



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO DE EMPRESAS

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA FINCA AGROTURÍSTICA “GOMCOMP” UBICADA EN SAN JORGE, CANTÓN SANTA CLARA, PROVINCIA DE PASTAZA, AUSPICIADA POR GAD-MUNICIPAL DE SANTA CLARA, 2017.

AUTOR:

CARLOS ANDRÉS GÓMEZ BARRIONUEVO
RIOBAMBA ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por el Sr. Carlos Andrés Gómez Barrionuevo, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Franqui Fernando Esparza Paz.

DIRECTOR

Ing. William Patricio Cevallos Silva

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Carlos Andrés Gómez Barrionuevo, declaro que el presente trabajado de titulación es de mí autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica del contenido de este trabajo de titulación.

Riobamba, 14 de agosto del 2018.

Carlos Andrés Gómez Barrionuevo

C.C. 150096925-6

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a Dios, por haberme guiado a lo largo de mi vida profesional, a mis padres por brindarme la oportunidad de estudiar y superarme, por su apoyo incondicional en los momentos difíciles al brindarme palabras de aliento que me impulsaban a seguir, a mis hermanos por motivarme a superar las dificultades a lo largo del camino de estudios, a todas las personas que hicieron posible la realización de este trabajo.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por cada oportunidad, por cada día de vida y sobre todo por su amor incondicional, a mis padres por apoyarme e impulsarme a concluir mis estudios, a mis hermanos por ser mi motivación para estudiar y alcanzar mis metas, agradezco a todas las personas que de alguna u otra manera estuvieron apoyándome y brindándome palabras de aliento en los momentos difíciles.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos.....	xi
Índice de ilustraciones	xiii
Índice de ecuaciones	xiii
Índice de anexos.....	xiii
Resumen.....	xv
Abstract.....	xvi
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del problema	4
1.1.2 Delimitación del problema.....	4
1.2 JUSTIFICACION	4
1.3 OBJETIVOS	6
1.3.1 Objetivo General	6
1.3.2 Objetivos Específicos.....	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.1.1 Proyecto.....	7
2.1.2 Las necesidades	8
2.1.3 Importancia de los proyectos	9
2.1.4 El ciclo de un proyecto.....	10
2.1.5 Objetivos de un proyecto	11
2.1.6 Etapas de un proyecto de inversión.....	11
2.1.7 Desarrollo del proyecto	15

2.1.8	La Empresa.....	22
2.1.9	Clasificación de las Empresas	23
2.1.10	Las Empresas de servicios	25
2.1.11	Empresa turística.....	26
2.1.12	Ventajas y desventajas del turismo	26
2.1.13	Ecoturismo	27
2.1.14	El ecoturismo en el Ecuador.	27
2.1.15	Razones para considerar un proyecto ecoturístico	28
2.1.16	El Agroturismo.....	29
2.1.17	El agroturismo en el Ecuador.....	29
2.1.18	Potencial agroturístico del Ecuador	31
2.1.19	Generalidades	32
2.2	IDEA A DEFENDER	36
2.3	VARIABLES:	36
2.3.1	Variable independiente.....	36
2.3.2	Variable dependiente.....	36
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		37
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	37
3.1.1	Modalidad Cuantitativa.....	37
3.1.2	Modalidad Cualitativa.....	37
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	38
3.2.1	Investigación de Campo	38
3.2.2	Investigación Descriptiva:.....	38
3.2.3	Investigación Documental:.....	38
3.2.4	Técnicas.....	39
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
3.3.1	Población.....	39
3.3.2	Muestra.....	40
3.4	RESULTADOS.....	42
3.4.1	Recolección de datos.....	42
3.4.2	Tabulación de la información.....	43
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		58
4.1	TITULO	58
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	58

4.2.1	Estudio de mercado	58
4.2.2	Estudio Administrativo	65
4.2.3	Estudio Técnico.....	86
4.2.4	Estudio de Marketing	109
4.2.5	Estudio de impacto ambiental	125
4.2.6	Estudio económico-financiero	135
4.2.7	Evaluación económica financiera	141
	CONCLUSIONES	152
	RECOMENDACIONES.....	153
	BIBLIOGRAFÍA	154
	ANEXOS	158

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Clasificación de las empresas	23
Tabla 2:	Grupos socio económicos de Ecuador	40
Tabla 3:	Datos cálculo de la muestra	41
Tabla 4:	Género.....	43
Tabla 5:	Edad	44
Tabla 6:	Procedencia.....	45
Tabla 7:	¿Reconoce a Santa Clara como destino turístico?	46
Tabla 8:	¿Reconoce el significado de agroturismo?	47
Tabla 9:	Visita a un lugar agroturístico.....	48
Tabla 10:	Frecuencia de visita al cantón Santa Clara	49
Tabla 11:	Personas que acompañan su visita	50
Tabla 12:	Motivo de visita al cantón.....	51
Tabla 13:	¿Visitaría la finca agroturística?	52
Tabla 14:	Permanencia en la finca	53
Tabla 15:	Pago por motivo de alojamiento	54
Tabla 16:	Pago por alimentación	55
Tabla 17:	Pago por servicios	56
Tabla 18:	Medio de publicidad.	57
Tabla 19:	Proyección de la demanda	61
Tabla 20:	Capacidad de atención de Turistas semanal Cantón Santa Clara	62
Tabla 21:	Capacidad de atención mensual de turistas Cantón Santa Clara	62
Tabla 22:	Capacidad de atención anual de turistas cantón Santa Clara	63
Tabla 23:	Proyección de la oferta	64
Tabla 24:	Demanda insatisfecha	64
Tabla 25:	Demanda a satisfacer finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.....	65
Tabla 26:	Matriz estratégica de la misión	71
Tabla 27:	Matriz estratégica de la visión	71
Tabla 28:	Manual de Funciones Directorio "GOMCOMP" E.P.....	74
Tabla 29:	Manual de Funciones Gerente General "GOMCOMP" E.P.	76
Tabla 30:	Manual de Funciones Secretaria "GOMCOMP" E.P.	78
Tabla 31:	Manual de Funciones Contador (a) "GOMCOMP" E.P.	79

Tabla 32: Manual de Funciones Guía Turístico 1 "GOMCOMP" E.P.	80
Tabla 33: Manual de Funciones Guía Turístico 2 "GOMCOMP" E.P.	81
Tabla 34: Manual de Funciones Cocinero (a) "GOMCOMP" E.P.	82
Tabla 35: Manual de Funciones Ayudante de Cocina "GOMCOMP" E.P.	83
Tabla 36: Manual de Funciones Mesero "GOMCOMP" E.P.	84
Tabla 37: Manual de Funciones Conserje "GOMCOMP" E.P.	85
Tabla 38: Volumen de demanda a atender.....	86
Tabla 39: Capacidad de atención de turistas.....	86
Tabla 40: Construcción área de alojamiento (Superficie).....	89
Tabla 41: Distribución de construcción del área de alojamiento.....	89
Tabla 42: Capacidad del área de alojamiento.....	94
Tabla 43: Distribución del área administrativa.....	94
Tabla 44: Distribución del área de alimentos.....	96
Tabla 45: Capacidad de atención área de alimentos.....	96
Tabla 46: Distribución del área de entretenimiento.....	98
Tabla 47: Infraestructura existente.....	98
Tabla 48: Precios paquetes finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.....	113
Tabla 49: FODA Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.....	121
Tabla 50: Matriz de Evaluación de Factores Internos Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.....	122
Tabla 51: Matriz de Evaluación de Factores Externos Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.....	123
Tabla 52: Matriz de análisis del entorno.....	124
Tabla 53: Matriz de identificación de impactos ambientales.....	127
Tabla 54: Matriz de evaluación de impactos ambientales "GOMCOMP" E.P.....	128
Tabla 55: Ponderación Estudio de Impacto Ambiental.....	134
Tabla 56: Rango de calificación Estudio de Impacto Ambiental.....	134
Tabla 57: Inversión en activos fijos finca agroturística "GOMCOMP" E.P. (Dólares)	135
Tabla 58: Costos activos diferidos finca agroturística "GOMCOMP" E.P. (Dólares)	136
Tabla 59: Capital de trabajo finca Agroturística "GOMCOMP" E.P. (Dólares).....	137
Tabla 60: Resumen de inversiones finca agroturística "GOMCOMP" E.P. (Dólares)	137
Tabla 61: Financiamiento del proyecto (Dólares).....	138

Tabla 62: Calculo tasa de interés	138
Tabla 63: Amortización préstamo	139
Tabla 64: Costo del servicio “GOMCOMP” E.P. (Dólares).....	139
Tabla 65: Gastos Administrativos (Dólares).....	140
Tabla 66: Gastos de publicidad (Dólares).....	140
Tabla 67: Gastos Financieros. (Dólares).....	141
Tabla 68: Proyección de ingresos	141
Tabla 69: Balance general proyectado (Dólares)	142
Tabla 70: Estado de resultados proyectado (Dólares).....	143
Tabla 71: Flujo de efectivo (En dólares).....	143
Tabla 72: Punto de equilibrio año 1	144
Tabla 73: Punto de equilibrio año 2	145
Tabla 74: Punto de equilibrio año 3	146
Tabla 75: Punto de equilibrio año 4	147
Tabla 76: Punto de equilibrio año 5	148
Tabla 77: Valor actual neto	149
Tabla 78: Periodo de recuperación de la inversión	150
Tabla 79: Relación costo beneficio del proyecto	150

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: El ciclo de un proyecto	10
Gráfico 2: El ciclo de un proyecto según Araujo	10
Gráfico 3: Etapas de un proyecto de inversión	11
Gráfico 4: Género.....	43
Gráfico 5: Edad	44
Gráfico 6: Procedencia	45
Gráfico 7: ¿Reconoce a Santa Clara como destino turístico?	46
Gráfico 8: ¿Reconoce el significado de agroturismo?	47
Gráfico 9: Visita a un lugar agroturístico.....	48
Gráfico 10: Frecuencia de visita al cantón Santa Clara	49
Gráfico 11: Personas que acompañan su visita	50
Gráfico 12: Motivo de visita al cantón.....	51
Gráfico 13: ¿Visitaría la finca agroturística?	52

