mencionados son los siguientes:

Complejo “EL CARRIZAL”: Sauna, turco, Hidromasaje, Spa, Piscinas

Baños de cajón, Gimnasio, Restaurante.

Complejo Turístico ”TUFÍÑO”: Restaurante, Áreas verdes, Termas medicinales sulfurosas provenientes del volcán.

Complejo Turístico de la Gruta de la paz: Restaurante, Piscinas, Áreas verdes, Salón de eventos.

3. ¿Qué tipo de turistas visitan su establecimiento?

A este tipo de establecimientos acuden turistas de diferentes partes del país y de igual manera turistas extranjeros en su mayoría de nacionalidad colombiana.

4. ¿Cuál es su capacidad Instalada?

El complejo turístico “TUFÍÑO” posee una capacidad para 250 personas , el Complejo “EL CARRIZAL “ cuenta con una capacidad de 200 personas , de igual manera el Complejo ubicado en la Gruta de la paz cuenta con una capacidad para recibir turistas alrededor de 400 personas.

5. ¿Cuál es el tipo de infraestructura con que cuenta el lugar?

Los establecimientos turísticos presenten la siguiente información en lo que se refiere a infraestructura:

Complejo Turístico Tufiño: Construcción de ladrillo.

Complejo “EL CARRIZAL”: Construcción de ladrillo, diseño moderno.

Complejo de la Gruta de la Paz: Construcción de ladrillo, diseño moderno.

6. ¿Considera usted que la actividad turística que realiza genera rentabilidad?

La actividad turística en sí, genera rentabilidad especialmente cuando llega la temporada de vacaciones y de igual manera en días festivos, debido que la mayor parte de turistas prefieren visitar estos lugares debido a que desean mantener contacto con la naturaleza, cabe recalcar que para una mejor acogida lo principal que se toma en cuenta es que se debe brindar un servicio que se de calidad.

7. ¿Qué precios se manejan para los diferentes servicios que presta el complejo?

Los precios varían debido a que depende lo que el cliente prefiera, inclusive existe la política de que si el turista se hospeda en el lugar tienen derecho a utilizar todas las áreas recreativas con las que cuenta el lugar, caso contrario el precio dependerá de lo que el turista dese utilizar.

8. Como considera el nivel de demanda turística en la actualidad?

Se considera que la demanda turística ha ido incrementado principalmente porque en años anteriores no existían servicios de este tipo o de igual manera no se contaba con la infraestructura necesaria para poder prestar el mejor servicio , por tal motivo los turistas salían hacia otras ciudades para buscar pasar tiempo agradable junto a sus familias , sin embargo con el apoyo de autoridades y de igual manera con personas emprendedoras se han desarrollado estos establecimiento permitiendo así atraer turistas no solo nacionales sino que también internacionales.

9. Como considera al Talento Humano que labora en su empresa?

En los establecimientos cuentan con personal capacitado en todas las áreas que posee la empresa, de igual manera se realizan capacitaciones de manera continuo con la finalidad de que brinden un mejor servicio siendo beneficioso para ellos y de igual manera para la empresa.

10. ¿A través de qué medios de comunicación se hace conocer?

Los principales medios de comunicación que se utilizan los prensa , radio y el internet debido a que es tendencia y la mayor parte de las personas lo utiliza , se cuenta con páginas web para que los turistas puedan conocer los lugares y además pueden conocer sobre precios que maneja cada empresa.

3.6. Identificación del servicio

El servicio del Complejo Turístico a implementarse, comprende una combinación de elementos que tienen como finalidad satisfacer las necesidades de los clientes, en este caso nuestros clientes serán los turistas nacionales e internacionales.

El Complejo Turístico “EL RINCON DE PALUZ”, pondrá a disposición una infraestructura con todos los servicios necesario para la atracción y descanso, de igual manera se contara con personal altamente calificado con los cuales se garantice que se brinde un servicio de excelente calidad.

El Complejo Turístico está basado en los siguientes pilares fundamentales, además están encaminados a fortalecer el turismo en la ciudad de San Gabriel:

- Calidad del servicio
- Confort
- Eco eficiencia
- Integración de culturas
- Armonía entre turista y ecosistema

Los servicios que se brindaran en el complejo serán los que a continuación se mencionan:

Alimentación

En el complejo turístico se ofrecerán diferentes platos típicos y de igual manera en caso de requerirlo el cliente se brindaran platos de comida rápida y platos a la carta:

Sobre la comida típica se ofrecerán diferentes platos como: Cuy asado, caldo de gallina, miel con cuajada, choclos con queso, habas con mellocos, entre otros.

Los platos a la carta que se ofrecerán son: Churrascos, menestras, chuletas a la plancha, etc.

El complejo turístico cuenta con un área para restaurante con la finalidad de que el cliente se sienta bien al momento de servir los alimentos.

Hospedaje

El servicio de hospedaje consistirá en brindar un servicio de cuarto con los servicios que sean necesarios para la mejor calidad, se tendrán habitaciones con diferentes tipos de cama para que el cliente pueda escoger.

Áreas recreacionales: para un mejor servicio se pondrá a disposición de los visitantes espacios o áreas verdes que cuenten con canchas deportivas para que las personas puedan disfrutar de la naturaleza.

Piscina: el complejo turístico contara con dos piscinas una para niños y otra para adultos, además se contara con los servicios de sauna, turco, hidromasaje con capacidad para 40 personas cada una.

Salón de eventos: Con la finalidad de que los clientes pasen momentos agradables se pondrá a disposición un salón de eventos con la finalidad de realizar diferentes acontecimientos.

Wifi: el servicio de internet estará a disposición de nuestros clientes para que estén comunicados con las personas que lo deseen.

Parqueadero: Los clientes contarán con un parqueadero privado con la finalidad de que el ingreso mantenga un orden ordenado además se contara con la seguridad necesaria.

3.7. Mercado Meta

El mercado meta al cual va dirigido los diferentes servicios del complejo turístico será la población del Cantón Montúfar que cuenta con una población de 30511 habitantes.

3.8. Análisis de la demanda

El estudio de la demanda tendrá como finalidad establecer la cantidad de turistas locales que requieran de servicios turísticos que satisfagan sus necesidades.

3.8.1. Identificación de la demanda actual

Para determinar la demanda actual se realizó una encuesta a la población meta, el objetivo fue conocer el nivel de preferencia por el complejo, cuales es la frecuencia de visita, estos datos sirvieron para determinar la demanda potencial representada por el número de visitas.

A través de la encuesta realizada se puede conocer que el 56% de la población están de acuerdo con la creación del complejo turístico “EL RINCÓN ESCONDIDO DE PALUZ”

3.8.2. Calculo demanda actual

Tabla N° 19
Calculo Demanda Actual

CALCULO DEMANDA ACTUAL			Estimado
Población Cantón Montufar	30511	TOTAL	Visitas
Aceptación del servicio	56%	DEMANDA	Complejo
Población potencial	17086	ANUAL	Turístico
Semanal (32,45%)	7393	354864	78070
Mensual (14,25%)	3786	45432	9995
Vacaciones (53,30%)	5905	5905	1299
Demanda actual del servicio	17084	406201	89364

Fuente: Encuestas población muestra

Elaborado por: Autora

3.8.3. Demanda Proyectada

La demanda proyectada se realiza tomando como base el número de personas resultantes del cálculo de la demanda actual realizado anteriormente.

En este caso se utiliza la tasa de crecimiento poblacional del 1,56 % a partir del año 2010; Fuente Resultados Censo de población y vivienda Ecuador año 2010 (INEC), se utilizó el método exponencial para realizar el cálculo:

Proyección de la Demanda Anual Periodo 2017-2021

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
AÑO	Visitas Turísticas
2017	90758
2018	92173
2019	93611
2020	95072
2021	96555

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

Como se observa en el Tabla anterior existe una gran expectativa en lo que se refiere a los turistas para la propuesta de complejo turístico que se está desarrollando.

3.8.4. Análisis de la oferta

El análisis de la oferta permite determinar a los establecimientos con las características de los servicios que ofrecen, además se los puede considerar como competencia para el complejo turístico a implementarse.

3.8.5. Identificación de la oferta actual

Se ha tomado en cuenta cinco centros turísticos, los cuales ofrecen servicios similares a los que se pretende brindar en el presente proyecto. A continuación se presenta la respectiva información.

**TABLA N°21
CAPACIDAD INSTALADA**

Lugares Turísticos	visitas semanales	visitas mensuales	visitas anuales
Complejo CHABAYAN	100	400	4800
Complejo EL CARRIZAL	100	400	4800
Complejo turístico TUFÍÑO	300	1200	14400
Complejo turístico UYAMA	150	600	7200
Complejo turístico LA PAZ	350	1400	16800
Total			48000

Fuente: Encuestas población muestra

Elaborado por: Autora

3.8.6. Oferta Proyectada

Para el cálculo de la oferta proyectada se ha tomado en cuenta el número de visitantes en los diferentes lugares turísticos.

**TABLA N°22
OFERTA PROYECTADA**

Años	Número de visitas
2017	48749
2018	49509
2019	50281
2020	51066
2021	51862

Fuente: Entrevista competencia

Elaborado por: Autora

3.8.7. Demanda a satisfacer

El cálculo de la demanda insatisfecha se lo hará de la siguiente manera.

**TABLA N°23
DEMANDA A SATISFACER**

Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda a satisfacer
90758	48749	42009
92173	49509	42664
93611	50281	43330
95072	51066	44006
96555	51862	44693

Fuente: Encuestas población muestra

Elaborado por: Autora

3.8.8. Análisis de precios

A través de la investigación de campo, se pudo establecer los precios que serán adecuados y que los turistas tengan la posibilidad de pagar por los servicios prestados por parte del complejo turístico, de igual manera se ha tomado en cuenta los precios que manejan los centros turísticos que prestan servicios similares a los que se pretende brindar en el presente proyecto.

TABLA N°24
ANÁLISIS DE PRECIOS

Servicios	año 2017	año 2018	año 2019	año 2020	año 2021
Piscina , Turco , Hidromasaje	7	7,11	7,23	7,34	7,46
Alimentación					
Comida Típica	3	3,05	3,1	3,15	3,2
Platos a la carta	3	3,06	3,12	3,18	3,24
Comida Rápida	2,5	2,54	2,58	2,62	2,66
Hospedaje	15	15,24	15,48	15,72	15,96

Fuente: Encuestas población muestra
Elaborado por: Autora

➤ Análisis de Precios

La proyección de los precios de los servicios se la obtuvo calculando con la tasa de inflación correspondiente al año 2016 que es del 1,60 %, dato que se obtuvo del Banco Central del Ecuador.

➤ Estrategias Comerciales

Tienen como finalidad posicionar a la empresa en este caso el Complejo Turístico en el mercado , permite mantener a nuestros clientes informados sobre todos los servicios que se ofrecen en el complejo turístico, las estrategias de comercialización comprenden las variables del mix que son Producto, Precio, Plaza y Promoción.

➤ Estrategias de servicios

Consiste en desarrollar una perfecta imagen del complejo turístico con la finalidad de darle un nombre y de igual manera poder identificarlo de manera fácil

en el mercado , es importante mencionar que el complejo turístico tendrá como razón social “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ “ , además contara con un slogan para identificar el establecimiento .

El logotipo será el siguiente:



Imagen n°15 .Logotipo complejo turístico

El complejo turístico “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ” , ofrece a turistas nacionales e internaciones diferentes servicios de distracción y de igual manera de hospedaje para un mejor confort , de igual manera se brindaran servicios extras con la finalidad de que el cliente se sienta como que estuviera en su casa , estos servicios serán los de restaurant, cabalgatas , pesca deportiva , entre otros , todos estos servicios serán prestados por personal que esté capacitado para tener una mejor calidad en la prestación del servicio.

➤ **Estrategias de precios**

Se analizan las diferentes estrategias que permiten obtener unos mejor ingresos en su rentabilidad, para esto se tomara en cuenta lo siguiente:

Se realiza un análisis de costos y gastos operativos, teniendo en cuenta la competencia para poder determinar el precio adecuado sobre los servicios del complejo.

Se determina una norma en la cual se diga que los turistas que vengan de instituciones educativas tengan mejores precios con la finalidad de que sigan visitando el lugar.

La adquisición de materia prima se la realizara en grandes cantidades con el objetivo de obtener un menor costo y de igual manera el precio de los servicios no se vea afectado.

Existirán descuentos para grupos de personas que lleguen en gran número

Existirá una variación de precios según la temporada en que se encuentre.

➤ **Estrategias para promoción y publicidad.**



Imagen N° 16. página web “El rincón escondido de Paluz. La creación de la página web permitirá que la información sobre el complejo turístico sea más conocida a través del internet.

- Para atraer un mayor número de clientes se realizarán obsequios de pases de cortesía en días festivos.
- De igual manera se realizará publicidad a través de la principal radio como es SKY para invitar a la población que visite el lugar.
- Se realizarán diferentes actividades y de igual manera concursos para que todas las personas acudan a distraerse con sus familias.
- De igual manera se distribuirá a la ciudadanía revistas, trípticos para dar a conocer mayor información sobre el complejo.
- Se diseñará una página web en donde se oferten los diferentes servicios del complejo, de igual manera se podrá hacer reservaciones para poder visitar el lugar.

➤ **Estrategias de plaza y distribución**

En el caso de comercialización de los servicios se utilizarán dos tipos de canales de comercialización.

Canal Directo: El complejo turístico empleará el canal directo al momento que los turistas lleguen a visitar el lugar por información sobre el lugar.

Canal Indirecta: Se realizará a través de convenios con agencias de viajes, de igual manera con apoyo del Ministerio de Turismo para que el lugar sea conocido tanto por turistas nacionales e internacionales.

3.9. CONCLUSIONES

Una vez efectuado el estudio de mercado sobre la creación del Complejo Turístico en la comunidad de Chutan Bajo, se llega a las siguientes conclusiones:

- La demanda de servicios turísticos por parte de las personas en la actualidad es alta, debido a que la mayoría de las personas buscan lugares en los que puedan disfrutar de las maravillas que ofrece la naturaleza y que en algunos casos aun no es conocida en su totalidad.
- En lo que se refiere a oferta turística existen diferentes lugares en los cuales ofrecen servicios similares a los que se pretende brindar en el Complejo Turístico, sin embargo en la zona en donde se pretende desarrollar tal proyecto no se cuenta con un lugar adecuado, por tal motivo se dará énfasis en brindar el mejor de los servicios turísticos en un mismo lugar.
- Los precios de los diferentes lugares a los cuales se acudió no son fijos, es decir que varían de acuerdo a diferentes factores, por tal motivo se establecieron precios tomando en cuenta la economía actual del país y de igual manera los precios de la competencia.
- La inexistencia de publicidad del lugar llevan a diseñar estrategias comerciales que permitan la captación de un número mayor de clientes.
- Por tal motivo se ve necesaria la creación del Complejo Turístico siendo este una oportunidad de negocio debido a que existe una demanda insatisfecha a cual se debe aprovechar.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Con la finalidad de poner en práctica el proyecto sobre la creación del complejo turístico , se debe determinar la viabilidad y factibilidad del mismo a través de la realización de un estudio técnico , con el objetivo de conocer aspectos importantes acerca de la Ingeniería del proyecto , aspectos administrativos y de la Organización , Estudio Financiero y Aspectos ambientales que serán necesarios tomar en cuenta para la creación de una unidad productiva que genere ingresos sin tener dependencia.

4.1. Objetivos

4.1.1. Objetivo General

- Determinar la viabilidad técnica para la creación del complejo turístico en la comunidad de Chutan Bajo, Ciudad de San Gabriel –Cantón Montúfar- Provincia del Carchi.

4.1.2. Objetivos Específicos

- Analizar y Determinar el tamaño y localización óptimos para el proyecto.
- Determinar la disponibilidad y el costo de suministros, equipos e insumos que serán necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- Identificar y describir el proceso y organización acerca del proyecto para su correcto funcionamiento.

4.2. Estudio de localización.

4.3. Tamaño del proyecto.

El tamaño del presente proyecto está determinado de acuerdo al porcentaje de la demanda potencial a la cual se pretende satisfacer, es uno de los factores más importantes, a través de este se conoce la capacidad instalada que tendrá el proyecto así como también los servicios que se brindaran en el complejo a los turistas que visiten el lugar.

4.4. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La decisión más importante y estratégica a tomar es sin duda la ubicación de la unidad productiva en este caso el “Complejo Turístico”, es considerado como un elemento crítico para determinar los costos fijos y variables tales como: impuestos , salarios , costos fijos y variables , costos de materias primas , entre otros.

Una adecuada localización, es la que contribuye en mayor medida a que se logre un alto rendimiento en el menor tiempo posible y a bajos costos.

Es importante definir la localización de manera oportuna e inmediata antes de la realización del proyecto, ya que si en un futuro se decide cambiar la ubicación, el proyecto podrá reflejar dificultades en la organización, por lo tanto se deberá realizar un buen estudio técnico que no solo garantice una correcta ubicación sino que también garantice recuperar la inversión.

4.4.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Consiste en la definición de la zona de cobertura en la que se pretende implementar el complejo turístico, esta puede ser local o provincial.

El proyecto estará macro localizado en la Comunidad de Chutan Bajo , Ciudad de San Gabriel-Cantón Montúfar –Provincia del Carchi, que está ubicada en la región fronteriza interandina ecuatoriana , limitando al norte con Colombia , al sur y suroeste con la provincia de Imbabura , al este con la e Sucumbíos y , al oeste con la de Esmeraldas.

Carchi posee una población total de 172.943 habitantes, que se encuentran distribuidos en los seis cantones: Tulcán, Bolívar, Espejo, San Pedro de Huaca, Mira y Montúfar. La superficie de esta provincia es de 3.783 kilómetros cuadrados.