Gráfico 14:	Permanencia en la finca	53
Gráfico 15:	Pago por motivo de alojamiento	54
Gráfico 16:	Pago por alimentación	55
Gráfico 17:	Pago por servicios	56
Gráfico 18:	Medio de publicidad	57
Gráfico 19:	Organigrama Estructural Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.	73
Gráfico 20:	Distribución interna cabaña individual	90
Gráfico 21:	Distribución interna cabaña doble	91
Gráfico 22:	Distribución Interna cabaña grupal	92
Gráfico 23:	Distribución interna cabaña matrimonial.....	93
Gráfico 24:	Distribución interna área administrativa.....	95
Gráfico 25:	Distribución interna área de alimentación	97
Gráfico 26:	Distribución de las distintas áreas de la finca	99
Gráfico 27:	Diagrama de flujo proceso de alojamiento	101
Gráfico 28:	Diagrama de flujo para la adquisición de ingredientes para el área de alimentación.....	102
Gráfico 29:	Diagrama de flujo del proceso de atención a las mesas.....	103
Gráfico 30:	Diagrama de flujo visita a los sembríos.....	104
Gráfico 31:	Diagrama de flujo toma de decisiones	105
Gráfico 32:	Diagrama de flujo convocatoria a interna a reunión.....	106
Gráfico 33:	Diagrama de flujo actividad de Kayak o Rafting	107
Gráfico 34:	Diagrama de flujo visita área de pesca deportiva	108
Gráfico 35:	Logotipo finca agroturística "GOMCOMP" E.P	115
Gráfico 36:	Eslogan Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.....	116
Gráfico 37:	Hoja volante Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.	116
Gráfico 38:	Rotulo de atractivos Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.....	119
Gráfico 39:	Canales de distribución directo	120
Gráfico 40:	Canal de distribución indirecto	120
Gráfico 41:	Punto de equilibrio año 1	144
Gráfico 42:	Punto de equilibrio año 2	145
Gráfico 43:	Punto de equilibrio año 3	146
Gráfico 44:	Punto de equilibrio año 4	147
Gráfico 45:	Punto de equilibrio año 5	148

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1:	Importancia de los proyectos en las organizaciones.....	9
Ilustración 2:	Ubicación de la provincia de Pastaza, Mapa político.....	32
Ilustración 3:	Cantones de la provincia de Pastaza.....	33
Ilustración 4:	Mapa del Relieve Cantón Santa Clara.....	34
Ilustración 5:	Estratificación del nivel socioeconómico en el Ecuador.....	40
Ilustración 6:	Total de viajes realizados por turistas extranjeros y nacionales en el País.....	59
Ilustración 7:	Macrolocalización Finca Agroturística “GOMCOMP” E.P.....	87
Ilustración 8:	Micro localización Finca Agroturística "GOMCOMP E.P.".....	87
Ilustración 9:	Croquis finca agroturística "GOMCOMP" E.P.....	88
Ilustración 10:	Perfil de Instagram Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.....	117
Ilustración 11:	Perfil de Facebook Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.....	117
Ilustración 12:	Perfil de Facebook Finca Agroturística "GOMCOMP".....	117
Ilustración 13:	Página Web Finca Agroturística “GOMCOMP” E.P.....	118

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1:	Fórmula para la obtención de la muestra.....	41
Ecuación 2:	Ecuación de proyección de oferta y demanda.....	61
Ecuación 3:	Cálculo del índice de impacto ambiental.....	134
Ecuación 4:	Cálculo de la Tasa interna de retorno.....	149
Ecuación 5:	Cálculo del periodo de recuperación de la inversión.....	150
Ecuación 6:	Cálculo relación Costo Beneficio.....	151

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1:	Encuesta de estudio de mercado.....	159
Anexo 2:	Trabajo de campo 1 (Encuesta).....	161
Anexo 3:	Trabajo de campo 2 (Encuestas).....	161
Anexo 4:	Trabajo de campo 3 (Encuestas).....	162
Anexo 5:	Trabajo de campo 4 (Encuestas).....	162

Anexo 6:	Trabajo de campo 5 (Encuestas)	163
Anexo 7:	Definición de empresa pública	163
Anexo 8:	Constitución de empresa pública Ley Orgánica de Empresas Publicas ..	164
Anexo 9:	Registro único de contribuyentes GAD municipal Santa Clara	165
Anexo 10:	Principios empresa publicas.....	166
Anexo 11:	Costo de producción desayuno	166
Anexo 12:	Costo de producción almuerzo	167
Anexo 13:	Costo de producción merienda	168
Anexo 14:	Costo por metro cuadrado de construcción.....	169
Anexo 15:	Costo terreno.....	169
Anexo 16:	Maquinaria y equipo área administrativa (Dólares)	169
Anexo 17:	Maquinaria y equipo área de alimentación (Dólares).....	170
Anexo 18:	Maquinaria y equipo área de alojamiento (Dólares).....	170
Anexo 19:	Maquinaria y equipo área de entretenimiento (Dólares)	170
Anexo 20:	Muebles y enseres área administrativa (Dólares)	171
Anexo 21:	Muebles y enseres área de alimentación (Dólares).....	171
Anexo 22:	Muebles y enseres área alojamiento (Dólares)	172
Anexo 23:	Muebles y enseres área de entretenimiento (Dólares)	172
Anexo 24:	Equipo de computo (Dólares)	172
Anexo 25:	Otros activos suministros área administrativa (Dólares)	173
Anexo 26:	Otros activos suministros área alimentación (Dólares)	173
Anexo 27:	Otros activos suministros área de alojamiento (Dólares)	174
Anexo 28:	Otros activos suministros área de entretenimiento (Dólares)	175
Anexo 29:	Costo de producción (Materia prima anual y mensual en dólares).....	175
Anexo 30:	Costo mano de obra de producción del servicio (Dólares).....	176
Anexo 31:	Costos indirectos de fabricación del servicio (Dólares)	176
Anexo 32:	Gastos administrativos (Dólares).....	177
Anexo 33:	Costos de ventas (Dólares)	177
Anexo 34:	Tasa interés créditos BanEcuador.....	177
Anexo 35:	Depreciaciones de activos (Dólares).....	178

RESUMEN

El presente proyecto de factibilidad tuvo como objetivo la creación de la finca agroturística “GOMCOMP” ubicada en San Jorge, cantón Santa Clara, provincia de Pastaza, auspiciada por GAD municipal de Santa Clara, 2017. Con el fin de mejorar la economía del sector y contribuir en la disminución del desempleo. Este proyecto se fundamenta en los bajos ingresos que el sector obtiene en la actividad agrícola lo cual impide la ejecución de otras actividades económicas. Se elaboró un estudio de factibilidad, mediante estudios de: Mercado, Técnico, Administrativo, Ambiental y Económico-Financiero. A través de la metodología de estudio de campo con aplicación de encuestas y la investigación documental mediante la revisión bibliográfica. Dentro del estudio económico financiero, la financiación del proyecto será un 60% por parte de la empresa pública mediante crédito a BanEcuador y un 40% mediante capital propio a través de donación del GAD Municipal de Santa Clara, la demanda turística insatisfecha permite la viabilidad del proyecto, el proyecto es amigable con el medioambiente, dentro de la evaluación financiera el valor actual neto oscila en \$ 34.434,86; la tasa interna de retorno del 30% con un periodo de recuperación de 4 años 6 meses, y una relación costo beneficio de 1,12 dólares. Se concluye que la realización del proyecto es factible luego de efectuar los estudios pertinentes. Se recomienda la ejecución del proyecto el cual contribuirá a mejorar la economía del sector a través de la creación de fuentes de empleo.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<AGROTURISMO> <FACTIBILIDAD> <ESTUDIO DE MERCADO > <PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN> <SANTA CLARA (CANTÓN)>

Ing. Franqui Fernando Esparza Paz.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The current project of feasibility focused on the creation of an agro-touristic farm called “GOMCOMP” located in San Jorge, Santa Clara in the province of Pastaza that is sponsored by the Gobierno Autónomo Descentralizado of Santa Clara, 2017 (GAD) with the aim to improve the economy of the area and contribute to reduce unemployment. This project is based upon a low income that comes from agricultural activities which impedes the development of other economic activities. A study of feasibility was elaborated through marketing, technical analysis, administrative, environmental, economic and financial studies through a field research along with the application of surveys, and a bibliographic review. Within the economic and financial study, 60 % of the cost of the project corresponds to the public sector through a credit granted by BanEcuador whereas 40% of the cost will be own funds donated by the GAD of Santa Clara. The tourist demand permits the feasibility of the project which is eco-friendly. In the financial evaluation, the net sum of money is about \$34,434,86; a return rate of 30% with a payback period of 4 years, 6 months, and a cost-benefit relationship of \$1,12. It is concluded that the project is feasible after the respective studies. It is recommended the execution of the project as it will contribute to improve the economy of the area through the creation of jobs.

Keywords: <Economic and Administrative Science> <Agrotourism> <Feasibility> <Marketing> <Payback period> <Santa Clara (Canton)>.

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país conocido mundialmente por su biodiversidad, gracias a la variedad de climas que posee, su flora, fauna y su cultura presente en la amazonia genera oportunidades en la misma.

En la actualidad en la amazonia se encuentra en auge el turismo, generando pequeños y medianos emprendimientos, lo cual contribuye a la creación de fuentes de empleo y el crecimiento socioeconómico de la población, una de las principales actividades a las que se dedica la población es la agricultura, misma que no genera suficientes recursos para mejorar la calidad de vida de la población, razón por la cual se presenta el siguiente proyecto de creación de una finca agroturística, actividad que contribuirá a generar rentabilidad a mediano y largo plazo.

El presente proyecto tiene como finalidad ofrecer un servicio turístico en el recinto San Jorge, cantón Santa Clara, a los turistas que visiten el cantón, sustentándose en una política de precios real y competitiva ofreciendo un servicio de calidad, mismo que contribuirá para el aporte respectivo a la matriz productiva y el desarrollo del cantón, el proyecto consta de un análisis de todos los estudios detallados a continuación.

En el estudio de mercado se realizó un análisis de la oferta y la demanda en cuanto al turismo que posee el cantón Santa Clara, en el cual se obtuvo una demanda insatisfecha que sirve para definir la posibilidad de implementar el servicio satisfaciendo necesidades de ocio y diversión de los turistas

Dentro del estudio administrativo se estableció los parámetros de legalidad de la empresa misma que se ubicara en la provincia de Pastaza, cantón Santa Clara, recinto San Jorge.

El estudio técnico donde se analizó la inversión tangible e intangible, contribuyendo a conocer el monto del dinero a invertir en el proyecto.

Finalizando con el estudio económico financiero el cual nos permitió analizar los estados financieros los cuales nos permitirán obtener herramientas que nos permitan establecer la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

Nuestro país se caracteriza poseer una biodiversidad y condiciones únicas para el turismo, por tal motivo, el gobierno del Ecuador ha realizado esfuerzo para impulsarlo y promoverlo, el país ha crecido en este ámbito, a tal punto de ubicar a Ecuador como destino turístico mundial, debido a su patrimonio cultural y natural.