La comunidad de Chutan Bajo, perteneciente a la ciudad de San Gabriel presenta condiciones favorables para llevar a cabo la implementación del complejo turístico, básicamente por:

- La Ciudad de San Gabriel es muy cercana a la comunidad y además representa un punto de convergencia de varios pueblos aledaños y favorecen la relación comercial.
- Es considerada como una de las zonas productora de papas y de otros productos en la provincia del Carchi.
- Posee vías de acceso que brindan la facilidad de visitar lugares turísticos naturales y culturales de la zona.
- En la actualidad se están llevando a cabo nuevos proyectos y campañas en beneficio de los ecosistemas, permitiendo así la conservación y mejora del patrimonio natural que posee la comunidad.



Provincia del Carchi

Imagen N°17.Provincia del Carchi. El complejo turístico estará ubicado en la provincia del Carchi.



Ciudad de San Gabriel

Imagen N° 18.CIUDAD DE SAN GABRIEL .Por poseer las características necesarias y para una mejor comprensión del lugar, se muestra el mapa por lo que se puede ver que estará ubicado cerca de la Ciudad de San Gabriel.

4.4.2. MICROLOCALIZACIÓN

Consiste en la determinación del lugar exacto en donde funcionara el complejo turístico con sus características específicas.

Esta entidad productiva estará micro localizada en la comunidad de Chutan Bajo, cerca de la cascada de paluz, debido a que posee un terreno adecuado para la implementación del proyecto.

El complejo turístico es dirigido a toda la población que desee conocer los atractivos turísticos y costumbres con las que cuenta la comunidad y sobretodo pasar momentos agradables con sus familiares.

Debido a que es una zona alta que forma parte del callejón Andino, presenta una temperatura promedio de 11 grados centígrados. La Cascada de Paluz , La Cascada de Chutan Bajo , las tres lagunas , las piscinas de paluz , la iglesia de San Juan Bautista , ; son hermosos atractivos que posee el sector .se puede observar gran variedad de flora , como las orquídeas , laureles , bromelias , entre otros , así como también fauna entre los cuales podemos resaltar los colibríes, las pavas de monte , zumbadores, conejos , armadillos lobos, venados y un sinnúmero de más de animales exóticos del lugar.

En lo que se refiere a gastronomía , existen preparaciones de platos tradicionales por parte de los habitantes de la comunidad tales como: papas, habas con mellocos, cuy asado, caldo de gallina, ,miel con cuajada , tortillas de tiesto , arroz de cebada, choclos con queso , morocho con leche y muchos más platos exquisito de la zona.

4.3.4. FACTORES DETERMINANTES DE LA LOCALIZACIÓN

Con la finalidad de tomar la decisión sobre la localización del proyecto, los factores considerados importantes son los siguientes:

- Costos y disponibilidad de terrenos
- Cercanía del mercado
- Disponibilidad de servicios básicos
- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad de mano de obra
- Canales de distribución
- Factores ambientales
- Condiciones generales de vida en el sector
- Competencia

Con lo mencionado anteriormente se puede determinar que la comunidad de Chutan Bajo posee las condiciones óptimas y necesarias para la creación de un complejo turístico debido a que es favorable los atractivos turísticos naturales y culturales con los que cuenta , .Por un principio la Cascada de Paluz , principal atractivo turístico de la comunidad se encuentra cerca al terreno en el cual se desea implementar el proyecto, además cuenta con energía eléctrica y agua de vertientes naturales que pueden ser aprovechadas para servicios básicos indispensables del complejo. Debido a que es campo, no cuenta con servicio de alcantarillado , por tal motivo será necesaria la creación de pozos sépticos tomando en cuenta las condiciones que presenta el ecosistema .De igual manera cuenta con vías de acceso que son favorables, tanto por la parte inferior como por la parte superior , además es apto para la agricultura y la ganadería.

Cabe recalcar que la comunidad no solo cuenta con la cascada de Paluz como atractivo turístico, sino con varios como por ejemplo la segunda cascada de Chutan Bajo, las piscinas de Paluz, las tres lagunas, así como también atractivos culturales.

4.3.4.1. Costos y disponibilidad de terrenos

Debido a que se ha tratado con gran interés el presente proyecto con las respectivas autoridades, se puede asegurar que el complejo podrá contar con el recurso necesario en este caso el terreno para que se desarrolle de una manera correcta, de igual manera el hecho de que no existan este tipos de atractivos facilita la colaboración por parte de las autoridades con la finalidad de incrementar el desarrollo turístico y de la sociedad con este tipo de emprendimientos.

Hay que tomar en cuenta que el terreno en el cual se pretende construir deberá someterse a una evaluación por expertos con la finalidad de verificar si es apto para la implementación del proyecto.

4.3.4.2. Proximidad y disponibilidad de los mercados y materias primas.

En el caso de adquisición de materiales y materias primas, en primera instancia se tomaran en cuentas los que se tienen en el lugar, tales como madera, piedras de rio, entre otras, sin afectar al ecosistema.

Para realizar las compras que sean necesarias y proveerse de insumos, se toma en cuenta la Ciudad de San Gabriel por ser la más cercana a la comunidad y de igual manera por la relación comercial favorable debido a que es un punto de encuentro de pueblos aledaños.

4.3.4.3. Disponibilidad de servicios básicos

Actualmente la comunidad de Chutan Bajo cuenta con los servicios básicos como son agua, luz, alcantarillado, comunicaciones, cabe recalcar que la comunidad de igual manera cuenta con una escuela, centro de salud, servicios de internet entre los principales que podemos mencionar.

4.3.4.4. Medios de transporte

En la actualidad las vías de acceso a la comunidad poseen mayor facilidad, facilitando así el ingreso a turistas nacionales y extranjeros, es necesario indicar que existen dos compañías de transporte para brindar el respectivo servicio las cuales son: “URBAMINGUEROS” Y “FREDCAR”.

4.3.4.5. Disponibilidad de mano de obra

El complejo turístico a desarrollarse requiere de personal que esté capacitado y dispuesto a cumplir con las reglas y políticas internas del complejo y sobretodo trabajar en equipo con la finalidad de cumplir los objetivos y metas que se hayan establecido al principio de iniciar con el negocio.

Personal requerido para el funcionamiento del Complejo Turístico

- 1 Gerente
- 1 Contador
- 1 Recepcionista
- 1 Limpieza y mantenimiento
- 1 Cocinero
- 1 Ayudantes de cocina

El talento humano antes mencionado se lo encuentra en la cercanía de la zona, tanto en la ciudad de San Gabriel, como en la ciudad de Tulcán, por tal motivo no representa inconvenientes para la realización del proyecto.

4.3.4.6. Canales de distribución

Lo que se pretende es que el Municipio brinde ayuda en lo que se refiere a promoción y publicidad para dar a conocer sobre este nuevo proyecto, en los últimos tiempos se ha estado retomando la importancia a la comunidad para aprovechar los atractivos turísticos con los que cuenta, y se espera lo mismo con la presentación del proyecto.

4.3.4.7. Factores ambientales

Como se pudo ver en el Diagnóstico situacional el clima cuenta con temperaturas bajas, pero esto será un factor en cuenta al momento de la preparación de las habitaciones, todo esto con la finalidad de prestar el mejor servicio y confort al cliente.

4.3.4.8. Condiciones generales de vida en el sector

Actualmente la comunidad de Chutan Bajo cuenta con los servicios básicos que son necesarios, cuenta con escuelas, guarderías, centros de salud e iglesia, de igual manera cabe recalcar que cerca de la comunidad está la Ciudad de San Gabriel la cual cuenta con todos los servicios complementarios para un buen vivir.

4.3.4.9. Competencia

La ciudad de san Gabriel cuenta con diferentes atractivos turísticos y de igual manera lugares que prestan servicios turísticos , sin embargo no existe un lugar similar al que se pretende implementar por lo tanto se considera que con los servicios de calidad que se brindara seremos la diferencia de los demás competidores.

4.4. Ingeniería del proyecto

En lo que se refiere a la ingeniería del proyecto en el Estudio Técnico se debe dar constancia a cada uno de los recursos que son necesarios para que el proyecto funcione de una manera adecuada, así como también se buscara asesoría de expertos para verificar cuales son las tecnologías, maquinarias, personal, etc.

4.4.1. Proceso de producción

Este aspecto comprende varios componentes, definidos con la finalidad que la empresa tenga una organización al momento de brindar el servicio por parte del personal y de igual manera que no existan errores ni mucho menos quejas por parte de los clientes.

TABLA N°25
Flujo grama de proceso de atención al turista.

	FLUJO GRAMA DE OPERACIONES	ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO
1		Saludo y Bienvenida	3 minutos
2		Información sobre servicios del lugar	5 minutos
3		Aceptación del cliente	4 minutos
4		Cobro de dinero por servicios	2 minutos
5		Registro del cliente	2 minutos
6		Entrega de trípticos y un coctel de bienvenida	2 minutos
7		En caso de solicitar servicio de hospedaje se realizara la entrega de llaves del cuarto.	1 minuto
		TOTAL	20 minutos

Elaborado por: La Autora

TABLA N°26
FLUJOGRAMA PROCESO ALIMENTACIÓN

FLUJOGRAMA DE OPERACIONES		ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO
1		Brindar aperitivos	1 minutos
2		Ofrecer la carta del menú	2 minutos
3		Tomar la orden	2 minutos
4		Preparar la orden de comida	10 minutos
5		Servir el pedido	2 minutos
6		Levantar la vajilla que haya sido utilizada.	6 minutos
7		Cancelación de la factura total de consumo.	4 minuto
		TOTAL	27 minutos








Elaborado por: La Autora

TABLA N°27
FLUJOGRAMA SERVICIO PISCINAS

FLUJOGRAMA DE OPERACIONES		ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO
1		Entrega de canastillas para ropa	1 minutos
2		Brindar información sobre normas de seguridad	5 minutos
3		Estar pendientes de la seguridad de los clientes	No tiene tiempo
4		Recoger las canastillas de los clientes	No tiene tiempo
5		Estar pendientes del aseo de piscinas.	2 minutos
		TOTAL	7 minutos

Elaborado por: La Autora

TABLA N°28
FLUJOGRAMA PROCESO HOSPEDAJE

FLUJOGRAMA DE OPERACIONES		ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO
1		Informar sobre la ubicación de habitaciones	1 minutos
2		Entrega de toallas y útiles de aseo personal.	2 minutos
3		Brindar información sobre normas de seguridad del lugar	2 minutos
4		Estar pendientes de las necesidades de los clientes.	No tiene tiempo
5		Percatarse del aseo de las Habitaciones	No tiene tiempo
6		Entrega de Habitaciones.	4 minutos
7		Cambio de juegos de sabana y cubrecamas.	6 minuto
		TOTAL	15 minutos

Elaborado por: La Autora

4.4.2. Distribución de la planta

TABLA N°29
Distribución de la planta

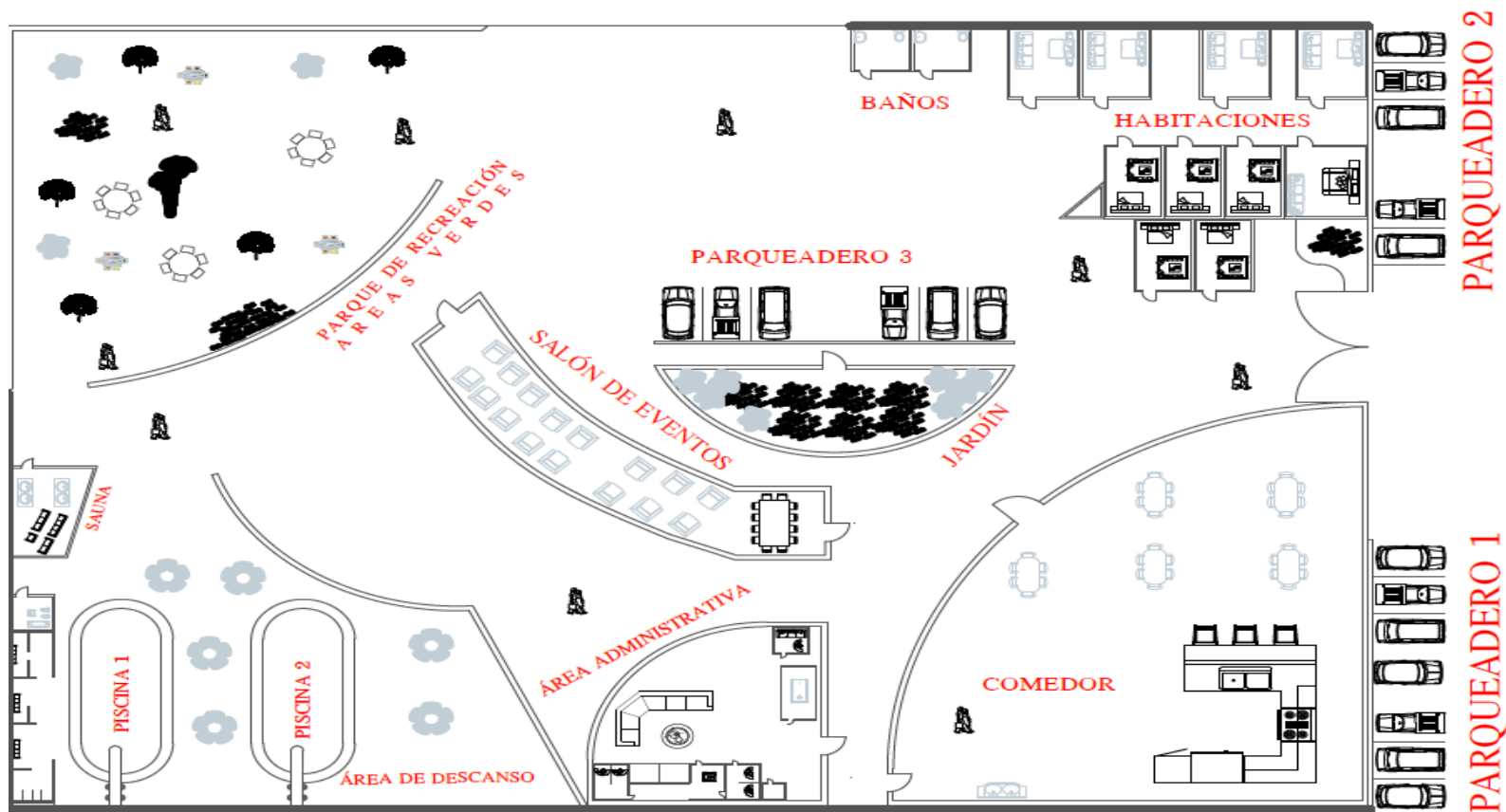
Primera Planta		
Área administrativa	Vestidores	Sauna
Recepción	Baños	Turco
Bar	Duchas	Hidromasaje
Bodega	Casilleros	Piscina para niños
Parqueadero	Áreas verdes	Piscina para adultos
Cuarto de maquinas	Área de descanso	

Segunda Planta

Salón de Baños
eventos

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

4.4.3. Planos del proyecto



Elaborado por: Ing. Cristian Puetate

4.4.4. Infraestructura Civil

Tabla N°30
INFRAESTRUCTURA CIVIL

Descripción	M2	V unitario	V total
Área Administrativa	50	\$ 160,00	\$ 8.000,00
Recepción	30	\$ 140,00	\$ 4.200,00
Hospedaje	250	\$ 120,00	\$ 30.000,00
Restaurante	180	\$ 125,00	\$ 22.500,00
Piscinas	280	\$ 110,00	\$ 30.800,00
Salón de eventos	210	\$ 40,00	\$ 8.400,00
Áreas verdes	700	\$ 30,00	\$ 21.000,00
Parqueadero	200	\$ 60,00	\$ 12.000,00
			\$ 136.900,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

4.5. Valoración económica de las variables técnicas

TABLA N° 31
INVERSIÓN EN OBRA FÍSICA

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo .Total
Terreno	Hectáreas	12	\$ 3500,00	\$40.000,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

4.5.1. Requerimiento en equipos.

Uno de los factores que permiten brindar un servicio de excelente calidad, será contar con tecnología de punta y estar actualizado sobre las nuevas tendencias tecnológicas.

Por tal motivo se ha visto indispensable mencionar el equipo de cómputo que será necesario para brindar un servicio de calidad.

TABLA N°32
REQUERIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN
EQUIPOS DE COMPUTO

Sección	Concepto	N°	Valor unitario	Valor total
Recepción	Computadora	1	\$600,00	\$600,00
	Impresora EPSON	1	\$350,00	\$350,00
	Servidor	1	\$300,00	\$300,00
TOTAL				\$1250,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

4.5.2. Requerimiento de muebles y enseres

Con la finalidad de que el complejo turístico funcione de manera adecuada, es necesario contar con todos los elementos y materiales adecuados que permitan prestar un servicio que sea de alta calidad a los turistas que lleguen a visitar el lugar.

A continuación se detallan cada uno de los elementos, cada uno de acuerdo al área de servicio con el que contara la empresa.

TABLA N°33
REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES (RESTAURANT)

Área	Sección	Concepto	N°	Valor unitario	Valor total
		Mesa 4 personas	12	\$ 40,00	\$ 480,00
		Mesa 6 personas	8	\$ 55,00	\$ 440,00
		Sillas de madera	96	\$ 20,00	\$ 1.920,00
		Barra de madera 4metros	1	\$ 600,00	\$ 600,00
		Taburetes	10	\$ 18,00	\$ 180,00
		Mesa de trabajo	1	\$ 150,00	\$ 150,00
		Mueble de cocina 3m	1	\$ 500,00	\$ 500,00
		Alacena	1	\$ 180,00	\$ 180,00
		Basurero	2	\$ 4,75	\$ 9,50
					\$ 4.459,50

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

TABLA N° 34
REQUERIMIENTO MUEBLES Y ENSERES (DORMITORIO)

Área	Sección	Concepto	N°	Valor unitario	Valor total
		Camas personales	5	\$ 100,00	\$ 500,00
		Cama matrimonial	3	\$ 200,00	\$ 250,00
		Literas	5	\$ 250,00	\$ 1.250,00
		Velador	14	\$ 20,00	\$ 280,00
		sillones medianos	5	\$ 350,00	\$ 1.750,00
		Basureros	14	\$ 4,50	\$ 63,00
RECREACIÓN					\$ 4.093,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

TABLA N° 35
REQUERIMIENTO MUEBLES Y ENSERES (RECREACIÓN)

Concepto	N	Valor unitario	Valor total
Mini bar	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Sillas	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Sillas de sol	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Casilleros para guardar pertenencias	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Basureros	4	\$ 4,50	\$ 18,00
			\$ 1.298,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

TABLA N°36
REQUERIMIENTO MUEBLES Y ENSERES (ADMINISTRACIÓN)

Concepto	N	Valor unitario	Valor total
Escritorio	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Archivador aéreo	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Sillas de visita	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Silla ejecutiva	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Mesa para reuniones	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Basureros	1	\$ 4,50	\$ 4,50
			\$ 389,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

4.5.3. Requerimiento en equipos de oficina y computación

Todas las instalaciones que conformara el complejo turístico deben contar con el equipo de oficina adecuado para las diferentes secciones.

A continuación se detallan los equipos de oficina adecuados que serán necesarios para el correcto funcionamiento.

TABLA N° 37
REQUERIMIENTO EQUIPO DE OFICINA

SECCIÓN	CONCEPTO	N°	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
DORMITORIOS	Televisor LCD 32	6	\$ 400,00	\$ 2.400,00
	Teléfono Samsung	6	\$ 25,00	\$ 150,00
	DVD	6	\$ 50,00	\$ 300,00
	Reloj de pared	6	\$ 5,00	\$ 30,00
	subtotal			
RESTAURANT	Televisor LCD 32	1	\$ 400,00	\$ 400,00
	Teléfono Samsung	1	\$ 25,00	\$ 25,00
	DVD	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	Mini componente	1	\$ 300,00	\$ 300,00
	Reloj de pared	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Subtotal			\$ 780,00
RECEPCIÓN	Papelera	1	\$ 6,00	\$ 6,00
	Grapadora	1	\$ 2,50	\$ 2,50
	Fax	1	\$ 15,00	\$ 15,00
	Central telefónica	1	\$ 15,00	\$ 15,00
	Perforadora	1	\$ 3,50	\$ 3,50
	Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
	Sumadora	1	\$ 75,00	\$ 75,00
	Subtotal			
	TOTAL			\$ 4.027,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

4.5.4. Requerimiento de menaje y lencería para habitaciones y restaurant

Para las secciones de restauran y dormitorios, es necesario contar con ciertos implementos de acuerdo con las expectativas de los clientes, tomando en cuenta que el principal objetivos es prestar un servicio de calidad hacia sus clientes, por tal motivo se presenta una lista de los implementos necesarios.

**TABLA N°38
MENAJE Y LENCERÍA**

Resumen de menaje y lencería				
SECCIÓN	CONCEPTO	N°	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Habitaciones	Juego de sabanas 2 plazas	14	\$ 15,00	\$ 210,00
	Juego de sabanas 1 plaza	14	\$ 13,00	\$ 182,00
	Cobijas 2 plazas	14	\$ 18,00	\$ 252,00
	Cobijas 1 plaza	14	\$ 17,00	\$ 238,00
	Toallas para baño	20	\$ 8,00	\$ 160,00
	Cortinas	6	\$ 25,00	\$ 150,00
	Cobertores	12	\$ 25,00	\$ 300,00
	Cortinas de baño	12	\$ 12,00	\$ 144,00
	Subtotal			\$ 1.636,00
	Restaurant	Manteles 4 puestos	12	\$ 15,00
Manteles 6 puestos		12	\$ 16,00	\$ 192,00
Limpiones		12	\$ 1,00	\$ 12,00
Subtotal				\$ 384,00
				\$ 2.020,00

**Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora**

4.5.5. Equipo de cocina

Este es considerado con punto clave para el desarrollo de las actividades turísticas dentro del complejo, el motivo se debe a que los servicios que se pretende brindar necesitaran de ciertas maquinarias y equipo para lograr un perfecto funcionamiento.

**TABLA N°39
EQUIPO DE COCINA**

CONCEPTO	N°	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina de inducción	1,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Horno	1,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Parrilla	1,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Plancha	1,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Extractor de olores	1,00	\$ 100,00	\$ 100,00

Frigorífico	1,00	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00
Congelador	1,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Licuadoras OSTER	2,00	\$ 80,00	\$ 160,00
Freidora de papas	1,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Procesadora de alimentos	1,00	\$ 130,00	\$ 130,00
Batidora	1,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Cafetera	1,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Sanduchera	1,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Microondas	1,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Juego de ollas	2,00	\$ 75,00	\$ 150,00
Juego de sartenes	2,00	\$ 25,00	\$ 50,00
Docenas de cubiertos	6,00	\$ 3,00	\$ 18,00
Vajilla	8,00	\$ 15,00	\$ 120,00
Juego de cuchillos docena	1,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Utensilios de cocina	2,00	\$ 40,00	\$ 80,00
Vasos de cristas docenas	6,00	\$ 7,00	\$ 42,00
Juegos de copas de cristas docenas	6,00	\$ 10,00	\$ 60,00
Extractor de jugos	1,00	\$ 75,00	\$ 75,00
SUBTOTAL			\$ 4.910,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

4.6. Resumen inversión fija

El resumen de la inversión fija se presenta a continuación:

TABLA N°40
INVERSIÓN FIJA

Detalle	Valor
Terreno	\$ 40.000,00
Vehículo	\$ 25.000,00
Infraestructura Civil	\$ 136.900,00
Equipo de Computación	\$ 1.350,00
Equipo de oficina	\$ 4.027,00
Muebles y enseres	\$ 10.240,00
Lencería	\$ 2.020,00
Menaje de cocina	\$ 4.910,00
Total	\$ 224.447,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

4.7. Inversiones Diferidas

Las inversiones diferidas comprenden los gastos de estudio y de constitución.

**TABLA N° 41
INVERSIÓN DIFERIDA**

Descripción	Valor
Estudios de factibilidad	500
Tramites de Constitución	400
Diseños arquitectónicos	100
Readecuación del lugar	200
Software Contable	500
Valor total	1700

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

4.8. Capital de Trabajo

Constituye valores justos y necesarios para el arranque del proyecto, hasta obtener los primeros ingresos a razón de la venta del servicio en oferta, los valores corresponden a costos y gastos de operación del proyecto.

El capital de trabajo se encuentra presupuestado para un mes, este dinero servir para dar inicio a las actividades.

- **Talento Humano Requerido**

Es indispensable para poner en marcha la nueva actividad económica, a continuación se presentan los valores correspondientes de mano de obra directa e indirecta.

**TABLA N°42
SUELDOS OPERATIVOS**

Sueldos operativos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cocinero	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Ayudante de cocina	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Guardia seguridad	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Limpieza	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Mensual	\$ 1.464,00	\$ 1.487,44	\$ 1.511,24	\$ 1.535,40	\$ 1.559,96	\$ 1.584,92
Anual	\$ 17.568,00	\$ 17.849,28	\$ 18.134,88	\$ 18.424,80	\$ 18.719,52	\$ 19.019,04

Elaborado por: Autora

TABLA N°43
SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Personal	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Recepcionista	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Contadora	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Mensual	\$ 1.098,00	\$ 1.115,58	\$ 1.133,43	\$ 1.151,55	\$ 1.169,97	\$ 1.188,69
Anual	\$ 13.176,00	\$ 13.386,96	\$ 13.601,16	\$ 13.818,60	\$ 14.039,64	\$ 14.264,28

Elaborado por: Autora

TABLA N° 44
CAPITAL DE TRABAJO

Detalle	Valor parcial	Valor total
Costos de Operación		\$ 5.952,79
Materia prima(alimentación)	\$ 1.300,00	
Sueldos operativos	\$ 4.542,79	
Servicios básicos	\$ 60,00	
Consumo de gas	\$ 40,00	
Mantenimiento equipo	\$ 10,00	
Gastos Administrativos		\$ 5.068,85
Sueldos administrativos	\$ 4.938,85	
Servicios básicos	\$ 60,00	
Servicios de comunicación	\$ 20,00	
Mantenimiento equipo de computación	\$ 25,00	
Utiles de oficina	\$ 25,00	
Gastos de ventas		\$ 100,00
Publicidad	\$ 100,00	
		\$
Subtotal		11.121,64
Imprevistos 2%		\$ 222,43
		\$
Total		\$11.344,07

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

4.9. Inversión total

La inversión total del proyecto está compuesta por: Inversión fija, Inversión diferida, Inversión variable.

Tabla N° 45
Inversión Total

Inversión total	
Detalle	Valor
Activos Fijos	\$224.447,00
Activos Diferidos	\$3000,00
Capital de Trabajo	\$11.344,0728
Total	\$238.791,073

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

4.10. Financiamiento del proyecto

Con la finalidad de dar inicio a las actividades del complejo turístico se necesitara una inversión superior a 211291,07 dólares, por tal motivo se ha buscado la posibilidad de financiamiento a través de la Corporación Financiera Nacional con el apoyo del Ministerio de Turismo, a continuación se detalla el financiamiento del proyecto.

TABLA N° 46
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Detalle	Valor	%
Capital propio	\$108.791,073	45,56
Capital Financiado	\$130.000,00	54,44
Total	\$238.791,073	100

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1, Objetivos

5.1.1. Objetivo General

- Realizar el análisis financiero del proyecto, con la finalidad de determinar la factibilidad del proyecto.

5.1.2. Objetivos Específicos

- Proyectar los ingresos que el proyecto generara en el desarrollo de la actividad turística.
- Establecer los egresos que se efectuarán en el desarrollo del proyecto y que sirvan para brindar un servicio de calidad.
- Elaborar los Estados Financieros necesarios para determinar el capital que posee para iniciar el negocio.
- Evaluar la inversión financiera para establecer los niveles de rentabilidad.

5.1.Ingresos

Los ingresos están representados por el nivel de ventas de los servicios que el complejo turístico brindara como; sauna, turco, alimentación y hospedaje. A través del estudio de mercado se obtuvieron datos con los cuales se pudo identificar la preferencia por parte de los clientes para los servicios, mismos que sirvieron para plantear el pronóstico de ingresos que obtendrá el proyecto de desarrollo turístico.

TABLA N°47
Complejo Turístico "EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ"
BALANCE DE ARRANQUE
Propiedad del Proyecto

Activo		Pasivo	
Activo Corriente		\$ 11.344,07	Pasivo Corriente
Capital de Trabajo	\$ 11.344,07		Préstamo por pagar \$ 130.000,00
Activos Fijos		\$ 224.447,00	Capital
Terreno	\$ 40.000,00		Inversión propia \$ 108.791,07
Vehículo	\$ 25.000,00		
Infraestructura	\$ 136.900,00		
Lencería	\$ 2.020,00		
Muebles y enseres	\$ 10.240,00		
Equipo de Comp.	\$ 1.350,00		
Equipo de oficina	\$ 4.027,00		
Menaje	\$ 4.910,00		
Activos de Libre Disponibilidad			
Gastos de Constitución		\$ 3.000,00	
Estudios de factibilidad	\$ 1.100,00		
Tramites de Constitución	\$ 400,00		
Diseños arquitectónicos	\$ 500,00		
Readecuación del lugar	\$ 500,00		
Software Contable	\$ 500,00		
		\$ 238.791,07	\$ 238.791,07

Elaborado por: Autora

TABLA N° 48
FLUJO TURÍSTICO PARA EL PROYECTO

Año	Flujo turístico	Servicio Piscina	Servicio Gastronomía	Servicio Hospedaje
		22%	33%	45%
1	42009	9241,98	13862,97	18904,05
2	42664	9386,08	14079,12	19198,8
3	43330	9532,6	14298,9	19498,5
4	44006	9681,32	14521,98	19802,7
5	44693	9832,46	14748,69	20111,85

Elaborado por: Autora

Tabla N°49
Flujo turístico Alimentación

Año	Flujo turístico	Comida rápida Platos típicos Platos a la carta		
		44%	35%	21%
1	13862,97	6099,71	4852,04	2911,22
2	14079,12	6194,81	4927,69	2956,62
3	14298,90	6291,52	5004,62	3002,77
4	14521,98	6389,67	5082,69	3049,62
5	14748,69	6489,42	5162,04	3097,22

Elaborado por: Autora

5.2.1. Proyección de Ingresos

En el siguiente Tabla de puede observar la dinámica de turistas para cada uno de los servicios, estará compuesto por su precio unitario el cual crece con una tasa de inflación del 1,6 % según INEC.

TABLA N°50
INGRESOS POR LOS SERVICIOS

Descripción	Ingresos por los servicios				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Piscina					
N° Turistas	\$ 9.241,98	\$ 9.386,08	\$ 9.532,60	\$ 9.681,32	\$ 9.832,46
Precio	\$ 7,00	\$ 7,11	\$ 7,23	\$ 7,34	\$ 7,46
Subtotal	\$ 64.693,86	\$ 66.735,03	\$ 68.920,70	\$ 71.060,89	\$ 73.350,15
Comida rápida					
N° de platos	\$ 6.099,71	\$ 6.194,81	\$ 6.291,52	\$ 6.389,67	\$ 6.489,42
Precio	\$ 2,50	\$ 2,54	\$ 2,58	\$ 2,62	\$ 2,66
Subtotal	\$ 15.249,27	\$ 15.734,82	\$ 16.232,11	\$ 16.740,94	\$ 17.261,87
Platos típicos					
N° de platos	\$ 4.852,04	\$ 4.927,69	\$ 5.004,62	\$ 5.082,69	\$ 5.162,04
Precio	\$ 3,00	\$ 3,05	\$ 3,10	\$ 3,15	\$ 3,20
Subtotal	\$ 14.556,12	\$ 15.029,46	\$ 15.514,31	\$ 16.010,48	\$ 16.518,53

Platos a la carta

N° de platos	\$ 2.911,22	\$ 2.956,62	\$ 3.002,77	\$ 3.049,62	\$ 3.097,22
Precio	\$ 3,00	\$ 3,06	\$ 3,12	\$ 3,18	\$ 3,24
Subtotal	\$ 8.733,67	\$ 9.047,24	\$ 9.368,64	\$ 9.697,78	\$ 10.035,01
Subtotal Gastronomía	\$ 38.539,06	\$ 39.811,53	\$ 41.115,06	\$ 42.449,20	\$ 43.815,41

Hospedaje

N° turistas	18904,05	19198,80	19498,50	19802,70	20111,85
Precio	15,00	15,24	15,48	15,72	15,96
Subtotal	283560,75	292589,71	301836,78	311298,44	320985,13
Total Ingresos	386793,67	399136,27	411872,54	424808,53	438150,69

Elaborado por: Autora

**TABLA N°51
INGRESOS CONSOLIDADOS**

Servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Piscina	\$ 64.693,86	\$ 66.735,03	\$ 68.920,70	\$ 71.060,89	\$ 73.350,15
Alimentación	\$ 38.539,06	\$ 39.811,53	\$ 41.115,06	\$ 42.449,20	\$ 43.815,41
Hospedaje	\$ 283.560,75	\$ 292.589,71	\$ 301.836,78	\$ 311.298,44	\$ 320.985,13
Total	\$ 386.793,67	\$ 399.136,27	\$ 411.872,54	\$ 424.808,53	\$ 438.150,69

Elaborado por: Autora**5.2.Egresos**

A continuación se encuentran detallados los egresos que se estiman con la finalidad de prestar un servicio que sea de calidad, se ha tomado en cuenta el 1,6% de crecimiento para el cálculo de los egresos de igual manera el % de acuerdo a la tendencia del sueldo básico, según el Banco Central del Ecuador.

5.3.1. Costos Operativos

Comprende todos los costos directos e indirectos que están relacionados con la actividad turística.

Costos por Alimentación

Los costos para la alimentación se establecieron tomando en cuentas el número de platos que se pretende brindar, de igual manera se tomara en cuenta la preferencia por los diferentes platos que la empresa turística ofrecerá.

TABLA N°52
COSTOS POR COMIDA RÁPIDA

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos					
Estimados	\$ 6.099,71	\$ 6.194,81	\$ 6.291,52	\$ 6.389,67	\$ 6.489,42
Comida Rápida	\$ 1,25	\$ 1,27	\$ 1,29	\$ 1,31	\$ 1,33
	\$ 7.624,63	\$ 7.867,41	\$ 8.116,06	\$ 8.370,47	\$ 8.630,93
Costos					
estimados	\$ 4.852,04	\$ 4.927,69	\$ 5.004,62	\$ 5.082,69	\$ 5.162,04
Platos Típicos	\$ 1,75	\$ 1,78	\$ 1,81	\$ 1,84	\$ 1,87
	\$ 8.491,07	\$ 8.771,29	\$ 9.058,35	\$ 9.352,16	\$ 9.653,02
Costos					
Estimados	\$ 2.911,22	\$ 2.956,62	\$ 3.002,77	\$ 3.049,62	\$ 3.097,22
Platos a la	\$ 3,00	\$ 3,04	\$ 3,08	\$ 3,12	\$ 3,16
Carta	\$ 8.733,67	\$ 8.988,11	\$ 9.248,53	\$ 9.514,80	\$ 9.787,23
TOTAL					
COSTOS	\$ 24.849,37	\$ 25.626,81	\$ 26.422,94	\$ 27.237,43	\$ 28.071,18

Elaborado por: Autora

Sueldos operativos

Son los pagos realizados al personal con los que la empresa va a entrar en funcionamiento.

TABLA N°53
SUELDO UNIFICADO MENSUAL

Sueldos operativos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cocinero	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Ayudante de cocina	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Guardia seguridad	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Limpieza	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Mensual	\$ 1.464,00	\$ 1.487,44	\$ 1.511,24	\$ 1.535,40	\$ 1.559,96	\$ 1.584,92
Anual	\$ 17.568,00	\$ 17.849,28	\$ 18.134,88	\$ 18.424,80	\$ 18.719,52	\$ 19.019,04

Elaborado por: Autora

TABLA N°54
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA

Personal	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Recepcionista	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Contadora	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Mensual	\$ 1.098,00	\$ 1.115,58	\$ 1.133,43	\$ 1.151,55	\$ 1.169,97	\$ 1.188,69
Anual	\$ 13.176,00	\$ 13.386,96	\$ 13.601,16	\$ 13.818,60	\$ 14.039,64	\$ 14.264,28

Elaborado por: Autora

Costos Indirectos de Operación

Los costos indirectos se establecieron tomando en cuenta los servicios que se brindaran.