El (Ministerio de Turismo, 2016), en cuanto a la afluencia de turistas indica que: Entre enero y julio del 2017 llegaron 914.477 visitantes extranjeros al Ecuador, lo que significa un aumento del 9.3%, en comparación con el mismo periodo del año 2016. A si mismo por concepto de divisas se registra un ingreso al país el primer trimestre del 2017 de 399.5 millones de dólares, significando un aumento del 1.6% en comparación con los primeros meses del año 2016.

El año 2015 se registró las visitas de turistas extranjeros y nacionales a las áreas naturales dejando un saldo solo de ese año de “2.198.954 turistas, de los cuales 1.655.131 fueron turistas nacionales y la diferencia extranjeros” (Ministerio de Turismo, 2016), lo cual deja ver el potencial turístico de las áreas naturales, mismo que aún falta ser explotado. La provincia de Pastaza ha sido uno de los ejemplos de impulso del turismo ecológico, no obstante, la falta de seguimiento o apoyo, iniciativa y recursos de la población ha llevado a que el mismo no se desarrolle de forma eficiente, lo que conlleva a no aprovechar de manera oportuna los recursos al alcance.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ecuador es mundialmente conocido como un país megadiverso, mismo que contiene áreas naturales y paisajes idóneos para la actividad turística, desde el año 2008 todos los esfuerzos se han inclinado a fomentar el turismo sostenible y amigable con el medio ambiente, implementando y fortaleciendo el ecoturismo, el turismo comunitario, el agroturismo, etc.

El Ministerio de Turismo de Ecuador impulsa el turismo comunitario, lo cual significa una oportunidad para las comunidades que posean atractivos turísticos, darse a conocer y mejorar los ingresos de los habitantes, una de las formas de turismo que se está implementando en el país son las fincas agroturísticas, las cuales complementan las producciones agrícolas con el turismo.

En la provincia de Pastaza, siendo la provincia más grande del Ecuador posee la mayor diversidad del mismo, lo cual representa una ventaja en el ámbito turístico, en especial el turismo amigable con el medio ambiente. En cuanto a lo cultural Pastaza dentro de su territorio contiene siete nacionalidades indígenas, las cuales habitan en la selva amazónica. La existencia de comunidades alejadas de la zona rural ha permitido que se desarrollen emprendimientos turísticos comunitarios, relacionados con la conservación de la naturaleza y saberes culturales entre los cuales tenemos: Turismo comunitario en Cotococha, Turismo comunitario Arajuno, Parque Nacional Yasuní, Comuna Kichwa Shiwa Kucha, Comuna Wakuno, entre otros lugares. Dentro de la provincia de Pastaza el desarrollo del agroturismo es mínimo, ya que no existe un número representativo de emprendimientos que se dediquen explícitamente a esta actividad.

El Recinto San Jorge ubicado en la provincia de Pastaza, perteneciente al cantón Santa Clara, es un sector que se caracteriza por la producción: agrícola, piscícola, ganadera, artesanal y maderera, teniendo como principales actividades la piscicultura y la agricultura, las cuales contribuyen al desarrollo socioeconómico de la población, sin embargo, no se generan los recursos suficientes para mejorar la vida de los pobladores. En el sector existen fincas dedicadas a la producción y venta de tilapia, además de la producción agrícola. Actualmente existen dificultades y falta de iniciativa por parte de los pobladores de recinto para emprender en la actividad turística, por la falta de recursos necesario para implementar un proyecto, derivándose en no aprovechar de manera oportuna los recursos al alcance. La actividad agroturística, es una oportunidad mediante la cual, a través de la implementación de una finca agroturística, permite al turista conocer, los procesos de siembra, cosecha, y actividades tradicionales, a la par complementada con otras actividades contribuirá a impulsar y fomentar el turismo en el sector. La unión del turismo con la agricultura favorecerá y contribuirá a elevar la calidad de vida de la población.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo incidirá la creación de la finca agroturística “GOMCOMP” para el Recinto San Jorge, cantón Santa Clara de la provincia de Pastaza, en la economía del sector?

1.1.2 Delimitación del problema

La investigación está orientada a la elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación de la finca agroturística “GOMCOMP”, en la provincia de Pastaza, cantón Santa Clara, recinto San Jorge; lo cual permitirá impulsar el turismo en el sector, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población y la disminución del desempleo en el periodo 2018.

1.2 JUSTIFICACION

- JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El ámbito turístico es uno de los rubros económicos en auge, y uno de los más atractivos al momento de realizar inversiones a mediano y largo plazo, además de contribuir en la creación de empleos, contribuye al desarrollo del país y difundir su valor cultural y social. Lo cual nos deja ver importante contribución al desarrollo la implementación de proyectos de inversión en el ámbito turístico. De la misma forma se realizará la revisión bibliográfica en libros, artículos científicos y la web, con el propósito de sustentar el tema de estudio.

- JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El recinto San Jorge ubicado en la provincia de Pastaza, perteneciente al cantón Santa Clara, es un sector dedicado a la agricultura y la piscicultura, además de estas actividades el sector posee atractivos turísticos como: su flora y fauna; la posibilidad de realizar pesca deportiva y la posibilidad de realizar rafting y kayak en los ríos del sector, actividades turísticas que posee el sector pero que no son debidamente explotadas, las mismas generan un ambiente idóneo para la práctica del agroturismo y de actividades de recreación. La realización de este proyecto es necesario dentro del sector, ya que se encamina a disminuir el desempleo, y es una excelente oportunidad para aprovechar los

suelos productivos y atraer turistas tanto nacionales como extranjeros, que buscan nuevas alternativas de relajación y atractivos turísticos.

- JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

El proyecto está encaminado a dar a conocer al sector, mediante la promoción del turismo sostenible, aprovechar el conocimiento de la gente y su actividad agrícola. Busca brindar una experiencia diferente de turismo dentro de la provincia, por eso se hace necesaria la creación de una finca agroturística, permitiéndoles conocer las formas de producción agrícola del sector, sus paisajes y actividades adicionales relacionadas con el turismo, mediante precios accesibles a dichas experiencias, facilitando así un mayor acceso de los usuarios. La realización de esta actividad busca a encaminar al sector hacia un turismo responsable, de esta manera buscando alternativas de aprovechamiento de los recursos agrícolas, mediante la consecución del proyecto el mismo podrá ser tomado como ejemplo por parte de otras poblaciones que de la misma forma poseen atractivos turísticos, pero no son explotados, mismas comunidades que buscan un desarrollo sostenible y económico de su población. La investigación se llevará a cabo mediante el análisis de datos, a través de encuestas, una vez obtenida la información mediante la muestra, se analizará los datos estos me permitirán establecer la factibilidad del proyecto.

- JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

La realización de este proyecto, llevada a la implementación y creación de dicha finca agroturística, es una excelente oportunidad para poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante mi periodo de aprendizaje y formación profesional.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

- Elaborar un estudio de factibilidad, mediante la investigación de campo, para la creación de una finca agroturística en el recinto San Jorge perteneciente al cantón Santa Clara, Pastaza.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Efectuar un estudio de mercado, a través de encuestas para determinar el perfil del turista que visita el sector.
- Establecer un estudio administrativo y técnico, mediante la observación de las necesidades que el proyecto requiriere.
- Evaluar el impacto ambiental del proyecto, mediante la implementación de matrices de evaluación de impacto ambiental.
- Realizar un estudio económico y financiero, mediante proyecciones de estados financieros, que me permitió determinar la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 Proyecto

Según Ocaña (2013) “Es el esfuerzo temporal emprendido para crear un único producto, servicio o resultado.

Teniendo como características básicas:

- **Temporal:** Que posee un inicio y un final.
- **Único:** Un proyecto se desarrolla, para hacer algo que no se ha realizado con anterioridad.
- **Elaboración progresiva:** Se deberá realizar progresivamente las características con las que al final contará el producto o servicio.” p. 9

“El producto resultante de algún tipo especial de fabricación, construcción, servicio, documentación, etc. o la mejora de cualquiera de ellos, o cualquier otra actividad no repetida que deba estar sujeta a una planificación y programación cuidadosa.” (Cuatrecasas, 2012, p. 353)

De acuerdo con Varela (2010) establece algunas definiciones de proyectos entre las cuales tenemos:

- Toda actividad encaminada a lograr un resultado específico.
- Búsqueda de una solución inteligente a una oportunidad de desarrollo o a la solución de un problema.
- Asignación de recursos a una oportunidad, para lograr ciertos objetivos o metas.
- Actividad a la cual se le asignan unos recursos, con el propósito de lograr una serie de bienes (productos o servicios). p. 3

Los proyectos antes de ser llevados a cabo e implementados deberán pasar por una serie de estudios los cuales establecerán la factibilidad de ser o no llevados a cabo.

Una investigación sobre el proyecto nos permitirá conocer si el mismo es factible o no, siendo factible podrá continuar con su ciclo, si el mismo no lo es contribuirá a formar parte de una base de datos, los cuales servirán como estadísticas para dar a conocer que mismos no son factibles en su realización. El establecer la factibilidad de un proyecto es el primer paso para la realización del mismo.

2.1.2 Las necesidades

Para (Lara B. , 2011, p. 11) una necesidad es “La falta o carencia de un bien o servicio en un individuo o comunidad y esto va unida al deseo de estar satisfecho”.

Desde el inicio el hombre siempre necesito sentirse satisfecho, las necesidades le obligaron a crear herramientas, recolectar e incluso migrar, en la actualidad el satisfacer las necesidades de las personas cada vez se vuelve más complejo, con el auge de la tecnología, y la globalización cada satisfacción de una necesidad en corto tiempo se vuelve un problema, a tal punto que las organizaciones tiene que cambiar sus perspectivas.

De acuerdo con Varela (2010) “Las organizaciones empresariales tienen que mantener unas políticas de desarrollo que no solo les permita mejorar sus situaciones tecnológicas, de posicionamiento en el mercado y de resultados económicos y financieros, si no también, mejorar las condiciones para su personal, sus dueños, sus clientes, sus proveedores, el gobierno, la comunidad. Pero dichas políticas de desarrollo no tienen que quedarse en el presente tienen que orientarse hacia el futuro, en la búsqueda de nuevas oportunidades que permitan a la empresa el logro total de sus objetivos y metas” (p. 3).