- Servicios básicos

A continuación se detallan los siguientes egresos para el área operativa:

TABLA N°55
SERVICIOS BÁSICOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Agua	\$300	\$304,8		\$309,68	\$314,63	\$319,66
Luz	\$380	\$386,08		\$392,2	\$398,48	\$404,86
Total	\$680	\$690,88		\$701,88	\$713,11	\$724,52

Elaborado por: Autora

- Consumo de gas

El gas que se consumirá estará contabilizado de la siguiente manera:

TABLA N°56
CONSUMO DE GAS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Consumo de gas	\$400	\$406,4		\$412,9	\$419,51 \$426,32

Elaborado por: Autora

- Mantenimiento de equipo

Los equipos con los que cuenta la empresa necesitaran los siguientes egresos:

Tabla N°57
Mantenimiento de equipo

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento maquinaria y equipo	\$60	\$60,96		\$61,94	\$62,93 \$63,94
Total	\$60	\$60,96		\$61,94	\$62,93 \$63,94

Elaborado por: Autora

- Resumen de Costos Operativos

TABLA N°58
RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima(Alimentación)	\$ 24.849,37	\$ 25.626,81	\$ 26.422,94	\$ 27.237,43	\$ 28.071,18
Sueldos operacionales	\$ 18.171,17	\$ 19.948,95	\$ 20.268,15	\$ 20.592,17	\$ 20.921,56
Servicios básicos	\$ 680,00	\$ 690,88	\$ 701,88	\$ 713,11	\$ 724,52
Consumo de gas	\$ 400,00	\$ 406,40	\$ 412,90	\$ 419,51	\$ 426,32
Mantenimiento equipo y maquinaria	\$ 60,00	\$ 60,96	\$ 61,94	\$ 62,93	\$ 63,94
Total	\$ 44.160,54	\$ 46.734,00	\$ 47.867,80	\$ 49.025,15	\$ 50.207,52

Elaborado por: Autora

5.3.2. Gastos Administrativos

Son erogaciones de dinero que se efectúan con la finalidad de administración, los egresos que a continuación se presentan están proyectados de manera anual según la tasa de crecimiento del 1,6% del 2016, salvo los sueldos administrativos que se tomara el 9% según la tendencia del sueldo básico.

- Sueldos administrativos

TABLA N°59
SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Personal	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Recepcionista	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Contadora	\$ 366,00	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Mensual	\$ 1.098,00	\$ 1.115,58	\$ 1.133,43	\$ 1.151,55	\$ 1.169,97	\$ 1.188,69
Anual	\$ 13.176,00	\$ 13.386,96	\$ 13.601,16	\$ 13.818,60	\$ 14.039,64	\$ 14.264,28

Elaborado por: Autora

TABLA N° 60
PROYECCIÓN SUELDO ADMINISTRATIVO

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo básico	\$ 13.386,96	\$ 13.601,16	\$ 13.818,60	\$ 14.039,64	\$ 14.264,28
Aporte Patronal	\$ 1.492,65	\$ 1.516,53	\$ 1.540,77	\$ 1.565,42	\$ 1.590,47
Fondos de reserva	\$ 1.115,13	\$ 1.132,98	\$ 1.151,09	\$ 1.169,50	\$ 1.188,21
Vacaciones	\$ 556,90	\$ 565,81	\$ 574,85	\$ 584,05	\$ 593,39
Décimo tercero	\$ 1.115,58	\$ 1.133,43	\$ 1.151,55	\$ 1.169,97	\$ 1.188,69
Décimo cuarto	\$ 371,86	\$ 377,81	\$ 383,85	\$ 389,99	\$ 396,23
Total	\$ 15.053,79	\$ 15.294,66	\$ 15.539,17	\$ 15.787,73	\$ 16.040,34

Elaborado por: Autora

- Servicios de Comunicación

Se contratarán los servicios de internet y teléfono

Tabla N°61
Servicios para comunicación

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de teléfono	250	254		258	262,13 266,32
Servicio de internet	300	304,8		487,68	495,48 503,41
Total	550	558,8		745,68	757,61 769,73

Elaborado por: Autora

- Útiles de oficina

**TABLA N°62
ÚTILES DE OFICINA**

Detalle	Q	P.U	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resmas papel bond	\$ 20,00	\$ 3,00	\$ 60,00	\$ 60,96	\$ 61,94	\$ 62,93	\$ 63,93
Grapadora	\$ 5,00	\$ 2,50	\$ 12,50	\$ 12,70	\$ 12,90	\$ 13,11	\$ 13,32
Folders Archivadores	\$ 20,00	\$ 5,00	\$ 100,00	\$ 101,60	\$ 103,23	\$ 104,88	\$ 106,56
Perforadora	\$ 5,00	\$ 3,50	\$ 17,50	\$ 17,78	\$ 18,06	\$ 18,35	\$ 18,65
Lápices	\$ 100,00	\$ 0,35	\$ 35,00	\$ 35,56	\$ 36,13	\$ 36,71	\$ 37,29
Esferos	\$ 100,00	\$ 0,30	\$ 30,00	\$ 30,48	\$ 30,97	\$ 31,46	\$ 31,97
Factureros	\$ 10,00	\$ 0,60	\$ 6,00	\$ 6,10	\$ 6,19	\$ 6,29	\$ 6,39
Útiles varios	\$ 200,00	\$ 2,00	\$ 400,00	\$ 406,40	\$ 412,90	\$ 419,51	\$ 426,22
Total			\$ 661,00	\$ 671,58	\$ 682,32	\$ 693,24	\$ 704,33

Elaborado por: Autora

• Resumen de Gastos Administrativos

A continuación se detallan los gastos administrativos en resumen:

**TABLA N°63
GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	\$ 14.816,56	\$ 15.053,79	\$ 15.294,66	\$ 15.539,17	\$ 15.787,73
Servicios de Comunicación	\$ 550,00	\$ 558,80	\$ 745,68	\$ 757,61	\$ 769,73
Útiles de oficina	\$ 661,00	\$ 671,58	\$ 682,32	\$ 693,24	\$ 704,33
TOTAL	\$ 16.027,56	\$ 16.284,16	\$ 16.722,66	\$ 16.990,02	\$ 17.261,79

Elaborado por: La Autora

5.3.3. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas son dinero que está destinado para la promoción y publicidad que se realizara con la finalidad de que las personas conozcan sobre el servicio, de igual manera crece con la tasa de inflación.

• Publicidad

Se utilizaran recursos para que las personas conozcan sobre el servicio que el complejo turístico brindara.

**TABLA N°64
PUBLICIDAD.**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Prensa	\$ 170,00	\$ 172,72	\$ 175,48	\$ 178,29	\$ 181,14
Radio	\$ 160,00	\$ 162,56	\$ 165,16	\$ 167,80	\$ 170,49
Trípticos	\$ 160,00	\$ 162,56	\$ 165,16	\$ 167,80	\$ 170,49
Página web	\$ 250,00	\$ 254,00	\$ 258,06	\$ 262,19	\$ 266,39
Total	\$ 740,00	\$ 751,84	\$ 763,87	\$ 776,09	\$ 788,51

Elaborado por: Autora

5.3.4. Financiamiento

Emprender un nuevo negocio requiere de una inversión que permita poner en marcha el proyecto. Por tal motivo se solicitara un préstamo a la Corporación Financiera Nacional, la cual realiza convenios con el Ministerio de turismo para apoyar a los nuevos emprendedores.

Para el financiamiento se utilizaron las diferentes condiciones:

Valor préstamo	130000
Plazo	5 años
Tasa de Interés	7,50%
Cuotas Mensuales	
Monto	130000
No de pagos al año	12
Cuotas	60
Tasa	0,00625

**TABLA N°65
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

N°	Meses	Cuotas	Interés	Amortización	Saldo	
					\$ 130.000,00	
	\$ 0,00					
	\$ 1,00	\$ 2.604,93	\$ 812,50	\$ 1.792,43	\$ 1.792,43	\$ 128.207,57
	\$ 2,00	\$ 2.604,93	\$ 801,30	\$ 1.803,64	\$ 3.596,07	\$ 126.403,93
	\$ 3,00	\$ 2.604,93	\$ 790,02	\$ 1.814,91	\$ 5.410,98	\$ 124.589,02
	\$ 4,00	\$ 2.604,93	\$ 778,68	\$ 1.826,25	\$ 7.237,23	\$ 122.762,77
	\$ 5,00	\$ 2.604,93	\$ 767,27	\$ 1.837,67	\$ 9.074,90	\$ 120.925,10
	\$ 6,00	\$ 2.604,93	\$ 755,78	\$ 1.849,15	\$ 10.924,05	\$ 119.075,95
	\$ 7,00	\$ 2.604,93	\$ 744,22	\$ 1.860,71	\$ 12.784,76	\$ 117.215,24
	\$ 8,00	\$ 2.604,93	\$ 732,60	\$ 1.872,34	\$ 14.657,09	\$ 115.342,91
	\$ 9,00	\$ 2.604,93	\$ 720,89	\$ 1.884,04	\$ 16.541,13	\$ 113.458,87
	\$ 10,00	\$ 2.604,93	\$ 709,12	\$ 1.895,82	\$ 18.436,95	\$ 111.563,05
	\$ 11,00	\$ 2.604,93	\$ 697,27	\$ 1.907,66	\$ 20.344,61	\$ 109.655,39
	\$ 12,00	\$ 2.604,93	\$ 685,35	\$ 1.919,59	\$ 22.264,20	\$ 107.735,80

Elaborado por: Autora

- Gastos Financieros

Se pagaran interés por el crédito que se solicitó.

**TABLA N°66
GASTO INTERÉS**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	\$ 8.995,00	\$ 7.266,57	\$ 5.403,96	\$ 3.396,75	\$ 1.436,49
Total	\$ 8.995,00	\$ 7.266,57	\$ 5.403,96	\$ 3.396,75	\$ 1.436,49

Elaborado por: Autora

5.3.5. Calculo Depreciaciones

Las depreciaciones se realizaran de acuerdo al porcentaje que este determinado por ley.

**TABLA N°67
CALCULO DEPRECIACIONES**

Activo Fijo	%depre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura	5%	\$ 6.845,00	\$ 6.845,00	\$ 6.845,00	\$ 6.845,00	\$ 6.845,00
Equipo de Comp.	33,33%	\$ 449,96	\$ 449,96	\$ 449,96		
Equipo de oficina	10%	\$ 402,70	\$ 402,70	\$ 402,70	\$ 402,70	\$ 402,70
Vehículo	20%	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Muebles y Enseres	10%	\$ 1.024,00	\$ 1.024,00	\$ 1.024,00	\$ 1.024,00	\$ 1.024,00
Total		\$ 13.721,66	\$ 13.721,66	\$ 13.721,66	\$ 13.271,70	\$ 13.271,70

Elaborado por: Autora

5.3.6. Amortización Diferidos

El cálculo se lo realizó de acuerdo a la ley tomando en cuenta el 20% amortizable para cada año

**TABLA N°68
AMORTIZACIÓN**

Descripción	Amortización Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos diferidos	\$3000	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00

Elaborado por: Autora

5.3.7. Resumen para Egresos

A continuación se detalla los ingresos que tendrá el proyecto durante su vida útil.

**TABLA N°69
RESUMEN DE EGRESOS**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos operativos	\$ 44.160,54	\$ 46.734,00	\$ 47.867,80	\$ 49.025,15	\$ 50.207,52
Gastos Administrativos	\$ 16.027,56	\$ 16.284,16	\$ 16.722,66	\$ 16.990,02	\$ 17.261,79
Gastos por depreciación	\$ 13.721,66	\$ 13.721,66	\$ 13.721,66	\$ 13.271,70	\$ 13.271,70
Gastos por amortización	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Gastos financieros	\$ 8.995,00	\$ 7.266,57	\$ 5.403,96	\$ 3.396,75	\$ 1.436,49
Total	\$ 83.504,75	\$ 84.606,39	\$ 84.316,08	\$ 83.283,61	\$ 82.777,50

Elaborado por: Autora

5.3.Estados Financieros

Luego de haber planteado las inversiones, los ingresos y los egresos se establecieron los siguientes balances financieros.

5.3.1. Estado de Situación Financiera

En este estado se verá reflejado los activos y los pasivos.

TABLA N°70 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

COMPLEJO TURÍSTICO "EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ"			
Estado de Situación Financiera			
Activo			
Activos Corrientes		\$ 11.344,07	Pasivo
Caja	\$ 11.344,07		Pasivos largo plazo \$ 130.000,00
Bancos			Préstamo por pagar
Activos Fijos		\$ 224.447,00	Capital
Terreno	\$ 40.000,00		Inversión propia \$ 108.791,07
Infraestructura	\$ 136.900,00		
Equipo de Computación	\$ 1.350,00		
Equipo de oficina	\$ 4.027,00		
Muebles y enseres	\$ 10.240,00		
Vehículo	\$ 25.000,00		
Menaje	\$ 4.910,00		
Lencería	\$ 2.020,00		
Activo Diferido		\$ 3.000,00	
Gastos de Constitución	\$ 3.000,00		
TOTAL ACTIVOS		\$ 238.791,07	TOTAL P+P \$ 238.791,07

Elaborado por: Autora

5.3.2. Estado de Resultados

Representa la posición económica del complejo turístico a implementarse.

Tabla N°71
Estado de Resultados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos proyectados	\$ 386.793,67	\$ 399.136,27	\$ 411.872,54	\$ 424.808,53	\$ 438.150,69
Costos operativos	\$ 44.160,54	\$ 46.734,00	\$ 47.867,80	\$ 49.025,15	\$ 50.207,52
Utilidad bruta	\$ 342.633,13	\$ 352.402,27	\$ 364.004,73	\$ 375.783,39	\$ 387.943,17
Gastos Administrativos	\$ 16.027,56	\$ 16.284,16	\$ 16.722,66	\$ 16.990,02	\$ 17.261,79
Gastos de ventas	\$ 740,00	\$ 751,84	\$ 763,87	\$ 776,09	\$ 788,51
Gastos Financieros	\$ 8.995,00	\$ 7.266,57	\$ 5.403,96	\$ 3.396,75	\$ 1.436,49
Gastos de depreciación	\$ 13.721,66	\$ 13.721,66	\$ 13.721,66	\$ 13.271,70	\$ 13.271,70
Gastos diferidos	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Utilidad operativa	\$ 302.548,91	\$ 313.778,04	\$ 326.792,59	\$ 340.748,83	\$ 354.584,67
Participación de trabajadores	\$ 66.560,76	\$ 69.031,17	\$ 71.894,37	\$ 74.964,74	\$ 78.008,63
Utilidad o perdida antes de I	\$ 235.988,15	\$ 244.746,87	\$ 254.898,22	\$ 265.784,09	\$ 276.576,05
Impuesto a la renta 22%	\$ 51.917,39	\$ 53.844,31	\$ 56.077,61	\$ 58.472,50	\$ 60.846,73
Utilidad neta proyectada	\$ 184.070,76	\$ 190.902,56	\$ 198.820,61	\$ 207.311,59	\$ 215.729,32

Elaborado por: Autora

5.3.3. Estado de Flujo de Efectivo

TABLA N°72
FLUJO DE EFECTIVO

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	23879					
Inversión Inicial	1,0728					
Utilidad Neta		184070,76	190902,56	198820,61	207311,59	215729,32
(+)Depreciación		13721,655	13721,655	13721,655	13271,7	13271,7
(+)Diferidos						600
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS		197792,41	204624,21	212542,27	220583,29	229601,02
(-)Participación a trabajadores		66560,76	69031,17	71894,37	74964,74	78008,63
(-)Impuestos		51917,39	53844,31	56077,61	58472,50	60846,73
TOTAL EGRESOS PROYECTADOS		118478,15	122875,48	127971,98	133437,24	138855,36
(=)FLUJO DE CAJA PROYECTADO	23879	1,07	79314,26	81748,73	84570,29	87146,05
						90745,66

Elaborado por: Autora

5.4. Evaluación Financiera

El cálculo de la evaluación financiera permitirá determinar la factibilidad del proyecto turístico, cabe recalcar que se utilizaron indicadores financieros para un mejor conocimiento.

5.4.1. Determinación de Costo Capital y TRM

Para determinar el costo de oportunidad se tomó como base la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado.

Tabla N°73
COSTO CAPITAL Y TRM

Detalle	Valor	%	Tasa de ponderación	Valor ponderado
Capital propio	108791,0728	44,47	5,51%	2,45
Capital financiado	130000	55,53	8,38%	4,65
Total	238791,0728	100	13,89%	7,10

Elaborado por: Autora

CK=	7,07%		
Datos			
CK(valor ponderado)=	6,27%		
If(Inflación)=	2,7%		
	0,0914	TRM=	9,14%
	9,14		

5.4.2. Valor Actual Neto

Representa la rentabilidad del proyecto en tiempo real, se podrá determinar si el proyecto es factible, además es importante señalar que se deberá obtener un valor positivo y mayor a cero.

**TABLA N°74
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS	
		DE EFECTIVO	ENTRADAS ACTUALES
		-\$	
0		238.791,07	(\$ 238.791,07)
1		\$ 79.314,26	\$ 72.672,04
2		\$ 81.748,73	\$ 68.629,86
3		\$ 84.570,29	\$ 65.052,80
4		\$ 87.146,05	\$ 61.420,29
5		\$ 90.745,66	\$ 58.601,15
		VAN	\$ 87.585,06

Elaborado por: Autora

5.4.3. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno representa la rentabilidad del proyecto, servirá para poder determinar en qué año se podrá recuperar la inversión.

**Tabla N°75
TIR**

AÑO	FEF
0	-\$238.791,07
1	\$793.14,26
2	\$81748,73
3	\$845.70,29
4	\$871.46,05
5	\$907.45,66
TIR	22%

Elaborado por: Autora

TRM	TIR	DIFERENCIA
9,14%	22,12%	12,98%

5.4.4. Costo Beneficio

**TABLA N°76
COSTO BENEFICIO**

AÑO	1	2	3	4	5	Σ
Ingresos	197792,41	204624,21	212542,27	220583,29	229601,02	
$I/(1+trm)^n$	181228,16	171786,54	163490,85	155466,49	148270,26	820242,31
Egresos	118478,15	122875,48	127971,98	133437,24	138855,36	
$E/(1+trm)^n$	118478,15	122875,48	127971,98	133437,24	138855,36	641618,21
					B/C	1,28

Elaborado por: Autora

Por cada dólar ajustado se recibe 1,28 de ingreso es decir una ganancia de 0,28 más

5.4.5. Punto de Equilibrio

Consiste en determinar el nivel operativo que necesita obtener para estar en equilibrio.

**TABLA N°77
PONDERACIÓN**

PRODUCTOS	CANTIDAD	%
Alimentación	13862,97	22%
Hospedaje	18904,05	33%
Piscinas	9241,98	45%
TOTAL	42009	100%

Elaborado por: Autora

**TABLA N°78
Margen de Contribución**

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	%
Alimentación	8,5	\$ 6,00	22%
Hospedaje	15	\$7,00	33%
Piscinas	7	\$3,00	45%

Elaborado por: Autora

$$MC = (8,5-6)*22\% + (15-7)*33\% + (7-3)*45\%$$

$$MC = 4,99$$

$$PEQ = \text{Costos Fijos} / \text{Margen de Contribución}$$

$$PEQ = 24849,37 / 4,99$$

PEQ=4980 turistas

El punto de equilibrio indica que el complejo turístico necesita los ingresos de 4980 turistas para obtener el equilibrio operativo.

TABLA N°79
PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO

PRODUCTOS	%	Punto de equilibrio por servicio	precio de venta	Punto de equilibrio en dólares
Hospedaje	45%	2241	\$ 8,50	\$ 19.047,87
Restaurant	33%	1643	\$ 15,00	\$ 24.650,18
Piscina, Sauna, Turco	22%	1096	\$ 7,00	\$ 7.668,94
	100%			\$ 51.366,99

Elaborado por: Autora

5.4.6. Recuperación de la inversión

TABLA N° 80
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	DEFLACTOR	VALOR DEFLACTADO	RECUPERACIÓN
1	\$79.314,26	0,9163	\$72.672,04	\$0,00
2	\$81.748,73	0,8395	\$68.629,86	\$141.301,90
3	\$84.570,29	0,7692	\$65.052,80	\$206.354,69
4	\$87.146,05	0,7048	\$61.420,29	\$267.774,99
5	\$90.745,66	0,6458	\$58.601,15	\$326.376,13

Elaborado por: Autora

5.4.7. Resumen de la Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite determinar finalmente el nivel de factibilidad del proyecto y conocer cuál va a ser el rendimiento económico del proyecto, a continuación se detallan cada uno de los indicadores y su resultado.

TABLA N°81
RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM=		9,14%	
		\$	
VAN=	VAN>0	87.585,06	Acceptable
TIR=	TIR>TRM	22%	Acceptable
			Años
PRI=		4 años	acceptables
B/C=	R B/C>1	\$ 1,28	Acceptable

Elaborado por: Autora

CONCLUSIÓN

A través del Estudio Financiero se logró establecer la rentabilidad del proyecto, por tal motivo se considera al proyecto viable, cabe recalcar que la recuperación de la inversión ser en un periodo de 4 años.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Aspectos estratégica

6.1.1. Misión

Brindar un servicio integral y personalizado de alta calidad y de manera profesional, buscando con ello entregar a nuestros clientes un lugar de esparcimiento y distracción familiar al mantenerse en contacto con la naturaleza.

6.1.2. Visión

Para el año 2020 ser un icono dentro de los mejores Complejos turísticos a través de la satisfacción de nuestros clientes nacionales e internacionales, basándonos en un crecimiento sustentable y competitivo pensando siempre en la armonía con el medio ambiente.

6.1.3. Principios y valores

PRINCIPIOS

Los principios corporativos comprenden el conjunto de valores, creencias y normas que regulan el buen funcionamiento de la entidad. Estos principios definen aspectos importantes para la empresa y que deben ser conocidos y compartidos con todos, por tal motivo constituyen una norma corporativa y el soporte de la cultura organizacional de la empresa.

En el complejo Turístico “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ” se aplicaran los siguientes principios:

- Respeto por el ser humano: El complejo turístico pretende en primer lugar ser respetuoso con el ser humano y se procurara el bienestar y desarrollo constante en lo que se refiere a las aptitudes de los empleados, a través de la capacitación, educación y entrenamiento continuo.
- La calidad es lo primero: La finalidad del complejo turístico tendrá la finalidad de satisfacer las necesidades de sus clientes, a través de la prestación de un servicio de excelente calidad.
- Fascinación al cliente: Todas las actividades que se realicen en el complejo turístico estarán destinadas a cautivas y fascinar a nuestros clientes, poniéndolos en contacto con la naturaleza y sobretodo momentos de relajación.
- Innovación y creatividad: estamos comprometidos con la modernización en lo que se refiere al desarrollo de los servicios y productos que sean atractivos a la población, a través de esto se obtendrá un mayor nivel competitivo.
- Buen trato: Comprenderá la capacidad que el personal posea para brindar emoción, alegría, gozo, y dinamismo y sobretodo demostrando la cultura que los carchenses poseemos.
- Escuchar y respetar: Saber escuchar y respetar a todas las personas que visiten el lugar, siendo este un aspecto importante para que el cliente se sienta bien durante su estancia.
- Cumplimiento de normas: Ante la creación del complejo turístico se ve la necesidad de mantener un desarrollo sostenible que proteja al medio ambiente y a la comunidad en la cual se está desarrollando el presente proyecto, pero sin descuidar los temas económicos.

- Trabajo en equipo: El trabajo en equipo es fundamental en el desarrollo del proyecto, por lo tanto deberá existir el apoyo de cada persona para el logro de los objetivos organizacionales.

VALORES

Los valores son principios considerados válidos y fundamentales en cada persona, los valores son puntuales que brindan a todas las organizaciones su fortaleza, su poder y sobretodo fortalecen la visión planteada.

- Honestidad: Cumplir estrictamente con el deber, regirse sobre todo con rectitud e integridad.
- Higiene y pulcritud: Mantener el complejo turístico de manera impecable tanto en el personal como en todas las actividades que se realizaran diariamente.
- Responsabilidad: Cada persona que realice labores dentro del complejo deberá tener sus responsabilidades de cumplir con su trabajo en un principio asignado.
- Excelencia: orientándonos hacia los resultados y hacia los objetivos, buscando la satisfacción de los clientes.
- Compromiso: enfocados a lograr los objetivos y obtener los mejores resultados en un menor tiempo y a un bajo costo.
- Vocación de servicio

6.1.4. Políticas

- Cumplir con el horario de entrada y salida al complejo turístico.
- Imagen, limpieza y buena presentación de los puestos de trabajo.
- Presentación de Estados financieros cada fin de mes.
- Preparar a tiempo el pago a personal del complejo.
- Velar por la seguridad de nuestros clientes.
- Brindar ayuda en el momento en que nuestros clientes nos necesiten.
- Trato Cortez hacia los clientes.

6.2. Aspecto organizacional

Con la finalidad de poder desarrollar las actividades en el complejo turístico se ve la necesidad de contar con una estructura organizacional, en la cual este detallado los recursos humanos necesarios para el buen funcionamiento de la entidad.

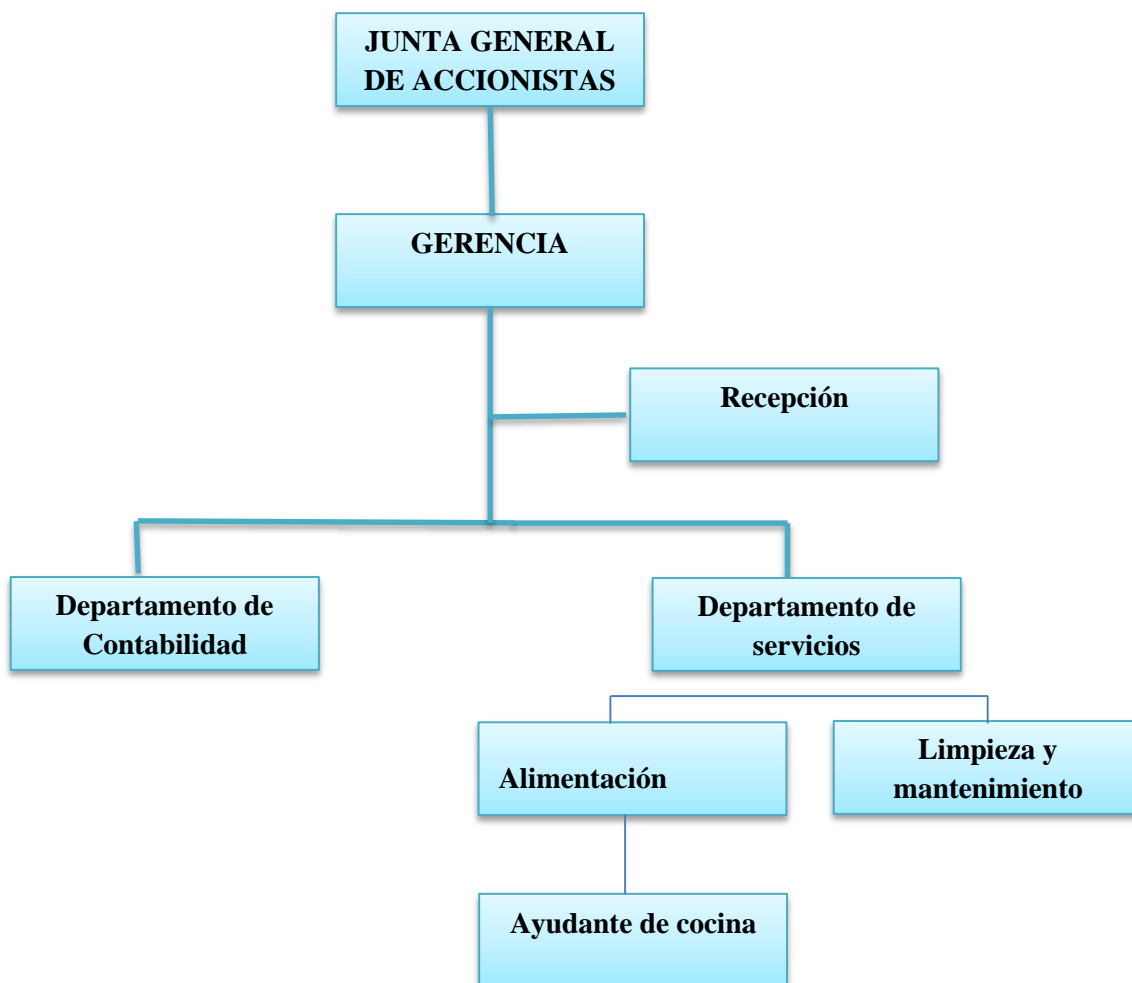
6.2.1. Organigrama estructural

En la normativa legal se considera que para normar la estructura administrativa de una empresa se deben utilizar organigramas , este documento se transcribe en orden jerárquico y relación que debe existir con cada departamento y las responsabilidades que debe tener cada uno de los funcionarios al servicio del complejo.




COMPLEJO TURÍSTICO"EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ"


ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL





Elaborado por: La Autora


6.2.2. Organigrama funcional

	<p>COMPLEJO TURÍSTICO “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ” NOMBRE DE PUESTO:GERENTE MISIÓN: Velar por el buen funcionamiento del Complejo y el bienestar de los empleados.</p>	
<p>PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título universitario en Administración de Empresa. • Experiencia en manejo administrativo mínimo de 1 año. • Orientación al trabajo en equipo. <p>COMPETENCIAS RELACIÓN FUNCIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia para la toma de decisiones. • Capacidad para trabajar bajo presión. • Disponibilidad de tiempo completo para el cumplimiento de su trabajo • Capacidad para desarrollar y sistematizar procesos dentro del complejo turístico. 	<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente al complejo turístico en todas las actividades en las que se requiera su presencia. • Fijar políticas y reglamentos del complejo turístico. • Realizar contactos con clientes y proveedores. <p>RESPONSABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar controles administrativos y financieros sobre el Complejo Turístico. ➤ Encargarse de los contratos y sancionar al personal que este incumpliendo alguna norma o ley a los que se rija el complejo. ➤ Coordinar, supervisar, monitorear todos los procesos que se den para el funcionamiento del complejo turístico. 	
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>	<p>Autorizado por:</p>

	<p>COMPLEJO TURÍSTICO “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ” NOMBRE DE PUESTO:CONTADOR MISIÓN: Velar por el buen funcionamiento del Complejo y el bienestar de los empleados.</p>	
<p>PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título Universitario en Contabilidad(C.P.A) • Experiencia en el manejo contable de empresas mínimo 3 años en áreas similares. <p>COMPETENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia y buen manejo de programas y sistemas contables. • Conocimientos contables para la declaración de los impuestos que sean necesarios cancelar. • Capacidad para trabajar bajo presión. <p>RELACIÓN FUNCIONAL</p>	<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar el sistema contable vigente que en Complejo Turístico maneje. • Supervisar y verificar que registren las transacciones que se realicen día a día. • Elaborar de manera mensual informes financieros para tomar decisiones generales en beneficio del complejo. <p>RESPONSABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener el inventario del Complejo Turístico actualizado. ➤ Estar actualizado en lo que se refiere a sistemas contables. ➤ Realizar declaraciones mensuales del IVA. ➤ En caso de ser necesario deberá realizar declaraciones del Impuesto de retención en la fuente. 	
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>	<p>Autorizado por:</p>

	<p>COMPLEJO TURÍSTICO “EL RINCÓN ESCONDIDO DE PALUZ” NOMBRE DE PUESTO: RECEPCIONISTA MISIÓN: Velar por el buen funcionamiento del Complejo y el bienestar de los empleados.</p>	
<p>PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título universitario en secretariado ejecutivo bilingüe. • Experiencia en atención al cliente. • Experiencia en manejo de datos, archivo y sistemas de office. <p>COMPETENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilidad y capacidad para trabajar bajo presión. • Buena presencia • Excelente relación interpersonal. <p>RELACIÓN FUNCIONAL</p>	<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar atención a los clientes que visiten al complejo turístico con el respeto y amabilidad que e merecen. • Velar por la seguridad de los documentos que contengan información confidencial, • Atender con el debido respeto y amabilidad a las llamadas telefónicas que se receptan a diario, así como también los correos electrónicos que se reciban. <p>RESPONSABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informar sobre los servicios que se brindan en el Complejo Turístico. • Cobrar por los servicios que el cliente requiera. • Colaborar con el buen funcionamiento del Complejo turístico. 	
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>	<p>Autorizado por:</p>

 <p>COMPLEJO TURÍSTICO "EL RINCÓN ESCONDIDO DE PALUZ" UN LUGAR EN EL QUE SOLO TÚ PODRAS DISFRUTAR</p>	<p>COMPLEJO TURÍSTICO "EL RINCÓN ESCONDIDO DE PALUZ" COMPLEJO TURÍSTICO "EL RINCÓN ESCONDIDO DE PALUZ" NOMBRE DE PUESTO: PUESTO: COCINERO AYUDANTE DE COCINA MISION: Velar por el buen funcionamiento del Complejo y el bienestar de los empleados. MISION: Velar por el buen funcionamiento del Complejo y el bienestar de los empleados.</p>	
<p>PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller. • Título DE BACHILLER. • Conocimientos en gastronomía. • Cursos realizados en lo que se refiere a gastronomía mínima de 2 años. <p>COMPETENCIAS</p> <p>RELACION FUNCIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia laboral mínimo de 1 año. • Facilidad de trabajo en equipo. • Capacidad para trabajar bajo presión. • Facilidad para el trabajo bajo presión. 	<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidar de manera adecuada el equipo de cocina y solicitar el mantenimiento adecuado para su buen funcionamiento. • Verificar que los productos sean de calidad. • Receptar pedidos por parte de clientes y entregarlos lo más rápido posible. <p>RESPONSABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar el aseo completo de la cocina y de igual manera los utensilios y el equipo de cocina. encuentren en perfecto estado y con una buena presentación. • Atender con amabilidad y respeto todos los pedidos de los clientes. • Realizar los pedidos de materia prima que es necesaria para la preparación de alimentos y bebidas. 	
<p>Elaborado por: Elaborado por:</p>	<p>Revisado por: Revisado por:</p>	<p>Autorizado por: Autorizado por:</p>

	<p>COMPLEJO TURÍSTICO “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ” NOMBRE DE PUESTO:GUARDIA MISIÓN: Velar por el buen funcionamiento del Complejo y el bienestar de los empleados.</p>	
<p>PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller. • Cedula militar. • Experiencia como mínimo 2 años. • Tener conocimiento básico en ingles <p>COMPETENCIAS RELACIÓN FUNCIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos sobre servicio y atención al cliente. • Orientación y capacidad de trabajar en equipo. • Excelentes relaciones interpersonales. 	<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Velar por la seguridad de los turistas como de las instalaciones del Complejo y de sus alrededores. ➤ Realizar recorridos periódicos durante el día alrededor de todas las instalaciones del Complejo. <p>RESPONSABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Brindar información a las personas que se encuentren recorriendo el lugar, acerca de los servicios del complejo. 	
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>	<p>Autorizado por:</p>

6.3. Código de Ética COMPLEJO TURÍSTICO “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ”

El código de ética está vinculado lo moral, aquí se establecerá lo que es bueno y lo que es malo , comprende un conjunto de normas que deben ser respetadas tanto por los propietarios del negocio , así como también las personas que visiten el complejo.(**Ver Anexo 4**)

6.4. Reglamento interno COMPLEJO TURÍSTICO “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ”

Como su nombre lo indica comprende normas y reglamentos que deberán ser respetados en el interior de la empresa por parte de los empleados y personas que participen en la actividad turística. (**Ver Anexo 5**)

6.5. Aspecto legal de funcionamiento

6.5.1. Constitución legal

Para la constitución de una empresa se debe cumplir una serie de requisitos:

- Reunión entre personas naturales o jurídicas, que por mutuo acuerdo eligen una figura Empresarial, dentro de la Ley General de Sociedades, optar por un nombre que no exista para luego realizar su verificación en los Registros Públicos.
- Se realizará la Minuta, redactada por un Abogado, en donde constarán los datos de los socios como nombres, apellidos, documentos de identidad, el aporte que realizan.
- Escritura Pública, Los socios acudirán a una Notaría Pública, para firmar y poner su huella digital.
- Inscripción en los Registros Públicos.
- Autorización, para la impresión de comprobantes de pago.