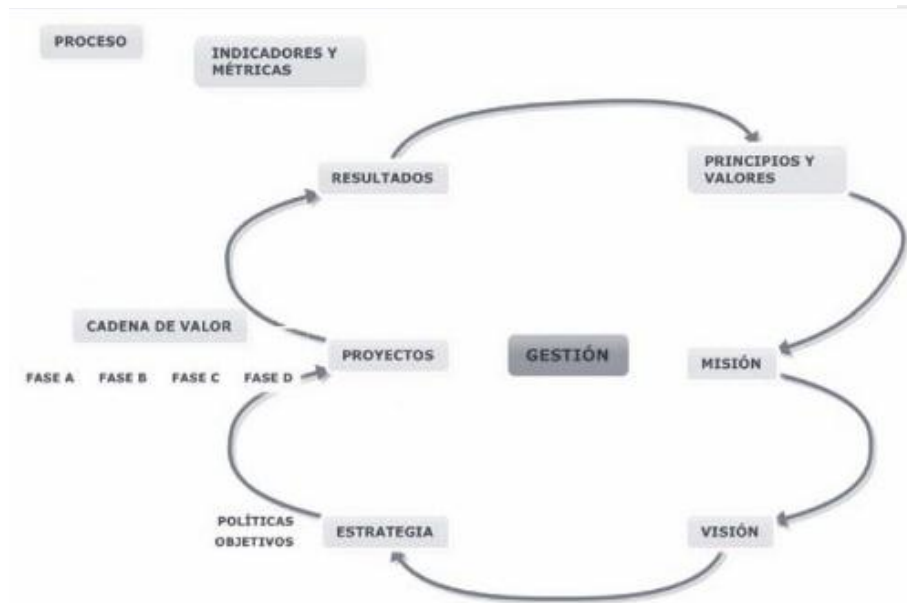
En el presente la satisfacción de necesidades ocupa una red extensa, ya que las organizaciones o empresas son las encargadas de velar por el bienestar de sus clientes, ayudándoles a satisfacer sus necesidades.

2.1.3 Importancia de los proyectos

(Ocaña, 2013, p. 46) Establece el origen y la importancia que tienen los proyectos dentro de una institución.

Los proyectos son el medio que tiene la organización de llevar a cabo sus estrategias.

Ilustración 1. Importancia de los proyectos en las organizaciones.



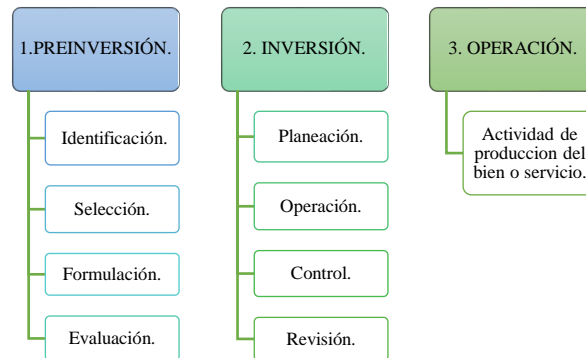
Fuente: (Ocaña, 2013)

Dentro del recuadro se establece la cadena de gestión que tiene una organización, si partimos de los valores que son la razón de ser de una organización, la misión se esta será establecida mediante la necesidad que presentan los clientes o usuarios del bien o servicio que ofrecemos, se establecerá quienes somos y que ofrecemos, pasamos a la visión donde la organización se proyectamos a un futuro idóneo al cual desea llegar. Para llega al cumplimiento de misión y visión de la organización se deben implementar estratégicas las cuales consisten establecer objetivos a cumplir, estos objetivos engloban ciertos ámbitos generales, para la realización de estos objetivos son necesarios los proyectos, los cuales son actividades que deben ser cumplidas en un tiempo establecido a las cuales se les asigna recursos, tanto material, económicos y humanos. Luego de esto se realiza un seguimiento y se observan los resultados de los mismo. Es aquí donde podemos observar la importancia de los proyectos ya que son ellos los que permiten a una organización cumplir con sus estrategias, con su misión y visión.

2.1.4 El ciclo de un proyecto

Un Proyecto está conformado por fases, de acuerdo con (Lara B. , 2011, p. 10) las mismas son las siguientes:

Gráfico 1: El ciclo de un proyecto

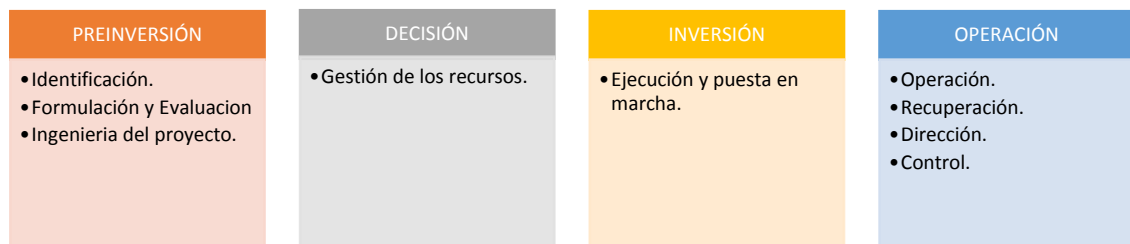


Fuente: (Lara B. , 2011).

Elaboración: Andrés Gómez.

Según (Araujo, 2012, p. 13) propone el siguiente ciclo de un proyecto.

Gráfico 2. El ciclo de un proyecto según Araujo



Fuente: (Araujo, 2012)

Elaboración: Andrés Gómez.

- 1. Preinversión:** Dentro de esta fase se deben realizar todos estudios necesarios, ya que es importante establecer si es proyecto es factible, o no para poder continuar con el proceso. Esta fase es la más importante ya que se llevan a cabo las investigaciones y estudios necesarios que nos permitirán saber si es conveniente o no ejecutar el proyecto, además de analizar el mercado de realiza un análisis financiero del mismo.
- 2. Inversión:** En esta fase inicia la realización del proyecto, donde todos recursos tanto humanos, económicos y tecnológicos trabajan en conjunta para realizarlo, hay que recalcar que dentro de este proceso el trabajo se lo divide por metas, y dichas metas contendrán actividades que serán cumplidas en un plazo específico.

3. Operación: Una vez concluido el proyecto llega el momento de cumplir con su razón de ser, ya sea la producción de algún bien o un servicio, llega la hora en la que el proyecto produzca.

2.1.5 Objetivos de un proyecto

Para Lara B. (2011) “Los objetivos de un proyecto son los siguientes:

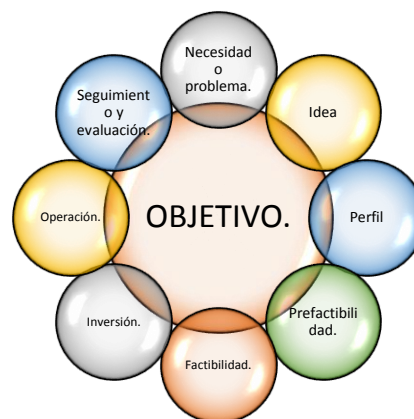
- Obtener utilidades económico - financieras.
- Aprovechar de manera óptima los recursos escasos.
- Desarrollar las condiciones socio-económicas de sector o localidad.
- Introducir productos nuevos y competitivos.
- Satisfacer necesidades nuevas.
- Mejorar los bienes y servicios ya establecidos en el mercado” (p. 13).

Como se puede observar existen distintos objetivos que pueden llevar a la elaboración de un proyecto, todos se resumen a la satisfacción de necesidades o solución de un problema, dichas necesidades o problemas nacen de ideas plantea, las cuales tienen un valor personal u empresarial, normalmente se crea un proyecto para obtener utilidades económicas o financieras, ya sea mediante procesos de producción u ofrecer un servicio.

2.1.6 Etapas de un proyecto de inversión

Etapas de un proyecto de inversión. (Lara B. , 2011, p. 14)

Gráfico 3. Etapas de un proyecto de inversión



Fuente: (Lara B. , 2011)

Elaboración: Andrés Gómez.

1. IDEA:

“Nace a partir de reconocer de manera efectiva una necesidad, la misma que deberá ser satisfecha a través de uno o varios proyectos, estos deberán ser escogidos por la factibilidad de ser realizados y el beneficio que brindan.” (Lara B. , 2011, p. 15)

“Cuando se visualiza el potencial de un producto o servicio y se obtienen indicadores que hacen suponer que existen la posibilidad de incursionar en un mercado, se considera que está a nivel de idea” (Araujo, 2012, p. 19)

Para la implementación de ideas se establece identifica un problema el cual será una meta la cual plantea ser solucionada, se deberá identificar alternativas de solución o de atención, en relación al problema ya planteado, una idea puede ser tomada una justificación para dar solución a un problema, las mismas pueden ser tomadas por diferentes métodos, ya sea por mesas redondas, lluvia de ideas, exposición verbal, etc. No hay que olvidar que de una idea nacen los proyectos, una pequeña idea puede dar vida a un proyecto gigante.

2. PERFIL:

Según Lara B. (2011) “El perfil permite adoptar alguna de las siguientes decisiones:

- Profundizar el estudio en los aspectos del proyecto que lo requiera.
- Ejecutar el proyecto con los antecedentes disponibles en esta fase.
- Abandonar definitivamente la idea si el perfil no es conveniente.
- Postergar la ejecución de un proyecto” (p. 17)

“Se identifican, cuantifican, proyectan los beneficios y costos pertinentes de alternativas, utilizando la información disponible, así como el criterio y experiencia del analista.” (Ortega, 2006, p. 46)

Dentro del perfil del proyecto se enmarca la idea, se plasmas la misma en un documento conjuntamente con su justificación, la necesidad a ser satisfecha y sus objetivos, los cuales deberán ser analizados por profesionales en el área, los cuales emitirán un juicio de valor que decidirá el futuro del proyecto. Dentro de los proyectos pequeños que no

tienen necesidad de grandes inversiones no es necesario realizar este procedimiento, se puede pasar directamente a su diseño.

3. ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD:

“En este nivel se busca disminuir el riesgo con mejores estimaciones de las variables que influyen en el proyecto” (Ortega, 2006, p. 49)

“En el nivel de perfectibilidad se proyectan los costos y beneficios con base en criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria” (Sapag, 2011, p. 33)

De acuerdo con Araujo (2012) “Una vez que se ha identificado el proyecto a nivel de idea, resulta conveniente conocerlo con mayor profundidad, por lo que se procede a realizar la etapa del nivel de prefactibilidad.... las mediciones pueden realizarse por grandes agregados utilizando información secundaria” (p. 20)

Una vez revisado el perfil y obtenido paso para la continuación del proyecto el siguiente paso es el estudio de prefactibilidad, el mismo se basa en fuentes secundarias de información, las mismo que tendrá como resultado la evaluación del mercado, características o infraestructura de la planta o negocio y las fuentes de financiamientos a utilizarse para el mismo, se lo debe describir de forma general ya que se detalla en el estudio de factibilidad.

4. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

“Es la última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la preinversión, se abordan los mismos puntos de la prefactibilidad. Todo proyecto de inversión tiene pasos que conforman el estudio de factibilidad” (Lara B. , 2011, p. 19) el mismo que se presenta a continuación:

- **Estudio de Mercado.**
- **Estudio Técnico.**
- **Estudio Económico.**
- **Evaluación Financiera.**

- **Estudio de riesgo.**

“En el estudio de factibilidad, la información tiende a ser demostrativa, y se recurre principalmente a información de tipo primario” (Sapag, 2011, p. 33)

“Incluye estudios de ingeniería básica y de detalle, así como el desarrollo de fuentes de información primarias, como serian cotizaciones y encuestas directas entre otros.” (Ortega, 2006, p. 49)

El elaborar la factibilidad conlleva la realización de todos los estudios antes mencionados de forma detallada, este estudio permitirá establecer la ejecución del proyecto. En dicha etapa ya obtenemos el resultado de viabilidad o no del proyecto aquí se toma la decisión de operativizar o no el dicho proyecto, o si el mismo pasa a formar parte de la base de datos estadística de proyectos que no son factibles.

5. INVERSIÓN:

“Previo a la ejecución del proyecto, se deberán realizar trámites para obtener recursos de diferentes fuentes de financiamiento disponibles, ya sea instituciones gubernamentales, privadas, financieras, nacionales o internacionales.” (Ortega, 2006, p. 60)

“La etapa de inversión, en tanto, corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha” (Sapag, 2011, p. 35)

“Esta etapa se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa.” (Araujo, 2012, p. 16)

En la presente etapa se deben asegurar las acciones o trámites necesarios para obtener capital para financiar la inversión, en el país lo más común es recurrir a un banco por un crédito, también existen otras opciones como la inversión propia, o inversión mediante una organización u empresa. Los estudios definitivos se realizan al final cuando la planta u empresa sea puesta en marcha, se revisa su construcción o montaje.

6. OPERACIÓN O PUESTA EN MARCHA

“La etapa de operación, es aquella en la que la inversión ya materializada está en ejecución.” (Sapag, 2011, p. 35)

“Etapa donde en la cual se inicia el desarrollo y cumplimiento del objeto social para cual es creada la empresa” (Araujo, 2012, p. 16)

“Representa la concentración del proyecto y de todos los planes del promotor de dicho proyecto, donde se vea el cumplimiento de las metas y objetivos señalados del proyecto.” (Ortega, 2006)

Una vez terminado el proyecto deberá comenzar su producción, en la cual se establecerá la función adecuada de la planta o negocio además del control de la producción, estableciendo si el volumen es el adecuado en relación con las ventas de bienes o servicios establecidos.

7. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

“Es la que se realiza en los procesos de operación, para medir los resultados reales a diferencia de la evaluación ex-ante que solamente analiza criterios factibles basados en datos que se han conseguido a priori.” (Lara B. , 2011, p. 22)

“Es la confrontación de los resultados obtenidos con lo propuesto en el proyecto” (Araujo, 2012, p. 16)

Una vez ejecutado y puesto en marcha el proyecto, se debe realizar un control sobre la actividad, la cual nos proporcionara información para la realización de ajustes de procesos, y para establecer el cumplimiento de metas y objetivos.

2.1.7 Desarrollo del proyecto

Superadas las etapas de: la idea, la revisión del perfil y el estudio de factibilidad se procede al desarrollo de los estudios necesarios, para establecer la factibilidad del proyecto.

2.1.7.1 Estudios fundamentales

Los estudios necesarios para conocer la factibilidad de un proyecto son:

- **Estudio de mercado**
- **Estudio técnico**
- **Estudio financiero**
- **Estudio Administrativo**

2.1.7.2 Estudio de mercado

De acuerdo con Ortega (2006) el estudio de mercado “Tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifican la puesta en marcha de un determinado programa de producción o servicios, en un periodo determinado; así como sus especificaciones y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar” (p. 89).

De acuerdo con Araujo (2012) “Se realiza el estudio de mercado con información y teorías provenientes de las ciencias económicas y sociales, es decir, las relativas a la demanda y el comportamiento del consumidor, estadísticas de oferentes, así como de los sistemas de comercialización del producto que se vaya a impulsar” (p. 22).

El estudio de mercado me ayuda a identificar los individuos potenciales que pueden llegar a adquirir mi producto o servicio, esta información, obtenida de la población a la cual se dirige el producto o servicio, me permitirá ya tener una idea en cuanto a la proyección de datos, lo que significa que tengo que se conocerá un aproximado del volumen de producción y de ventas, la aceptación de mi producto o servicio.

• IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO

“Para su realización, se identifican una serie de variables...que al ser tenidas en cuenta permitan desarrollar con posibilidades de éxito el plan de negocios que se está elaborando” (Flórez, 2010, p. 21)

De acuerdo con Araujo (2012) “El estudio de mercado es fundamental en un proyecto, en atención a que solamente cuando se conoce el ambiente social comercial en el que funcionará una nueva empresa se podrán prever la condiciones, actuación y los resultados que puede esperarse” (p. 23).

El estudio de mercado me ayuda a conocer si la gente aceptara mi producto o servicio, dicha decisión estará enmarcada al lugar, donde se realizará las encuestas, es por ello que es importante establecer nuestra población de manera correcta tomando en cuenta el precio del bien o servicio a ofrecer y la calidad de vida de la población, el único que tiene la potestad de decidir si se pone en marcha o no el proyecto es el consumidor, por ello se debe plantear de forma correcta las encuestas tomando muy en cuenta y con detalle las preguntas a realizarse. Esta información luego de ser tabulada será de gran ayuda, saber la tendencia de mi consumidor, influirá en las ventas del producto o servicio.

- **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

El estudio de mercado debe ser realizado mediante herramientas que permitan la obtención de información, la más utilizada es la encuesta.

- **LA ENCUESTA**

La encuesta “Busca determinar el producto preferido por los consumidores, su costo, su rentabilidad, capacidad de producción, requerimiento de equipos y otros factores que podrían ser muy importantes en la toma de cualquier decisión.” (Flórez, 2010, p. 21)

“Una vez que se ha especificado el bien que se piensa producir o el servicio que se prestará, se procede a recopilar datos a través de la selección de las fuentes de información” (Ortega, 2006, p. 108)

La encuesta deberá ser realizada a detalle, con preguntas concretas, con un objetivo específico y letra clara, teniendo en cuenta la calidad de la impresión, teniendo en cuenta que no debe existir inconvenientes al momento de ser contestada, la calidad de la encuesta es inversamente proporcional a la calidad de información que se obtendrá.

- **ELABORACIÓN DE LA ENCUESTA:**

Para la elaboración de encuestas se plantea los siguientes pasos a seguir (Flórez, 2010, p. 21):

- **Planteamiento de la encuesta.**
 - **Preparación de la encuesta.**
 - **Trabajo de campo.**
 - **Tabulación de resultados.**
 - **Preparación del informe.**
-
- **PLANTEAMIENTO DE LA ENCUESTA**

En esta etapa se debe plantear que información se desea obtener, la forma en la que se realizara la encuesta y los procesos que seguiremos para su elaboración.

- **PREPARACIÓN DE LA ENCUESTA**

En este proceso, se procede a redactar las preguntas, se plantean el objetivo que sobresaldrá en el encabezado, ingreso de instrucciones claras y sencillas. Se debe tener en cuenta toda la información que deseamos obtener, ya que las misma se obtendrá por la encuesta.

- **TRABAJO DE CAMPO**

Una vez cumplidos los pasos anteriores se procede a realizar la encuesta en el lugar y tiempo establecido, anteriormente se debe realizar una prueba piloto con el fin de conocer si la encuesta me permite obtener información que deseo, si no es así se deberán plantear nuevas preguntas o reformas las existentes.

2.1.7.3 Estudio técnico

Según Araujo (2012) establece que “El estudio técnico se procura contestar las preguntas: ¿Cómo producir lo que el mercado demanda?, ¿Qué materias primas e

insumos se requieren? ¿Dónde producir?, ¿Cuál debe ser la combinación de los factores productivos?, ¿Qué equipos e instalaciones físicas se requieren para producirlo?, ¿Cuánto producir?, ¿Cuándo producir?, ¿A qué costo producir?” (p. 56).

Una vez realizada la encuesta y establecido que existe una demanda, se procede a los preparativos respecto a la producción, por esta razón es necesario el estudio técnico, el cual me ofrecerá información sobre el medio en el cual se realizara la producción, materiales e insumos que formaran parte del proceso de producción del bien o servicio, el lugar de localización del proyecto, la mano de obra que intervendrá, la infraestructura del mismo.

De acuerdo con Flórez (2010) “En el estudio de mercado se obtiene información que sirve de base para definir el tamaño del proyecto, y su localización. La selección de la dimensión real óptima es fundamental en la cuantificación de las inversiones en el proyecto y en la proyección de sus costos operativos” (p. 49).

“El estudio técnico, además, se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles.” (Miranda., 2007, p. 118)

Dentro de esta etapa es necesario analizar dos variables, el tamaño del proyecto y su localización, estas dos variables contienen la información necesaria para llevar a cabo un buen estudio técnico ya que se pretende establecer la ubicación idónea para el proyecto, tomando en cuenta la movilización tanto de los clientes como de la materia prima. El tamaño del proyecto está relacionado con el tamaño de la población. Dentro del proyecto de creación de la finca turística GOMCOMP el tamaño del proyecto es pequeño ya que pretende satisfacer las necesidades turísticas de la provincia de Pastaza, sabiendo que la población objetivo no es muy alta. En términos de ubicación se encuentra en un lugar idóneo, con acceso de primer orden, lo que facilitará la movilización al lugar, donde además existe naturaleza componente importante para realización del proyecto.

2.1.7.4 Estudio económico financiero

“Tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto allegarse a los recursos necesarios para su implantación y contar con la suficiente liquidez y solvencia.” (Ortega, 2006, p. 210)

Dentro de este estudio se revisará las proyecciones financieras y económicas del proyecto, es importante establecer las proyecciones para las inversiones, costos de producción, ingresos y estados financieros, este estudio es el más esperado por parte de inversionistas y los dueños del proyecto ya que su interés es ganar.

“La proyección financiera sirve como elemento de control, al comparar los resultados reales de la empresa, contra los que se tenía proyectados.” (Flórez, 2010, p. 115)

Otra importancia que tienen el estudio financiero es de indicador de control, ya que se a partir de este se obtendrá información que podrá ser tomada como referencia futura, para control de la producción.