- Acudir a la Municipalidad de la respectiva jurisdicción territorial, para solicitar la Licencia de Funcionamiento Municipal respectiva.
- Inscripción de sus trabajadores para que tengan un Seguro Social, determinado por Ley.
- Adquisición de Registros Contables, que vaya de acuerdo con su constitución, que presente efecto tributario.
- Legislación de los libros contables.

6.5.2. Inscripción de la Superintendencia de Compañías

Es importante tomar en cuenta que el complejo turístico “**EL RINCÓN ESCONDIDO DE PALUZ**” tendrá como forma legal compañía de responsabilidad limitada CIA. LTDA., por lo que a continuación se detalla las características de la misma y los pasos a seguir en la Superintendencia de Compañías.

Representante legal

ACOSTA JUAN

Objeto social

Servicios turísticos

El Registro Único de Contribuyente (RUC)

- Formulario RUC 01-A que corresponde a la inscripción y actualización de la información del Registro Único de Contribuyentes; y RUC 1-B que corresponde a la inscripción y actualización de los establecimientos de las sociedades, ambos formularios serán suscritos por el Representante Legal.
- Original y copia certificada del documento de constitución o domiciliación, debidamente legalizado por el organismo de control respectivo e inscrito en el Registro Mercantil y entregar una copia simple del mismo.
- Original o copia certificada del nombramiento vigente del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil y entregar una copia simple.

- Original de la cédula de identidad o ciudadanía del Representante Legal y de ser el caso, el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia de las tres hojas de los datos generales del registro de sociedades emitidas por la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia de uno de los siguientes documentos que acrediten la dirección donde realice la actividad económica: planilla de servicio básico (agua, luz o teléfono), estado de cuenta bancario (del servicio de televisión pagada, de telefonía celular o de tarjeta de crédito, contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador, comprobante de pago del impuesto predial, original y copia de la escritura de propiedad; u original y copia de la escritura de compra y venta del inmueble.
- Nombres, apellidos completos y número de RUC del contador.
- Si son más de 8 socios o accionistas debe presentar una ficha técnica en medio magnético con la información de los mismos.

6.5.3. Registro en el Ministerio de Turismo

Entre los requisitos y formalidades para el registro del establecimiento en el Ministerio de Turismo son los siguientes:

- Llenar solicitud de 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 de Registro Mercantil.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de identidad a color.
- Copia de la última papeleta de votación a color.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.

- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia).
- Declaración de activos fijos para 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).

6.5.4. Patente municipal

En este punto cabe recalcar que se debe acudir al Municipio correspondiente en el mismo lugar entre las exigencias son todos los documentos antes especificados el mismo que sirve para el pago del impuesto correspondiente.

Requisitos:

- Copia del RUC
- Declaración juramentada de inicio de actividades
- Escritura de constitución
- Copia de cédula de identidad del representante legal
- Inspección

6.5.5. Permiso de salud

- Este permiso básicamente es para dar fe de que el establecimiento se encuentra en óptimas condiciones tanto para la manipulación de alimentos como para otorgar el servicio correspondiente al cliente.

- Se otorga un certificado de salud a todos y cada uno de los empleados que se encuentran en contacto directo con el cliente, así como a aquellos que mantienen un contacto continuo con los alimentos. Esto con el fin de asegurar la salud de empleados y clientes potenciales.
- Existen algunos otros requerimientos importantes para el funcionamiento total del establecimiento, así como acreditaciones que hacen del mismo un espacio apto para ofrecer el servicio de turismo a los clientes que llegarán al mismo.

6.5.6. Permiso del Cuerpo de Bomberos

Requisitos

Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega en las oficinas del Cuerpo de Bomberos y adjuntar, informe de la Inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos.

- Copia de la Patente Municipal.
- Copia de la cédula de ciudadanía si es persona natural o del representante legal en el caso de persona jurídica.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el Servicio de Rentas Internas SRI
- Copia de la inspección del año anterior en caso de existir

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Impactos

El presente proyecto a desarrollarse, trae consigo impactos que deben ser analizados, con la finalidad de no afectar el medio ambiente en el cual se desarrolla

la investigación. En este caso se tomara en cuenta la aplicación de la matriz de valoración diagnostica la cual permitirá medir el nivel de impacto de cada indicador.

TABLA N°82
MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

POSITIVO	NIVEL
1	BAJO
2	MEDIO
3	ALTO
NEGATIVO	NIVEL
-1	BAJO
-2	MEDIO
-3	ALTO

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

$$CALCULO NIVEL DE IMPACTO = \frac{SUMATORIA TOTAL}{NÚMERO DE INDICADORES}$$

7.1.1. Impacto económico

TABLA N°83
IMPACTO ECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Crecimiento económico de la comunidad de Chutan Bajo.							X	3
Administración de recursos económicos en beneficio del complejo.							X	3

Estabilidad empresarial	X	3
Oferta de empleo	X	3
TOTAL	12	12

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

$$NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = \frac{12}{4} = 3$$

Análisis:

El desarrollo del proyecto permite mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad dando lugar a que tengan una vida digna. De igual manera el proyecto que se pretende implementar será administrado por parte del propietario con ayuda de personas que tengan conocimiento en lo que se refiere a contabilidad, administración, entre otros, esto con la finalidad de obtener una rentabilidad económica para poder recuperar la inversión realizada en un determinado tiempo y sobre todo a un menor costo.

Es importante mencionar que la estabilidad empresarial del Complejo turístico depende del buen manejo y del trabajo en equipo necesario para el correcto manejo del mismo, Otro factor importante a mencionar es lo que se refiere a la Mano de Obra, existen plazas de trabajo por la construcción del mismo.

7.2. Impacto social

TABLA N°84
IMPACTO SOCIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
----------	----	----	----	---	---	---	---	-------

Integración con la comunidad	X	2	
Calidad de vida en la población		X	3
Bienestar comunitario	X	2	
Comunidad beneficiada		X	3
TOTAL	4	6	10

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

$$NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = \frac{10}{4} = 2,5$$

Análisis:

La integración con la comunidad se verá reflejada en la participación de los habitantes en todo lo que sea necesario, será un factor importante porque se permite que los habitantes de la comunidad trabajen en el complejo y sean ellos mismos los que den a conocer sobre los atractivos turísticos con los que cuenta la comunidad.

La calidad de vida puede ser mejorada debido a que no solo se crearan nuevas fuentes de empleo sino que también con el desarrollo del proyecto la comunidad será más reconocida y se dará un desarrollo económico en beneficio de la comunidad y de la población. El desarrollo de este nuevo proyecto da paso a que se tenga un mayor nivel de visitas en la comunidad, por tal motiva la comunidad se beneficiara además le será posible intercambiar tradiciones y costumbres con los turistas tanto nacionales locales, nacionales e internacionales.

7.3. Impacto cultural

TABLA N°85
IMPACTO CULTURAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Buen vivir							X	3
Tradiciones							X	3
Creencias Religiosas							X	3
Comida típica del lugar						X		2
TOTAL						2	9	11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

$$NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = \frac{11}{4} = 2,75$$

Análisis:

Lo que el Plan Nacional del buen vivir busca es construir y fortalecer espacios públicos en donde se fomente la práctica de actividades culturales , turísticas , recreativas y deportivas y el presente proyecto cumple con lo antes mencionado con la finalidad de que las personas se distraigan y además logren llevar una vida sana.

Las costumbres y tradiciones de la comunidad en la actualidad se mantienen debido a que existe gran afluencia de turistas para asistir a las mismas, es importante mencionar que se han venido dando diferentes actividades para lograr mantener estas costumbres y tradiciones que son las que los identifica como comunidad. Las creencias religiosas son un factor muy importante debido a que la comunidad cuenta con una imagen santa de su patrono “SAN JUAN BAUTISTA” cabe recalcar que cada año se concentran centenares de personas al ser devotas del mismo , permitiendo así que cada año el turismo se promueva en la comunidad e intercambiando cultura con personas aledañas del lugar.

7.4. Impacto educativo

Tabla N°86
IMPACTO EDUCATIVO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimientos							X	3
Formación profesional							X	3
Preservación de valores						X		2
Cuidado del medio ambiente							X	3
TOTAL						2	9	11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

$$NIVEL DE IMPACTO EDUCATIVO = \frac{11}{4} = 2,75$$

Análisis:

El presente proyecto servirá como una fuente de generación de conocimientos especialmente en aspectos referentes al turismo y a su desarrollo. Con la implementación del complejo se dará apertura a estudiantes que estén curando la carrera de turismo para que realicen sus prácticas profesionales y que se pueda colaborar con la sociedad.

La preservación de valores es una de las cosas más importantes, debido a que es lo que identifica a cada persona, en este aspecto lo que se busca es mantener nuestros valores y sobretodo darlos a conocer a los turistas que visiten el lugar para poder demostrarles el valor que tenemos cada uno como persona.

Se podrá conocer y formar a personas que contribuyan con el cuidado del medio ambiente a través de la creación de campañas que beneficien a la comunidad y que se den en el complejo turístico como una actividad alternativa.

7.5. Impacto ambiental.

Tabla N°87
IMPACTO AMBIENTAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de desechos			X					-1
Contaminación del medio ambiente		X						-2
Cuidado de recursos naturales			X					-1
Conservación del medio ambiente:		X						-2
TOTAL		-4	-2					-6

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

$$NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = \frac{10}{4} = 2,5$$

Los derechos solidos que se generen en el desarrollo del proyecto tendrán un trato especial, es decir se clasificara la basura en orgánica e inorgánica con la finalidad de contribuir a la reducción de la contaminación y cumplir con los programas de recolección con los que cuenta la comunidad implantados por el Municipio del Cantón Montúfar.

Debido a las afluencia de turistas que se espera se va a generar contaminación del medio ambiente, lo que se busca es plantear estrategias o planes que permitan que esto sucede en un nivel bajo sin afectar al medio ambiente y de igual manera a los habitantes de la comunidad. Es importante el cuidado de recursos naturales ya que de ellos estamos obteniendo beneficios al darles publicidad y aprovecharlos para que sean conocidos por los turistas y sobre todo para que genere recursos económicos en beneficio de la sociedad.

7.6. Evaluación de Impactos General

TABLA N°88
EVALUACIÓN IMPACTOS

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Económico							X	3
Impacto social							X	3
Impacto Cultural							X	3
Impacto Educativo							X	3
Impacto ambiental			X					-1
TOTAL			-1				12	12

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Al realizar el análisis de cada uno de los impactos se puede determinar que el proyecto a desarrollarse no traerá impactos de alto nivel, al contrario ayudara en algunos aspectos a la comunidad, a sus habitantes y de igual manera al dueño del proyecto.

CONCLUSIONES

- A través del diagnóstico situacional realizado en la comunidad de Chutan Bajo, se llega a la conclusión de que es un lugar apto para la creación del complejo turístico, debido a que cuenta con recursos naturales así como culturales que atraen al turista y que pueden ser aprovechados de una mejor manera.

- El estudio de mercado permitió conocer el nivel de demanda al cual se pretende cubrir, de igual manera sirvió para conocer cuáles serán los servicios adicionales que desean los clientes así como también el precio que estarían dispuestos a pagar x la prestación del servicio.
- En el estudio técnico se estableció los aspectos importantes en lo que se refiere a la ubicación del complejo turístico, vías de acceso ubicación, mano de obra, luego de ser analizados todos estos aspectos se llega la conclusión de que el lugar posee los recursos necesarios para la implementación del complejo.
- El análisis financiero realizado determina que el proyecto genera rentabilidad y que los ingresos que genera respaldan a la inversión realizada.
- En el estudio organizacional se planteó de manera adecuada la parte organizacional y funcional, la organización contara con un personal idóneo y apto para el cumplimiento de cada una de las actividades.
- La evaluación de impactos determino que es favorable debido a que presenta un nivel positivo en los aspectos que han sido analizados.

RECOMENDACIONES

- Llevar a cabo de manera periódica estudios de mercado con la finalidad de identificar los cambios de las necesidades por parte de los turistas en lo que se refiere a la actividad turística, y de esta manera mejorar el servicio y diseñar nuevos planes estratégicos para posicionarse en el mercado.

- Durante el desarrollo del proyecto evaluar la operatividad del proyecto de los servicios a brindarse, y determinar los posibles problemas que puedan existir así como también la manera más correcta de solucionarse.
- Efectuar controles en lo que se refiere al aspecto financiero, en caso de existir falencias se deben realizar nuevos ajustes presupuestarios.
- Implementar capacitaciones de manera permanente al talento humano, la capacitación se la realizara en temas referentes a servicio al cliente, trabajo en equipo, entre otras.
- Solicitar apoyo por parte de las instituciones del Ministerio de ambiente y turismo, con el objetivo de desarrollar planes estratégicos para el buen progreso de las actividades del complejo turístico.

BIBLIOGRAFÍA

ARAUJO AREVALO ,D. (2012). FORMULACION Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. MÉXICO: EDAMSA.

ALCAZAR, B. (2012). LOS CANALES DE DISTRIBUCION EN EL SECTOR TURÍSTICO. TRILLAS .

FERNANDEZ, R. (2010). MANUAL PARA ELABORAR UN PLAN DE MERCADOTECNIA. EN R. FERNANDEZ. MEXICO: MC GRAW GILL.

AMARU,C. (2011). PROYECTOS , FORMULACION EVALUACION Y CONTROL DE PROYECTOS. COLOMBIA: A.C EDITORES.

CORDOVA PADILLA, M. (2012). ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO. MEXICO: PEARSON.

URBINA BACA, G. (2012). EVALUACION DE PROYECTOS. EN U. B. G. MEXICO: MC GRAW HILL.

GURRIA, M. (2011). INTRODUCCION AL TURISMO. EN M. GURRIA. MEXICO: TRILLAS.

HERNANDEZ, S. (2012). ADMINISTRACION, TEORÍA, PROCESO ,ÁREAS FUNCIONALES Y ESTRATEGICAS PARA LA COMPETITIVIDAD. MÉXICO: IMPRESIONES S.A.

ZAPATA ,P. (2012). INICIACION DEL PROYECTO. QUITO: NUEVO DIA.

IVANCEVICH JOHN, K. ,. (2012). COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. MEXICO: PRENTICE HALL.

JUAN, F. (2011). PROYECTOS DE INVERSION PARA LAS PYMES, CREACION DE EMPRESAS. COLOMBIA: ECOE EDITORIAL.

NASSIR, S. (2011). PROYECTOS DE INVERSION , FORMULACION Y EVALUACION. MEXICO: PEARSON EDUCATION.

OSCAR, D. L. (2011). EL TURISMO FONDO DE CULTURA ECONÓMICA SEGUNDA EDICION. MÉXICO: TRILLAS.

PHILIP, K. (2012). PRINCIPIOS DE MARKETING. EN P. KOTLER. MEXICO: PRENTICE HALL.

RAFAEL, N. (2011). NUÑEZ RAFAEL . EN M. D. INVERSION. MEXICO: TRILLAS.

SERVULO, A. R. (2011). ADMINSTRACION DE PEQUEÑAS EMPRESAS. MC GRW HILL.

WHELEN THOMAS LHUNDER, D. J. (2011). ADMINISTRACION ESTRATEGICA Y POLITICA DE NEGOCIOS. MEXICO: PEARSON.

LINKOGRAFIA LEAL

REGLAMENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS. (23 de JULIO de 2016). Obtenido de <https://www.google.com.ec/#q=reglamento+de+actividades+turisticas+del+ecuador+2015>

NORMATIVA LEGAL. (26 de AGOSTO de 2016). Obtenido de <https://www.google.com.ec/#q=normativa+legal+del+turismo+ecuador>

CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL DEL TURISMO. (26 de AGOSTO de 2106). Obtenido de <https://www.google.com.ec/#q=CODIGO+DE+ETICA+ACTIVIDADES+TURISTICA>

ANEXOS

ANEXO 1

FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN	
PROVINCIA:	CARCHI
CANTÓN:	MÓNTUFAR
CIUDAD	SAN GABRIEL
FECHA:	25 Mayo del 2016
<p>Se realizó la visita a la Comunidad de Chutan Bajo, lugar en donde pretende realizar un estudio de factibilidad que permita determinar si es factible o no la aplicación del mismo.</p> <p>De igual manera se observó cómo es la economía de la comunidad, cuales son los servicios con los que cuenta y otros factores importantes que sirvieron de aporte para el desarrollo del Diagnóstico Situacional.</p> <p>De igual manera en la visita se realizó la entrevista al presidente de la comunidad con la finalidad de tomar en cuenta datos importantes con los que nos pueda aportar.</p>	

ANEXO 2

GUIA ENTREVISTAS

Entrevista dirigida al Señor. Juan Acosta , Alcalde del Cantón Montúfar

- 1.- ¿Cómo cree usted que se ha desarrollado el turismo en el Cantón Montúfar?
- 2.- ¿Está consciente de los beneficios que conlleva el apropiado desarrollo del turismo?
- 3.- ¿Cuál es el apoyo de su gestión en lo que se refiere a turismo?
4. ¿En los últimos años ha existido desarrollo de proyectos turísticos en el Cantón Montúfar?
5. ¿Cuál es su visión a largo plazo sobre el turismo en el Cantón?

Análisis: lo que se espera es que los lugares turísticos tenga una mayor concentración de turistas.