- **Tasa interna de retorno (TIR)**

“Este concepto tiene una utilidad particular cuando queremos conocer la rentabilidad que nos genera un proyecto de inversión que requiere una serie de desembolsos a lo largo del tiempo y que, también en distintos momentos, permite obtener una serie de ingresos.” (Carrasco & Dominguez, 2011)

“La TIR es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para comparar la factibilidad de diferentes opciones de inversión. Generalmente, la opción de inversión con la TIR más alta es la preferida.” (Puga Muñoz, 2011)

La tasa interna de retorno sirve como herramienta para un inversionista, la cual le comunica la factibilidad de generar el proyecto comparándolo con otras opciones de inversión tales como intereses bancarios o intereses en otros negocios, se compara si se ganaría más poniendo en marcha el proyecto o generando intereses bancarios o de negocios.

- **Valor actual neto (VAN)**

“El Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual/presente de los flujos de efectivo neto de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos.” (Mete, 2014)

“Muestra los beneficios netos generados por el proyecto durante su vida útil después de cubrir la inversión inicial y obtenido la ganancia requerida de la inversión.” (Canales Salinas, 2015)

Otra herramienta para un inversionista es el Valor Actual Neto o VAN el cual refleja cual será el beneficio económico del proyecto una vez culminada su vida útil, sin tomar en cuenta la inversión inicial, la cual debe ser menor que la ganancia obtenida.

- **Análisis beneficio- costo**

“El análisis coste-beneficio (ACB) es una metodología para evaluar de forma exhaustiva los costes y beneficios de un proyecto (programa, intervención o medida de política), con el objetivo de determinar si el proyecto es deseable desde el punto de vista del bienestar social y, si lo es, en qué medida. Para ello, los costes y beneficios deben ser cuantificados, y expresados en unidades monetarias, con el fin de poder calcular los beneficios netos del proyecto para la sociedad en su conjunto.” (Ortega Aguaza, 2012)

“El análisis de costo-beneficio es una técnica analítica que enumera y compara el costo neto de una intervención en salud con los beneficios que surgen como consecuencia de aplicar dicha intervención”. (Borja Vega, 2015). Dicho análisis nos permite establecer si mi proyecto es deseable resultando de la división entre los beneficios y los costos que hubiere al momento de generar el proyecto, lo cual resultará con una tasa mínima aceptable que servirá como indicador en la toma de decisión de ejecutar o no el proyecto.

2.1.7.5 Estudio administrativo

“Este estudio hace referencia a la manera de lograr claridad al abordar el planteamiento y organización de los aspectos administrativos, organizacionales, jurídicos y operativos de la empresa que ejecuta el proyecto.” (Araujo, 2012, p. 123)

Dentro de este estudio se establece la estructuración de la empresa, tanto administrativa, organizacional y jurídica, es importante ya que una buena organización plantea un mejor éxito dentro del mercado.

De acuerdo con Flórez (2010) “En el proceso de creación, es preciso tener claro el tipo de estructura empresarial que más se ajuste al plan de negocio, que se quiere llevar a la práctica, es importante definir si quieren efectuarlo como persona natural o jurídicamente constituida” (p. 25)

La constitución de una empresa está sujeta a diversos lineamientos, tanto político establecido por el gobierno del país en las leyes, a la par cumplir con los requisitos establecidos para la constitución.

La creación de la empresa comenzará con la implementación del organigrama, cuyo objetivo será asignar responsabilidades y funciones a los directivos, se establecer el nombre o razón social de la empresa, su misión, visión, valores, establecer permisos necesarios para el funcionamiento y cumplir con los tramites de constitución.

“El trabajo no se hace mediante proyectos lo hacen las personas.” (Nokes & Greenwood, 2006, p. 41)

2.1.8 La Empresa

La empresa es toda unidad de producción, que genera bienes o servicios, mediante recursos: humanos materiales, económicos y tecnológicos, con el fin de generar recursos económicos, para beneficio de el o los dueños.

“El propósito de toda empresa es el lucro, buscan maximizar el margen de rentabilidad, para beneficiar a los socios o accionistas.” (Galindo, 2011, p. 39)

Para Burbano & Toledano (2008) “Una empresa es una entidad que, independientemente de su forma jurídica, se encuentra integrada por recursos humanos, técnicos y materiales, coordinados por una o varias personas que asumen la responsabilidad de adoptar las decisiones oportunas, con el objetivo de obtener utilidades o prestar servicio a la comunidad” (p. 196).

De acuerdo con los autores, la empresa tiene que estar formada por un equipo humano, es decir diferentes personas especializadas en diferentes tareas, por la maquinaria que facilitara la producción o la entrega del servicio, y el más importante el elemento financiero, sin este elemento no existiría la motivación para que el elemento humano y el técnico trabajen. No hay que olvidar que las personas que están al frente de la empresa asumen responsabilidades por las decisiones que toman, es decir independientemente de los otros elementos el destino de la empresa está en manos de una o varias personas.

2.1.9 Clasificación de las Empresas

Según Munch (2007) las empresas se clasifican en:

- **Por su tamaño**

“Cuanto mayor sea la organización, más compleja será su estructura, más especializadas estarán sus tareas, más diferenciadas sus unidades y más desarrollado su componente administrativo o directivo.” (Aramburu & Rivera, 2010, p. 36)

Tabla 1: Clasificación de las empresas

Tamaño	Industria.	Comercio	Servicios.
Microempresa.	0-10 empleados.	0-10 empleados.	0-10 empleados.
Pequeña empresa.	11-50 empleados.	11-30 empleados.	11-50 empleados.
Mediana empresa.	51-250 empleados.	31-100 empleados.	51-100 empleados.
Gran empresa.	251 empleados en adelante.	101 empleados en adelante.	101 empleados en adelante.

Fuente: (Aramburu & Rivera, 2010)

Elaboración: Andrés Gómez

Por su finalidad

- **Privadas:** El capital es propiedad de inversionistas y su finalidad es la obtención de utilidades. Pueden ser: Nacionales, Extranjeras, Transnacionales, Multinacionales, Globalizadas, Controladoras, Maquiladoras, Franquiciarias, Familiares.
- **Públicas:** El capital pertenece al estado y, generalmente, su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social y proporcionar servicios a la comunidad.

• **Por su actividad económica**

- **Industriales:** Este tipo de empresa produce bienes mediante la transformación y extracción de materias primas, estas pueden ser: Extractivas, de transformación o manufactureras.
- **Comerciales:** Son intermediarias entre el productor y el cliente; su principal actividad es la compra-venta y distribución de producto, pueden ser: Autoservicio, comercializadoras, mayoristas, minoristas, comisionistas.
- **De servicio:** Su finalidad es proporcionar un servicio con o sin fines lucrativos, entre las más usuales tenemos: Salud, educación, transporte, turismo, Outsourcing, financieras.

• **Por su filosofía y valores**

- **Tradicionalistas o mecanicistas:** Se conduce al desempeño individual, implantando reglas, sistemas y procedimientos, mediante un liderazgo autocrático.
- **Orgánicas:** Organizaciones flexibles, conducidas por un liderazgo transformador, estableciendo el trabajo en equipo.

• **Por su tecnología**

- **Alta tecnología:** Cuando existen procesos robotizados, automatizados, sistemas flexibles o sistemas integrados de manufactura.

- **Mediana tecnología:** Se caracteriza porque sus procesos son mecanizados, pero solo en alguna parte de sus etapas.
- **Tradicionales:** Son empresas de baja tecnología, en la cual no invierten, aunque si utilizan maquinaria y equipo.
- **Artesanales:** Como su nombre lo indica, el proceso de producción, está a cargo de personas que se encargan de elaborar el producto manualmente” (pp. 145-150).

2.1.10 Las Empresas de servicios

“Las empresas de servicio deben proporcionar comunicaciones efectivas y personalizadas especialmente cuando los servicios se desarrollen a medida de las necesidades de los consumidores.” (Grande, 2005, p. 335)

“Un servicio podría ser definido como un conjunto de acciones, prestaciones o esfuerzos, tangibles o intangibles, que benefician a las personas, sus derechos o las cosas de su propiedad” (Grande, 2005, p. 40)

“Es un conjunto de medios materiales, inmateriales y humanos -sociales- dirigidos a la consecución de los objetivos.” (Rivas, 2012, p. 11)

“Tratándose de servicios el comprador puede intervenir en su diseño muchas veces” (Grande, 2005, p. 41)

Como se puede apreciar una empresa que se dedicará a vender un servicio, está estrechamente ligada con los clientes, que buscan satisfacer una necesidad o un derecho, hay que recalcar que existe una diversidad de necesidades que posee el ser humano para satisfacer, es por ello que dentro de una empresa de servicios el cliente puede actuar como dueño del mismo a través de la retroalimentación, es indispensable que el cliente se sienta a gusto, ya que de ello depende el futuro de la empresa.

2.1.11 Empresa turística

“El aspecto más destacado de un mercado turístico es su demanda. Los demandantes de un producto turístico superan las fronteras físicas” (Vertice Publicaciones, 2008, p. 21)

“Es una organización dirigida al mercado. Los bienes y servicios producidos por la empresa turística acuden al encuentro de la demanda, utilizando técnicas e instrumentos que nos ofrece el marketing.” (Corchero, 2006)

Una empresa turística es aquella que busca satisfacer las necesidades de ocio o de diversión de sus clientes, como nos dice el autor, este tipo de empresa va en busca de los clientes mediante herramientas de marketing o publicidad, este tipo de empresas suele moldearse a los clientes, ya que el mismo mediante retroalimentación puede o no dar a conocer si se sintió a gusto o no.

2.1.12 Ventajas y desventajas del turismo

De acuerdo con Molina (1997) “Entre las principales ventajas y desventajas del turismo tenemos:

- **Ventajas:**

- Crea empleos, por lo que permite incorporar a la vida económica a individuos desempleados, subempleados o que acaban de ingresar en el mercado de trabajo.
- Contribuye al desarrollo regional, hecho significativo en países que se distinguen por la concentración de la actividad económica, del ingreso y la riqueza.
- Contribuye al rescate y conservación de usos y costumbres locales, manifestaciones folclóricas, artesanales, etc.
- Recuperar y conservar valores y hechos de carácter histórico.

- **Desventajas:**

- El turismo en virtud de su manifestación es altamente estacional, genera gran cantidad de empleos inestables. Con la llegada de baja de temporada, muchos empleados quedan sin trabajo por la caída de afluencia del turismo.
- La marcada estacionalidad del turismo repercute en otras actividades económicas.
- Promueve las especulaciones y otros fenómenos como la inflación, que afecta la vida de las comunidades.
- El turismo solo capta y canaliza los excedentes generados en otros sectores de la economía” (p. 58).

Como toda actividad económica el turismo también se sujeta a ventajas y desventajas en su producción, es posible que el turismo presente desventajas, pero más son las ventajas que su implementación contribuye a las economías comunitarias, permitiendo la generación de empleos, el desarrollo socioeconómico de las comunidades y el recate de las raíces culturales.