- 6.- ¿Cuál es la posición del Municipio con respecto a la conservación de sitios naturales y recursos naturales que posee el Cantón?
- 7.- ¿En caso de implementarse un nuevo proyecto turístico, estaría dispuesto a brindar apoyo para continuar con el desarrollo turístico?

Entrevista dirigida al Presidente de la Comunidad de Chutan Bajo.

- 1.- ¿Cómo cree usted que se ha desarrollado el turismo en la comunidad?
- 2.- Con que atractivos turísticos cuenta la comunidad?
- 3.- Con que costumbres y tradiciones se identifica la comunidad?
- 4.- Existe comida típica que la comunidad pueda ofrecer?
- 5.- ¿Cuáles son las principales actividades que realiza la comunidad y que generan recursos económicos para la misma?
- 6.- ¿Está consciente de los beneficios que conlleva el apropiado desarrollo del turismo?
- 7.- ¿En los últimos tiempos la comunidad ha recibido ayuda en lo que se refiere a turismo?
- 8.- ¿Cuál es su visión a largo plazo sobre el turismo en la comunidad?
- 9.- ¿Qué tan importante cree usted que es la implementación de proyectos turísticos en la comunidad?
- 10.- ¿En caso de implementarse un nuevo proyecto turístico en la comunidad que tipo de ayuda estaría dispuesto a brindar?
- 11.- ¿En general cree usted que la comunidad estaría dispuesta a brindar apoyo para la creación de un complejo turístico?

ANEXO 3

GUIA ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

1. ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES

La presente encuesta tiene por objeto determinar la aceptación del proyecto actual, la información será de mucho valor para motivos de investigación por lo que será de absoluta reserva, solicitamos contestar de la manera más verás las siguientes preguntas.

1. Sexo

Masculino () Femenino ()

2. ¿En qué intervalo de edad se encuentra

18-25 años de edad	()	47-55 años de edad	()
26-36 años de edad	()	56-64 años de edad	()
36-46 años de edad	()	66 o + años de edad	()

3. ¿Cuál es su grado de instrucción?

Primaria () Secundaria () Superior ()
Otro () Especifique.....

4. ¿Cuál es su lugar de residencia?

.....
...

5. ¿Cuál es el principal motivo para realizar viajes en la Ciudad de san Gabriel?

Paseos familiares ()

Negocios ()

Eventos especiales ()

Capacitación profesional ()

Otros ()

Especifique

6. Cada que tiempo visita usted la Ciudad de San Gabriel?

Una vez a la semana ()

Una vez al mes ()

Dos o más veces al mes ()

7. ¿Conoce usted la comunidad de Chutan Bajo?

Si ()

No ()

En caso de conocer pase a la pregunta 8.

8. Estaría dispuesto a visitar la comunidad y disfrutar de los lugares turísticos con los que cuenta la comunidad?

Si ()

No ()

Porque?.....

.....

9. Cree usted que sería beneficioso para la comunidad la creación de un Complejo turístico en la comunidad?

Si ()

No ()

Porque?.....
.....
.....

10. Por cual medio de comunicación le gustaría conocer acerca de la creación del Complejo turístico?

- Internet ()
- Redes sociales ()
- Trípticos ()
- Prensa ()
- Radio ()

11. Que actividades le gustaría que se ofrezcan en el complejo turístico?

- Observación de flora y fauna ()
- Visita a sitios naturales ()
- Intercambio cultural ()
- Paseos a caballo ()
- Degustación de comida típica ()

12. Cuanto estaría dispuesto a pagar por la prestación de los servicios del complejo turístico antes mencionados?

- 20 – 40 ()
- 40 - 60 ()
- 60 - 80 ()
- 80 – 100 ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 4

CODIGO DE ÉTICA

COMPLEJO TURÍSTICO “EL RINCON ESCONDIDO DE PALUZ” CÓDIGO DE ÉTICA



El Código de Ética comprende nueve artículos que señalan las "reglas del juego" para los destinos, los gobiernos, los tour operadores, los promotores, los agentes de viajes, los empleados y los propios viajeros. El décimo se refiere a la solución de litigios y es el que, por primera vez, dota de un mecanismo de aplicación a un código de este tipo.

ARTÍCULO 1

Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades.

1. La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza.

2. Las actividades turísticas se organizarán en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y países receptores, y con respeto a sus leyes y costumbres.

3. Tanto las comunidades receptoras como los agentes profesionales locales habrán de aprender a conocer y determinar y sobre todo a respetar a los turistas que los visitan, y a informarse sobre su propia forma de vida, sus gustos y sus expectativas. La educación y la formación que se impartan a los profesionales contribuirán a un recibimiento hospitalario de los turistas.

4. Las autoridades públicas tienen la misión de asegurar la protección de los turistas y visitantes y de sus bienes. En ese cometido, prestarán especial atención a la seguridad de los turistas extranjeros, por su particular vulnerabilidad. Con ese fin, facilitarán el establecimiento de medios de información, prevención, protección, seguro y asistencia específicos que correspondan a sus necesidades. Los atentados, agresiones, secuestros o amenazas dirigidas contra turistas o trabajadores del sector turístico, así como la destrucción intencionada de instalaciones turísticas o de elementos del patrimonio cultural o natural deben condenarse y reprimirse con severidad, de conformidad con la legislación nacional respectiva.

5. En sus desplazamientos, los turistas y visitantes evitarán todo acto criminal o considerado delictivo por las leyes del país que visiten, y cualquier comportamiento que pueda resultar chocante o hiriente para la población local, o dañar el entorno del lugar. Se abstendrán de cualquier tipo de tráfico de drogas, armas, antigüedades, especies protegidas, y productos y sustancias peligrosas o prohibidas por las reglamentaciones nacionales.

6. Los turistas y visitantes tienen la responsabilidad de recabar información, desde antes de su salida, sobre las características del país que se dispongan a visitar. Asimismo, serán conscientes de los riesgos de salud y seguridad inherentes a todo desplazamiento fuera de su entorno habitual, y se comportarán de modo que minimicen esos riesgos.

ARTÍCULO 2

El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo

1. El turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo. Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.

2. Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores, y las personas con discapacidades, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos.

3. La explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual, y en particular cuando afecta a los niños, vulnera los objetivos fundamentales del turismo y constituye una negación de su esencia. Por lo tanto, conforme al derecho internacional, debe combatirse sin reservas con la cooperación de todos los Estados interesados, y sancionarse con rigor en las legislaciones nacionales de los países visitados y de los países de los autores de esos actos, incluso cuando se hayan cometido en el extranjero.

4. Los desplazamientos por motivos de religión, salud, educación e intercambio cultural o lingüístico constituyen formas particularmente interesantes de turismo, y merecen fomentarse.

5. Se favorecerá la introducción en los programas de estudios de la enseñanza del valor de los intercambios turísticos, de sus beneficios económicos, sociales y culturales, y también de sus riesgos.

ARTÍCULO 3

El turismo, factor de desarrollo sostenible

1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico

saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

2. Las autoridades públicas nacionales, regionales y locales favorecerán e incentivarán todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y eviten en lo posible la producción de desechos.

3. Se procurará distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes, en particular por medio de las vacaciones pagadas y de las vacaciones escolares, y equilibrar mejor la frecuentación, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio ambiente y de aumentar sus efectos beneficiosos en el sector turístico y en la economía local.

4. Se concebirá la infraestructura y se programarán las actividades turísticas de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre. Los agentes del desarrollo turístico, y en particular los profesionales del sector, deben admitir que se impongan limitaciones a sus actividades cuando éstas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables: regiones desérticas, polares o de alta montaña, litorales, selvas tropicales o zonas húmedas, que sean idóneos para la creación de parques naturales o reservas protegidas.

5. El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadas, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.

ARTÍCULO 4

El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad en beneficio de la sociedad.

1. Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad. Las comunidades en cuyo territorio se encuentran tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares.

2. Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural, que deben proteger y transmitir a las generaciones futuras. Se concederá particular atención a la protección y a la rehabilitación de los monumentos, santuarios y museos, así como de los lugares de interés histórico o arqueológico, que deben estar ampliamente abiertos a la frecuentación turística. Se fomentará el acceso del público a los bienes y monumentos culturales de propiedad privada con todo respeto a los derechos de sus propietarios, así como a los edificios religiosos sin perjuicio de las necesidades del culto.

3. Los recursos procedentes de la frecuentación de los sitios y monumentos de interés cultural habrían de asignarse preferentemente, al menos en parte, al mantenimiento, a la protección, a la mejora y al enriquecimiento de ese patrimonio. 4. La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su normalización y empobrecimiento.

ARTÍCULO 5

El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino

1. Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.

2. Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades. La concepción urbanística y arquitectónica y el modo de explotación de las estaciones y de los medios de alojamiento turístico tenderán a su óptima integración en el tejido económico y social local. En igualdad de competencia, se dará prioridad a la contratación de personal local.

3. Se prestará particular atención a los problemas específicos de las zonas litorales y de los territorios insulares, así como de las frágiles zonas rurales y de montaña, donde el turismo representa con frecuencia una de las escasas oportunidades de desarrollo frente al declive de las actividades económicas tradicionales.

4. De conformidad con la normativa establecida por las autoridades públicas, los profesionales del turismo, y en particular los inversores, llevarán a cabo estudios de impacto de sus proyectos de desarrollo en el entorno y en los medios naturales. Asimismo, facilitarán con la máxima transparencia y la objetividad pertinente toda la información relativa a sus programas futuros y a sus consecuencias previsibles, y favorecerán el diálogo sobre su contenido con las poblaciones interesadas.

ARTÍCULO 6

Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico

1. Los agentes profesionales del turismo tienen obligación de facilitar a los turistas una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estancia. Además, asegurarán la absoluta transparencia de las cláusulas de los contratos que propongan a sus clientes, tanto en lo relativo a la naturaleza, al precio y a la calidad de las prestaciones que se comprometen a facilitar como a las compensaciones financieras que les incumban en caso de ruptura unilateral de dichos contratos por su parte.

2. En lo que de ellos dependa, y en cooperación con las autoridades públicas, los profesionales del turismo velarán por la seguridad, la prevención de accidentes, la protección sanitaria y la higiene alimentaria de quienes recurran a sus servicios. Se preocuparán por la existencia de sistemas de seguros y de asistencia adecuados. Asimismo, asumirán la obligación de rendir cuentas, conforme a las modalidades que dispongan las reglamentaciones nacionales y, cuando corresponda, la de abonar una indemnización equitativa en caso de incumplimiento de sus obligaciones contractuales.

3. En cuanto de ellos dependa, los profesionales del turismo contribuirán al pleno desarrollo cultural y espiritual de los turistas y permitirán el ejercicio de sus prácticas religiosas durante los desplazamientos.

4. En coordinación con los profesionales interesados y sus asociaciones, las autoridades públicas de los Estados de origen y de los países de destino velarán por el establecimiento de los mecanismos necesarios para la repatriación de los turistas en caso de incumplimiento de las empresas organizadoras de sus viajes.

5. Los gobiernos tienen el derecho y el deber, especialmente en casos de crisis, de informar a sus ciudadanos de las condiciones difíciles, o incluso de los peligros con los que puedan encontrarse con ocasión de sus desplazamientos al extranjero. Sin embargo, les incumbe facilitar esas informaciones sin perjudicar de forma injustificada ni exagerada el sector turístico de los países receptores y los intereses de sus propios operadores. El contenido de las advertencias eventuales habrá, por tanto, de discutirse previamente con las autoridades de los países de destino y con los profesionales interesados. Las recomendaciones que se formulen guardarán estricta proporción con la gravedad de las situaciones reales y se limitarán a las zonas geográficas donde se haya comprobado la situación de inseguridad. Esas recomendaciones se atenuarán o anularán en cuanto lo permita la vuelta a la normalidad.

6. La prensa, y en particular la prensa especializada en turismo, y los demás medios de comunicación, incluidos los modernos medios de comunicación electrónica, difundirán una información veraz y equilibrada sobre los acontecimientos y las situaciones que puedan influir en la frecuentación turística. Asimismo, tendrán el cometido de facilitar indicaciones precisas y fiables a los consumidores de servicios turísticos.

ARTÍCULO 7

Derecho al turismo

1. La posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta. La participación cada vez más difundida en el turismo nacional e internacional debe entenderse como una de las mejores expresiones posibles del continuo crecimiento del tiempo libre, y no se le opondrá obstáculo ninguno.

2. El derecho al turismo para todos debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso y al ocio, y en particular a la limitación razonable de la duración del trabajo y a las vacaciones pagadas periódicas, que se garantiza en el artículo 24 de la

Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el artículo 7.d del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

3. Con el apoyo de las autoridades públicas, se desarrollará el turismo social, en particular el turismo asociativo, que permite el acceso de la mayoría de los ciudadanos al ocio, a los viajes y a las vacaciones.

4. Se fomentará y se facilitará el turismo de las familias, de los jóvenes y de los estudiantes, de las personas mayores y de las que padecen discapacidades.

ARTÍCULO 8

Libertad de desplazamientos turísticos

1. Con arreglo al derecho internacional y a las leyes nacionales, los turistas y visitantes se beneficiarán de la libertad de circular por el interior de sus países y de un Estado a otro, de conformidad con el artículo 13 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y podrán acceder a las zonas de tránsito y estancia, así como a los sitios turísticos y culturales sin formalidades exageradas ni discriminaciones.

2. Se reconoce a los turistas y visitantes la facultad de utilizar todos los medios de comunicación disponibles, interiores y exteriores. Se beneficiarán de un acceso rápido y fácil a los servicios administrativos, judiciales y sanitarios locales, y podrán ponerse libremente en contacto con las autoridades consulares del país del que sean ciudadanos conforme a los convenios diplomáticos vigentes.

3. Los turistas y visitantes gozarán de los mismos derechos que los ciudadanos del país que visiten en cuanto a la confidencialidad de los datos sobre su persona, en particular cuando esa información se almacene en soporte electrónico.

4. Los procedimientos administrativos de paso de las fronteras establecidos por los Estados o por acuerdos internacionales, como los visados, y las formalidades sanitarias y aduaneras se adaptarán para facilitar al máximo la libertad de los viajes y el acceso de la mayoría de las personas al turismo internacional. Se fomentarán los acuerdos entre grupos de países para armonizar y simplificar esos procedimientos. Los impuestos y gravámenes específicos que penalicen el sector turístico y mermen su competitividad habrán de eliminarse o corregirse progresivamente.

5. Siempre que lo permita la situación económica de los países de los que procedan, los viajeros podrán disponer de las asignaciones de divisas convertibles que necesiten para sus desplazamientos.

ARTÍCULO 9

Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico

1. Bajo la supervisión de las administraciones de sus Estados de origen y de los países de destino, se garantizarán especialmente los derechos fundamentales de los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas, habida cuenta de las limitaciones específicas vinculadas a la estacionalidad de su actividad, a la dimensión global de su sector y a la flexibilidad que suele imponer la naturaleza de su trabajo.

2. Los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas tienen el derecho y el deber de adquirir una formación inicial y continua adecuada. Se les asegurará una protección social suficiente y se limitará en todo lo posible la precariedad de su empleo. Se propondrá un estatuto particular a los trabajadores estacionales del sector, especialmente en lo que respecta a su protección social.

3. Siempre que demuestre poseer las disposiciones y calificaciones necesarias, se reconocerá a toda persona física y jurídica el derecho a ejercer una actividad profesional en el ámbito del turismo, de conformidad con la legislación nacional vigente. Se reconocerá a los empresarios y a los inversores - especialmente en el ámbito de la pequeña y mediana empresa el libre acceso al sector turístico con el mínimo de restricciones legales o administrativas.

4. Los intercambios de experiencia que se ofrezcan a los directivos y otros trabajadores de distintos países, sean o no asalariados, contribuyen a la expansión del sector turístico mundial. Por ese motivo, se facilitarán en todo lo posible, de conformidad con las legislaciones nacionales y las convenciones internacionales aplicables.

5. Las empresas multinacionales del sector turístico, factor insustituible de solidaridad en el desarrollo y de dinamismo en los intercambios internacionales, no abusarán de la posición dominante que puedan ocupar. Evitarán convertirse en transmisoras de

modelos culturales y sociales que se impongan artificialmente a las comunidades receptoras. A cambio de la libertad de inversión y operación comercial que se les debe reconocer plenamente, habrán de comprometerse con el desarrollo local evitando que una repatriación excesiva de sus beneficios o la inducción de importaciones puedan reducir la contribución que aporten a las economías en las que estén implantadas.

6. La colaboración y el establecimiento de relaciones equilibradas entre empresas de los países emisores y receptores contribuyen al desarrollo sostenible del turismo y a una repartición equitativa de los beneficios de su crecimiento.

ARTÍCULO 10

Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo

1. Los agentes públicos y privados del desarrollo turístico cooperarán en la aplicación de los presentes principios y controlarán su práctica efectiva. 2. Los agentes del desarrollo turístico reconocerán el papel de los organismos internacionales, en primer lugar el de la Organización Mundial del Turismo, y de las organizaciones no gubernamentales competentes en los campos de la promoción y del desarrollo del turismo, de la protección de los derechos humanos, del medio ambiente y de la salud, con arreglo a los principios generales del derecho internacional. 3. Los mismos agentes manifiestan su intención de someter los litigios relativos a la aplicación o a la interpretación del Código Ético Mundial para el Turismo a un tercer organismo imparcial, denominado Comité Mundial de Ética del Turismo, con fines de conciliación.

ANEXO 5

REGLAMENTO INTERNO

REGLAMENTO INTERNO COMPLEJO TURÍSTICO “EL RINCÓN ESCONDIDO DE PALUZ”



Reglas Generales

Artículo 1

Las normas del presente reglamento tienen por objeto facilitar el uso de los espacios y equipamientos comunes y el cumplimiento de las obligaciones, que en virtud de las normas legales y el reglamento de copropiedad del condominio corresponden a todos y a cada uno de los copropietarios, arrendatarios u ocupantes o cualquier título de los departamentos del condominio.