2.1.13 Ecoturismo

“Viaje responsable donde el visitante toma conciencia para minimizar los efectos que sus acciones pudieran repercutir ya sea en la naturaleza misma o en la cultura de la comunidad visitada.” (Soto, 2012)

El ecoturismo una parte del turismo que se preocupa por la conservación de los recursos naturales, reduciendo al mínimo las actividades que podrían deteriorar la naturaleza, lo cual permite presentar al turista una actividad sustentable utilizando recursos que permitan ofrecer una experiencia confortable dentro de los espacios verdes.

2.1.14 El ecoturismo en el Ecuador.

Smith (2003) establece que “Los proyectos de ecoturismo en el Ecuador comenzaron oficialmente en 1969, en las Islas Galápagos, cuando Metropolitan Touring inicio excursiones entre las islas con énfasis en su protección y conservación. En el Oriente el

Ecoturismo comenzó en 1976 en Limoncocha, mientras el instituto lingüístico de verano estaba aún funcionando allí y no existía actividad petrolera. Ecuador es considerado uno de los países con mayor biodiversidad en flora y fauna del mundo, lugar idóneo para la implementación del ecoturismo, desde 1969 en el país, el ecoturismo ha tenido un crecimiento sorprendente a tal punto de Ecuador ser elegido en el 2015 como destino verde líder del mundo, premio a la organización y planificación de ecoturismo en el país, dejando ver el potencial ecoturístico escondido del país y comprometiendo a las futuras generaciones a continuar y mejorar” (p. 23).

2.1.15 Razones para considerar un proyecto ecoturístico

De acuerdo con Smith (2003) las razones para considerar un proyecto ecoturístico en Ecuador son las siguientes:

“El nivel de biodiversidad de la región Amazónica del Ecuador es uno de los más elevados del planeta. La selva en el Ecuador es de fácil acceso y la vida silvestre es abundante. Existe una vasta cantidad de hermosa selva para ser apreciada por el turista a pesar de lo dicho por algunos libros de guía. La protección de la selva amazónica en el Oriente es una inversión básica y de prioridad y puede garantizar un ingreso alternativo por innumerables años, especialmente cuando las reservas petroleras se extingan. El valor de la amazonia ecuatoriana es como el de un objeto de arte precioso, su valor se incrementa en el tiempo” (p. 47).

El Ecuador posee regiones únicas, las cuales poseen características innatas para la actividad turística, mediante la elaboración de políticas de turismo se volcó todos los esfuerzos del gobierno en beneficio del turismo mediante la construcción de caminos, carreteras y autopistas que permiten una mejor movilidad y acceso, beneficio que se refleja en el Oriente o región Amazónica, siendo ahora una zona accesible, lo cual permite que el turismo sea una opción a tomar en cuenta por parte de las comunidades del país, para la alcanzar el desarrollo socioeconómico, mediante la promoción de lugares hermosos que solo en la Amazonia se pueden encontrar.

2.1.16 El Agroturismo

Este tipo de turismo es considerado como el turismo que relaciona la agricultura y saberes culturales con los turistas.

“La actividad turística en áreas agropecuarias con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, ocupado por una sociedad campesina, que muestra y comparte no solo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino que también su entorno natural, cultural y socio-productivo.” (Secretaría de Turismo México, 2005).

“Es aquel que ofrece al turista la posibilidad de escoger y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y agroindustrias, culminando con la degustación de su producto.” (Riveros & Blanco, 2003, p. 25)

Se considera el agroturismo como experiencias propias que solo se pueden dar en áreas rurales o lugares ocupados por una sociedad campesina, ya que se centra en la experiencia directa del turista con el proceso de producción de las fincas agropecuarias y agroindustriales.

2.1.17 El agroturismo en el Ecuador

En el año 2003 el Ministerio de Turismo solicitó a la Organización Mundial de Turismo (OMT) una Misión para definir el Programa de Turismo Rural en el Ecuador, la misma se llevó a cabo entre el 5 y 22 de diciembre de aquel año, a cargo del Consultor de la OMT, Lic. Federico Wyss, quien entregó un informe denominado “Bases para el desarrollo del turismo rural en Ecuador”, el mismo que recoge un profundo análisis de situacional y además establece unos pasos a seguir. A finales del 2008 se realizó en la provincia de los Ríos el “Curso de capacitación para haciendas agroturísticas” el cual promovía la participación de propietarios de haciendas de la provincia de Los Ríos, que manifiesten su interés, brindándoles instructores que mejoren sus capacidades a través de desarrollar conceptos y criterios en torno a la actividad turística, a su vez buscaba generar experticias en los propietarios de haciendas para promover la actividad turística en la provincia a través de la generación de rutas turísticas, y finalmente estructurar paquetes turísticos para dinamizar la economía local en torno a rutas agroturísticas. En

el año 2009, el Ministerio de Turismo desarrolló la consultoría “Conformación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos” que procuraba identificar la oferta de agroturismo, consolidarla y generar un proceso de comercialización. El estudio evidenció que la cadena de valor en el producto agroturismo está fragmentada y en algunos casos es inexistente, por ello se hace necesario reforzar aspectos que procuren dinamizar la creación de la misma. El citado estudio también indica que “la correcta implementación de la Red de Agroturismo, dará lugar al encadenamiento productivo, la asociatividad entre productores y la diversificación económica de las haciendas, al generar beneficios económicos no sólo a los propietarios, sino también a los trabajadores y comunidades aledañas, al generar fuentes de empleo e ingresos, y al impulsar proyectos agroturísticos viables de iniciativas locales. Puede generar también beneficios indirectos como educación y mejoramiento de la infraestructura pública (Paguay, 2011).

Esta clase de turismo muestra otra cara del Ecuador, que normalmente ha sido la más olvidada, la más alejada de la modernidad y que seguro debería ser parte de esta repartición de la riqueza que hace el turismo. Ahora bien, regresando al título de nuestro artículo, “El Agroturismo está en Crecimiento o en Decadencia”, en la actualidad en crecimiento sin duda, ya que se han abierto muchos destinos que explotan el agroturismo, pero la sostenibilidad en el tiempo de los mismos, dependerá sin duda de una intervención más seria y responsable de algunas entidades Gubernamentales, con el fin de permitirles a estas iniciativas desarrollarse y convertirse en verdaderos polos turísticos y atractivos diferentes de nuestro querido Ecuador (Malo, 2016).

Se habla mucho de reconversión de áreas agrícolas, de optimización de cultivos, de nuevos productos exportables, pero no se habla del agroturismo como una verdadera opción de explotación agropecuaria como concepto bien concebido. El agroturismo, considero, debe conjugar varias aristas para ser exitoso; es el contacto directo con la vida rural, las tradiciones, la gastronomía, riqueza cultural; es el disfrute de la naturaleza, los paisajes, la conversación con los sabios campesinos, el conocimiento histórico del lugar, siempre con la participación y observación del turista nacional o extranjero, además de calidad en la prestación de este servicio y su adecuada promoción en redes sociales. Ecuador es un país agrícola el 29,3% de personas del país se dedican a la agricultura, caza, silvicultura y pesca. Tomando en cuenta estas cifras se puede

observar que el país tiene potencial agrícola. La agricultura es una actividad en la cual no existe un alto rédito económico la cual la hace una actividad a la cual solo acceden las familias de clase baja del país, como última opción para generar recursos, mediante la implementación del agroturismo los agricultores pueden tener otro ingreso a parte de sus cultivos (Jijón, 2017).

2.1.18 Potencial agroturístico del Ecuador

Ecuador es un centro turístico internacional debido a sus naturales atractivos concentrados en las Islas Galápagos; la Amazonía y la ruta del sol. Este singular conjunto de atractivos ha venido creciendo a la luz de la cultura ecológica que ha llevado a la humanidad de finales del siglo XX y los albores del siglo XXI a comprender, valorar, respetar, proteger y querer el medio ambiente. En el interés turístico internacional también se encuentran los nevados; los lugares que aportan cultura arqueológica; los parques nacionales; los parques de recreación y la arquitectura de algunas ciudades como Quito, Cuenca, Guayaquil. Simultáneamente con esta corriente turística surgen y crecen vertiginosamente demandas turísticas asociadas tales como agro-turismo, eco-turismo, turismo ecuestre, etc. Las oportunidades derivadas del crecimiento sostenido de estas demandas deben ser aprovechadas para desarrollar atractivos turísticos realmente relevantes, con áreas diseñadas para los turistas (Senderos, espacios de estar, servicios higiénicos, seguridad), que dejen en el turista una experiencia inolvidable, lo que quiere decir que allí debe haber cosas que ver y cosas que hacer.” Es importante tener en cuenta que Ecuador dispone de condiciones naturales muy apropiadas para este tipo de emprendimientos, pero también es conveniente resaltar que no solamente condiciones específicas como las que se cuentan de manera natural son propicias para este tipo de inversión. También existen otros lugares que deben ser identificados como las mismas fincas de los agricultores que transformándose en empresas o microempresas agropecuarias integrales tecnificadas, sanas y productivas sean también atractivos turísticos y culturales. El agroturismo ha representado una salida económica para las personas que se dedican a cultivar la tierra, representando otro ingreso económico a sus familias y comunidades, que mediante las condiciones naturales de ciertos lugares son un complemento único para llevar una nueva experiencia a los turistas (Henaó, 2010).

2.1.19 Generalidades

PROVINCIA DE PASTAZA

Ilustración 2: Ubicación de la provincia de Pastaza, Mapa político.



Fuente: (Pastaza Travel, 2017)

Provincia de Pastaza, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada en la Región Amazónica del Ecuador. Recibe su nombre del río Pastaza, que la separa al sur de la provincia de Morona Santiago. Su capital es la ciudad de Puyo. Limita al norte con las provincias de Napo y Orellana, al sur con Morona Santiago, al este con el Perú (departamento de Loreto) y al oeste con la provincia de Tungurahua. Pastaza es una zona de gran precipitación fluvial presente a lo largo de todo el año, el clima es cálido y húmedo con una temperatura que varía entre los 18° y 24° grados centígrados. Algunos de los muchos ríos de la provincia son el río Pastaza, el río Puyo y el Curaray (VisitaPastaza, 2013).

- **UBICACIÓN GEOGRÁFICA:**

La provincia de Pastaza, se sitúa al este del territorio ecuatoriano, en la zona central de la Región Amazónica a 76° 40' y 78° 10' de longitud oeste y entre los 1° 10' y 2° 35' de latitud sur. La ciudad del Puyo, su capital y la más poblada de la provincia se encuentra a 101 km de la ciudad de Ambato, a 237 km de Quito, capital de la República, a 116 km de la ciudad de Riobamba y a 61 km de la ciudad de Baños, centralidad turística de la provincia de Tungurahua (G.A.D. Municipal de Pastaza, 2013).