Artículo 2

El derecho de uso de las áreas comunes tendrá siempre como limitación el respeto de los derechos de los demás residentes, el bien común y las buenas costumbres.

Artículo 3

Los derechos y obligaciones que en el presente reglamento se establecen, respecto de los propietarios serán extensivos a los ocupantes de los departamentos, cualquiera sea el título que en virtud del cual las ocupen.

Artículo 4

Es obligatorio para todos los copropietarios, arrendatarios, ocupantes y personal contratado al servicio del condominio, informarse y conocer el presente Reglamento Interno, por lo cual se considerara para todos los eventos y conflictos que puedan suceder, como conocido con todo los antes mencionados.

Artículo 5

Para poder ejercer los derechos de uso de los equipamientos, los copropietarios o los ocupantes de los departamentos deberán encontrarse al día en los pagos de los gastos comunes.

Artículo 6

Queda absolutamente prohibido para los residentes, inclusive el personal de servicio, la manipulación de cualquier mecanismo de los diferentes equipos que dispone el condominio, como son: generadores eléctricos, equipo de funcionamiento de piscinas, etc. Podrán manipular dichos equipos sólo personal autorizado.

Artículo 7

La utilización de piscinas, cancha de tenis, quincho y dependencias comunes destinadas a los propietarios, se encuentran prohibido para el uso por parte del personal de servicio que labora en los departamentos.

Artículo 8

El uso del recinto y sus dependencias anexas será de responsabilidad de quien lo solicite y deberán ser recibidas y entregadas en perfectas condiciones de aseo y mantención. Todo desperfecto por mal uso o daños que sean originados en las dependencias o equipos serán de exclusiva responsabilidad de quien las soliciten y los costos que demanden sus recuperación, reparación, aseo o limpieza, serán ajustados directamente en la cuenta de gastos comunes de su unidad.

Estacionamientos

Artículo 9

Los estacionamientos del Complejo deben ser utilizados por los propietarios según su finalidad, que es estacionar vehículos, por ningún motivo se permitirá almacenar, guardar, o dejar en forma transitoria: muebles, materiales de construcción, bicicletas, etc.

Artículo 10

Los estacionamientos, deben ser utilizados solamente por los propietarios y arrendatarios a quienes correspondan la propiedad. El hecho que un propietario se encuentre ausente, no da derecho que a su estacionamiento sea utilizado por otra persona salvo que el propietario autorice por escrito y comunique al conserje, señalando el o los residentes autorizados para utilizar el estacionamiento en su ausencia.

Artículo 11

Cada propietario deberá tener cuidado al estacionar sus vehículos o motos y aquellos de carácter deportivo, de forma tal que no entorpezcan el estacionamiento o tránsito de los demás propietarios, utilizando sólo para tal fin, las zonas demarcadas dentro del espacio de su propiedad. Se encuentra estrictamente prohibido estacionar los vehículos de propietarios o residentes en las vías de circulación, en los estacionamientos de visita y en los espacios comunes o de tránsito. Los vehículos deberán quedar estacionados aculados

Artículo 12

En los estacionamientos, estará prohibido lavar los vehículos, tocar bocina, efectuar cambios de aceite, utilización de talleres mecánicos, limpieza de alfombras y en general cualquier actividad que no sea propia del lugar, así mismo es de responsabilidad del

propietario evitar desde su vehículo filtraciones y derrames de lubricantes o aceites al piso.

Artículo 13

Los estacionamientos de visitas se utilizaran exclusivamente para este efecto y no está permitido que sean utilizados por los residentes, quienes deberán utilizar solo los estacionamientos que les pertenecen en forma particular.

Artículo 14

La administración a través de personal de turno controlara la asignación, el ingreso y uso de los estacionamientos de visita. El ingreso de los vehículos de visita, deberán contar con la autorización de los copropietarios y estos deberán informarles al personal de turno o conserjería que corresponda.

Artículo 15

Las visitas sólo ocuparán los estacionamientos de visita o los que correspondan al estacionamiento que visitan, previa autorización de su propietario.

Artículo 16

El uso de los estacionamientos de visita, en el estacionamiento asignado, no podrá exceder de las 48 horas.

Piscinas

Artículo 17

Las piscinas son de uso exclusivo de los propietarios y arrendatarios. No podrán ser usadas en horario nocturno y no estará permitido ingresar con bebidas alcohólicas a la piscina. El no cumplimiento de esta norma se le aplicara una multa de \$3 .

Artículo18

Previo al ingreso a la piscina deben respetarse las normas de higiene personal y toda persona deberá bañarse utilizando las duchas.

Artículo19

El uso de la piscina es de exclusiva responsabilidad de los usuarios por lo cual ante cualquier accidente o desgracia personal que ocurra en el recinto, ni la administración ni el comité de administración serán responsables de lo que pudiera ocurrir. Las personas mayores serán responsables por los menores a su cargo, debiendo en consecuencia velar por la seguridad de ellos.

Artículo20

Debido a la mantención e incorporación de productos químicos al agua, por recomendación técnica cuando sea necesario la piscina no podrá usarse por mantenimiento.

Ruidos molestos

Artículo 21

No es permitido a los residentes causar ruidos y ejecutar actos que perturben la tranquilidad de los residentes. Así como también no podrán hacer funcionar aparatos de radio, televisión u otros instrumentos sonoros; ejecutar instrumentos o en general, producir cualquier tipo de ruido a una intensidad o duración que perturbe a los demás habitantes.

Sala de eventos

Artículo 22

El horario de funcionamiento de la sala de eventos con equipos de música u otros instrumentos sonoros será hasta las 03:00, después de ese horario sólo se deberá ocupar para reuniones con música que no perturbe el descanso de los demás residentes.

Artículo23

Los interesados para ocupar el complejo deberán efectuar la reserva con anticipación en la administración. El uso del recinto de dependencias anexas será de responsabilidad de quien lo solicite y ésta deberá ser entregada en perfectas condiciones de aseo y mantención. Todo daño que se registre será de responsabilidad de los usuarios. Toda anomalía u observación presentada por defectos o daños serán corregidas por la administración y los cargos serán realizados al departamento del usuario en los gastos comunes del mes siguiente. Las visitas deben mantenerse en el área de la sala de eventos y quincho.

Seguridad

Artículo24

El paso de toda persona que no sea acompañada de un residente, se considera como visita y los guardias antes de permitir su acceso, deberán cumplir con el procedimiento de identificación, y comunicarse con el conserje para que éste se comuniquen con el propietario. En caso de no haber respuesta del departamento, por motivos de seguridad no se le permitirá el paso.

Artículo 25

El conserje al no tener respuesta desde el departamento requerido, como última alternativa podrá llamar al número telefónico registrado por el propietario y solicitar la autorización correspondiente.

Cancha de futbol

Artículo 26

El uso del recinto es exclusivo para los residentes, por lo que queda prohibido el arriendo o préstamo a personas que no pertenezcan al condominio. Las visitas podrán solo jugar en compañía del propietario o residente correspondiente y debe ser utilizada únicamente para jugar fútbol.

Artículo27

La reserva deberá hacerse en la administración y el residente se hará responsable ante cualquier daño producido en la cancha. No respetar los horarios asignados provocando las molestias de quienes contrataron y cancelaron el derecho a usar la cancha, se le aplicara una multa de \$1.

Artículo28

Se prohíbe, fumar, ingerir bebidas alcohólicas y comer en dicho recinto, además no se puede ingresar con zapatos o cualquier otro similar que dañe la cancha. Sólo se permite el uso de zapatillas que cumplan con los requisitos.

REGLAMENTO INTERNO COMPLEJO TURÍSTICO “EL RINCÓN ESCONDIDO DE PALUZ”

ANEXOS MULTAS ESTACIONAMIENTO

Artículo 9 Está prohibido dejar en forma transitoria muebles, bicicletas, etc. en los estacionamientos. Si no se respeta esta norma, se aplicará una multa de \$0,5 por el hecho y por día de permanencia en esta situación.

Artículo 11

Si un propietario entorpece el estacionamiento de los demás propietarios, se aplicara una multa de \$0,5 por el hecho y por día de permanencia en esta situación.

Artículo 12: En los estacionamientos quedará prohibido el lavado de vehículos, alfombras, cambios de aceite, etc. Si no se respeta esta norma, se aplicará una multa de \$1.

Artículo 15: El estacionamiento de visita, desde 15 de diciembre hasta el 15 de marzo, no podrá exceder las 48 horas. Si no se respeta esta norma, se aplicará una multa de \$1 por el hecho y por día de permanencia en esta situación.

Artículo 17: Está prohibido el uso de la piscina en horario nocturno y estará prohibido el ingreso de bebidas alcohólicas Si no se respeta esta norma se aplicara una multa de \$3.

Sala multiuso

Artículo 22

El uso de esta sala, con instrumentos sonoros será hasta las 03.00 am, después de este horario se aplicara una multa de \$3. De repetirse esta situación con el mismo propietario se aplicara una multa de \$5. Si por tercera vez llegara a ocurrir una situación como la referida, con un mismo propietario, se suspenderá la disponibilidad de esta instalación por un periodo de seis meses.

ANEXO 6

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Tabla de amortización

Valor préstamo 130000
 Plazo 5 Años
 Tasa de Interés 7,50%
 Cuotas Mensuales

Monto 130000
 No de pagos al año 12
 Cuotas 60
 Tasa 0,00625

Tabla de amortización

N° Meses	Cuotas	Interés	Amortización		Saldo
0					130000
1	2604,93	812,5	1792,43	1792,43	128207,57
2	2604,93	801,30	1803,64	3596	126403,93
3	2604,93	790,02	1814,91	5411	124589,02
4	2604,93	778,68	1826,25	7237	122762,77
5	2604,93	767,27	1837,67	9075	120925,10
6	2604,93	755,78	1849,15	10924	119075,95
7	2604,93	744,22	1860,71	12785	117215,24
8	2604,93	732,60	1872,34	14657	115342,91
9	2604,93	720,89	1884,04	16541	113458,87
10	2604,93	709,12	1895,82	18437	111563,05
11	2604,93	697,27	1907,66	20345	109655,39
12	2604,93	685,35	1919,59	22264	107735,80
13	2604,93	673,35	1931,58	24196	105804,21
14	2604,93	661,28	1943,66	26139	103860,56
15	2604,93	649,13	1955,80	28095	101904,75
16	2604,93	636,90	1968,03	30063	99936,72
17	2604,93	624,60	1980,33	32044	97956,40
18	2604,93	612,23	1992,71	34036	95963,69
19	2604,93	599,77	2005,16	36041	93958,53
20	2604,93	587,24	2017,69	38059	91940,84
21	2604,93	574,63	2030,30	40089	89910,53
22	2604,93	561,94	2042,99	42132	87867,54
23	2604,93	549,17	2055,76	44188	85811,78
24	2604,93	536,32	2068,61	46257	83743,17

25	2604,93	523,39	2081,54	48338	81661,63
26	2604,93	510,39	2094,55	50433	79567,08
27	2604,93	497,29	2107,64	52541	77459,44
28	2604,93	484,12	2120,81	54661	75338,63
29	2604,93	470,87	2134,07	56795	73204,57
30	2604,93	457,53	2147,40	58943	71057,16
31	2604,93	444,11	2160,83	61104	68896,33
32	2604,93	430,60	2174,33	63278	66722,00
33	2604,93	417,01	2187,92	65466	64534,08
34	2604,93	403,34	2201,60	67668	62332,49
35	2604,93	389,58	2215,36	69883	60117,13
36	2604,93	375,73	2229,20	72112	57887,93
37	2604,93	361,80	2243,13	74355	55644,80
38	2604,93	347,78	2257,15	76612	53387,64
39	2604,93	333,67	2271,26	78884	51116,38
40	2604,93	319,48	2285,46	81169	48830,93
41	2604,93	305,19	2299,74	83469	46531,19
42	2604,93	290,82	2314,11	85783	44217,07
43	2604,93	276,36	2328,58	88112	41888,50
44	2604,93	261,80	2343,13	90455	39545,37
45	2604,93	247,16	2357,77	92812	37187,59
46	2604,93	232,42	2372,51	95185	34815,08
47	2604,93	217,59	2387,34	97572	32427,74
48	2604,93	202,67	2402,26	99975	30025,48
49	2604,93	187,66	2417,27	102392	27608,21
50	2604,93	172,55	2432,38	104824	25175,83
51	2604,93	157,35	2447,58	107272	22728,24
52	2604,93	142,05	2462,88	109735	20265,36
53	2604,93	126,66	2478,27	112213	17787,09
54	2604,93	111,17	2493,76	114707	15293,32
55	2604,93	95,58	2509,35	117216	12783,97
56	2604,93	79,90	2525,03	119741	10258,94
57	2604,93	64,12	2540,81	122282	7718,12
58	2604,93	48,24	2556,70	124839	5161,43
59	2604,93	32,26	2572,67	127411	2588,75
60	2604,93	16,3	2588,65	130000	0,00
		8995,00	22264,20	143064,40	1416935,60

ANEXO 7

FOTOGRAFIAS



**ANEXO 8
PROFORMAS**



VENTA DE COMPUTADORAS, ALQUILER, AMBIADOS, ESFALADOS, PLASTIFICADOS,
SERVICIO DE COPIADORA BLANCO-NEGRO Y COLOR AMPLIFICACIÓN, REDUCCIÓN, FAX, SCANNER,
TARJETAS CLARO, MOVISTAR ASEGURADO, INTERNET, CORREO ELECTRÓNICO, LLAMADAS INTERNACIONALES, ETC
RUC.0401107792001

PROFORMA

SEÑORITA
EVELYN ROSALBA ARTEAGA CH.
PRESENTE.-

Cant	Detalle	P.Unitario	P. Total
1	COMPUTADORA PORTAIL CORE I5 DISCO DE 1000	6,5	6,50
	MEMORIA DE 4GB GRABADO DE DVD PANTALLA		
	14 PULGADAS		
1	IMPRESORA EPSON L220	280	280,00
1	FAX BROTHER	120	120,00
	SUBTOTAL		406,50
	IVA		48,78
	TOTAL		455,28

Muy Atentamente,
SRA. MERCEDES NAWARRETI
PRESENTE.-
RUC. 0401107792001
COPYCOMPU
MERCEDES NAWARRETI

CUENTA DE COBRO
 PEDIDO
 COTIZACIÓN
 REMISIÓN

MES	DIA	AÑO
08	Nov	2016

CUENTE **Srita: Evelyn Rosalia Artega**
 DIRECCIÓN **San Gabriel**

CANT.	DESCRIPCION	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
1	Gama litera 2	190	190
1	Juego Comedor 6 Puest	250	250
1	Colechon Tropical 2P	110	110
2	Veladores Pilon	45	90
1	Cocina 3 Qu. Pintad. C.	170	170
1	Somodero Casio	24	24
1	Impresora Epson L365	380	380

EL INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES ECONOMICAS Y SOCIALES
 Tel: 2291 275
 Cel: 082534704
 San Gabriel - Carchi

RECIBI.

Jocelyn

TOTAL \$ 1214

COTIZACION #
16657

LA GANGA R.C.A. SA.
CRA 3 BOLIVAR S/N Y COLON
TELEFONOS : 062292091

RPT_COTIZACION_SEGMENTADA.RPTPAGINA 1
USUARIO: KP ADILL
FECHA EMISION : 08/11/2016
HORA: 17:06:24

CLIENTE : 0901888108 ARTEAGA EVELYN
DIRECCION : SANTA ROSA
SUCURSAL : 121 SAN GABRIEL
VENDEDOR : MAYRA PATRICIA PORTILLA PORTIL
CIUDAD :
VIGENCIA : Desde : 08/11/2016 Al: 08/11/2016

CODIGO INTERNO : 021212797 (Gang)
TIPO DE CLIENTE : DETALLISTA
NOTA : Precios sujetos a cambios sin previo aviso

VALOR A PAGAR POR PRODUCTOS

ARTICULO	CAANTIDAD	P. UNITARIO	SUB TOTALES
1099100236 MAGIC BULLET INDUGLOBAL * Obsequio *	1	106.33	106.33
1099100249 MOCHILA DELUXE INDUGLOBAL * Obsequio *	1	42.69	42.69
1099100281 SET UTENSILIOS DE COCINA INDUGLOBAL *	1	48.11	48.11
1099100303 TIERNAS DE COCINA INDUGLOBAL * Obsequio	1	9.58	9.58
3304041001 MINI COMP CM4560 LG	1	543.23	543.23
INDURAMA			
0491006201 TRIPACK 003 OLLA+SANDU+BATIDORA IND	1	199.50	199.50
0404242003 REFRIG. RI-375 EL NF 249 LITROS 2PTA IND	1	785.60	785.60
SMO41405 SMC			
3412004002 DVD-E360K/ZX SAMSUNG	1	80.31	80.31
3412610001 TV LED 40" FHD UN40FH5000SHKPA SMG	1	1,045.15	1,045.15
1099100101 SOPORTE PARA TV	1	58.87	58.87
TKO51601 TEKOCSA			
7005051001 COMPUT. FORCE CORE 3 3.0GHZ 8GB 1000GB T	1	1,607.43	1,607.43
7027000101 MESA DE COMPUTADORA TEKOCSA	1	115.56	115.56
7010000101 REGULADOR DE VOLTAJE	1	47.58	47.58
7091002102 CAMARA WEB TEKOCSA	1	46.99	46.99
7091003702 PENDRIVE 8GB TEKOCSA	1	52.13	52.13
7003000118 IMPRESORA MULTIFUNCIONAL HP2135 TEKOC5	1	162.80	162.80
		SUB TOTAL	4,981.86
		(-)DESCUENTO	2,237.42
		I.V.A. 14%	366.02
		VALOR FACTURA	2,980.46

DESCUENTO POR OFERTA O PROMOCION

Incluye Licencia Microsoft Windows

ESTA OFERTA O PROMOCION NO APLICA PARA CREDITO DIRECTO. OFERTA O PROMOCION VALIDA POR 2 DIAS O HASTA AGOTAR EXISTENCIAS

En Constanza de aceptar los servicios antes expuestos, firmo el presente documento.

Firma del Cliente