- **CANTONES DE PASTAZA**

Ilustración 3: Cantones de la provincia de Pastaza.



Fuente: (Editorialox, 2018)

De acuerdo con (Editorialox, 2018) la Provincia de Pastaza está formada por 4 Cantones:

1) Cantón Pastaza

Pastaza (Parroquias rurales del Cantón Pastaza son Canelos, Diez de Agosto, Fátima, Montalvo, Pomona, Río Corrientes, Río Tigre, Sarayacu, Simón Bolívar, Tarqui, Teniente Hugo Ortiz, Veracruz, El Triunfo. La Cabecera Cantonal es Puyo)

2) Cantón Arajuno

Arajuno (Curaray es una Parroquia rural del Cantón Arajuno)

3) Cantón Mera

Mera (Parroquias rurales del Cantón Mera son Madre Tierra, Shell)

4) Cantón Santa Clara

Santa Clara (San José es una Parroquia rural del Cantón Santa Clara)

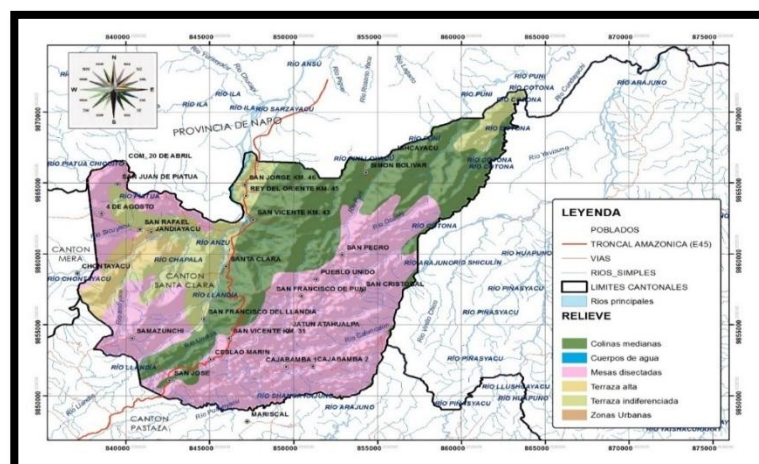
- **SANTA CLARA.**

- **HISTORIA.**

Santa Clara es el tercer cantón de la provincia, en el orden de su creación, ubicado al noroeste de la jurisdicción provincial, Inicialmente estuvo habitado por indígenas Kichwas nativos del sector, hasta que con el proyecto del carretero Baños- Puyo – Tena, comienza la colonización. Santa Clara se empieza a poblar partir del año 1955. En 1958

la misión Josefina, compró la hacienda Santa Clara de aproximadamente 300 Has al señor Jesús Londoño, que le había puesto ese nombre a la hacienda porque su esposa Sofía era devota de la virgen Santa Clara. El objetivo era ubicar en este punto un tambo o paradero para hacer más fácil el desplazamiento entre Puyo y Tena, ya que los caminos eran de herradura. En 1958 se inicia la construcción de la carretera Puyo-Tena y se instala en Santa Clara la primera escuela para indígenas en la hacienda Piatua y la misión establece los primeros cafetales. La vía posibilita la llegada de los primeros colonos fundamentalmente de la provincia de Tungurahua atraídos por la explotación maderera y ganadera. Los indígenas nativos del lugar eran las familias Tapuy y Grefa. La posesión de las tierras es posible por la aplicación de la primera Ley de Reforma Agraria, que eran denunciadas al IERAC para su legalización. Para 1964 la carretera llega a Santa Clara, la misión Josefina ha creado la escuela Santa Clara y el hospital Ernesto Ophuls; situación que posibilita que el 29 de diciembre de 1966 Santa Clara sea declarada parroquia. En cantón es creado el 2 de enero de 1992, del cual Santa clara es cabecera cantonal. El 29 de diciembre de 1992, se publicó en el Registro Oficial N° 31 de la Ley que crea la Parroquia Santa Clara. Veinte y seis años tuvo que soportar la desatención de obras de infraestructura básica por parte de las instituciones de la Provincia de Pastaza, de quienes dependía en ese entonces, impidiéndole el desarrollo en diferentes campos, esto motivó para que el pueblo se uniera e iniciara la lucha para la Cantonización, la cual se hizo realidad el 2 de enero de 1992, fecha en la que se publicó en el Registro Oficial N.º. 844 la Ley de Creación por el Estado (GAD Municipal de Santa Clara, 2014, p. 20).

Ilustración 4. Mapa del Relieve Cantón Santa Clara.



Autor: G.A.D. Municipal Santa Clara.

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2014-2019.

- **COMPONENTE ECONÓMICO Y PRODUCTIVO**

“En el cantón Santa Clara una de las actividades más relevantes es la agricultura con un 55,4% (esto se debe a que la mayor parte de la población representada por el 63,2% está asentada en la zona rural), seguida por la administración pública y defensa con 12,3%, de acuerdo a los datos registradas en el INEC 2010. En el cantón no se registran industrias que aporten a generar un mayor ingreso y que permitan tener una transformación de los productos agropecuarios que el sector ofrece. Se identifica como un problema el poco dinamismo económico, lo cual incide en el crecimiento y desarrollo del cantón.” (GAD Municipal de Santa Clara, 2014, p. 25)

Las actividades económicas del cantón, en las que se encuentra la población económicamente activa ocupada están presente en los tres sectores básicos de la economía, que son los siguientes:

1. El sector primario con el 47,55%, que constituye el principal sector ocupado donde se resalta la actividad agrícola y ganadera.
2. El sector secundario con un 7,30%, relacionado con actividades de industrialización de materias primas (artesanal).
3. El sector terciario, que se refiere a las actividades relacionadas con los servicios y ocupa un 45,15%, señalando que luego del sector primario es el que más población ocupada aglutina (GAD Municipal de Santa Clara, 2014, p. 27).

- **TRABAJO Y EMPLEO**

“La población económicamente activa (PEA) constituye la oferta de mano de obra en el mercado de trabajo que está laborando y tiene la capacidad de realizar alguna actividad productiva comprendida ente 10 años y más. Para el cantón Santa Clara la PEA se distribuye en un 22,8% en la parroquia San José y 77,2% en la cabecera cantonal Santa Clara, mientras que por género se identifica que el 62,9% (858) corresponde al género masculino y el 37,1% (507) el género femenino, con un total de 1.365 personas” (GAD Municipal de Santa Clara, 2014, p. 30).

- **DESEMPLEO**

“La tasa de desempleo del cantón Santa Clara es de aproximadamente 3,45%, evidenciando que una parte de la PEA (Población Económicamente Activa) no tiene empleo o trabajo.” (GAD Municipal de Santa Clara, 2014, p. 32)

- **SUBEMPLEO**

“La tasa de subempleo del cantón es del 62,64%, debido a que gran parte de la PEA se dedica a trabajar en actividades de tipo agropecuaria específicamente agricultura y ganadería, se lo considera así porque son actividades económicas de período corto, que se realiza de forma esporádica” (GAD Municipal de Santa Clara, 2014, p. 35).

2.2 IDEA A DEFENDER

El proyecto para la creación de la finca agroturística en el recinto San Jorge, cantón Santa Clara, de la provincia de Pastaza, contribuirá a el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas del sector.

2.3 VARIABLES:

2.3.1 Variable independiente

- Realización de un estudio de factibilidad.

2.3.2 Variable dependiente

- Creación de una finca agroturística.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Dentro de esta investigación se utilizará las modalidades cuantitativa y cualitativa.

3.1.1 Modalidad Cuantitativa

- Conceptos

“Elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico” (Sampieri, 2010, p. 36)

“La investigación cuantitativa es seria y elegante; los datos cuantitativos permiten hacer tablas y gráficas que ilustran adecuadamente un fenómeno” (Del Cid, 2011, p. 23)

De acuerdo con los autores se puede establecer que este tipo de investigación necesita datos matemáticos derivados en estadísticas, estos datos son necesarios para implementar la seriedad dentro de la investigación y la exactitud de los estudios que se realizarán. Se realizó las encuestas. A través de la tabulación de resultados podremos obtener el número de clientes a acceder al servicio.

3.1.2 Modalidad Cualitativa

“Su preocupación no es prioritariamente medir, si no cualificar y describir el fenómeno social, a partir de rasgos determinante, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada.” (Bernal, 2006, p. 57)

La investigación Cualitativa “Se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, si no cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, mismos que están dentro de la situación estudiada.” (Lara E. , 2011, p. 60)

A través de los resultados de las encuestas se conoció cuáles son las necesidades de los clientes que el servicio podrá satisfacer.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Investigación de Campo

“La investigación de campo o directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio.” (Lara E. , 2011, p. 51)

“Se recaba información acerca de la situación que prevalece en relación con determinadas variables de interés; para ello se recurre a los individuos seleccionados que constituyen la muestra de la población de estudio.” (Moreno, 2000, p. 131)

Se realizó la investigación de campo, la cual nos permitió obtener de información luego de la aplicación de las encuestas a la muestra.

3.2.2 Investigación Descriptiva:

“Reseña, rasgos, cualidades o atributos de la población objeto de estudio” (Bernal, 2006, p. 112)

“La investigación descriptiva, trabaja con realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta” (Lara E. , 2011, p. 50)

Se aplicó a la par las investigaciones descriptiva y explicativa con el fin del análisis de las variables utilizadas y la descripción de los procesos y pasos utilizados.

3.2.3 Investigación Documental:

“El estudio teórico cuenta con los conceptos como su eje explicativo.” (Del Cid, 2011, p. 50)

“Consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio” (Lara E. , 2011, p. 51)

Este tipo de investigación fue utilizada para establecer el fundamento teórico del trabajo de estudio, mediante la revisión bibliográfica referente al tema propuesto.

3.2.4 Técnicas

- **Encuesta**

La encuesta es un instrumento de investigación en el que mediante preguntas realizadas a una muestra representativa de la población me permite establecer la preferencia de los consumidores, capacidad de producción, requerimiento de equipos y otros factores, la misma se determina como un método para recolección de información.

- **Entrevista**

La entrevista se toma en consideración con el fin de obtener información específica sobre un determinado tema, se desarrolla mediante conversación.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.3.1 Población.

“Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Sampieri, 2010, p. 170)

“Totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia” (Bernal, 2006, p.164)

Para establecer la población se consideró la población de la zona 3 del país, de acuerdo con (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015) la zona 3 del Ecuador posee una población de 1.456.302 personas, de las cuales para motivo del estudio se establece que el 35.9% de la población tiene un nivel socio económico que va desde C+

hasta A (Medio Típico hasta Alto), población que está en condiciones de acceder al servicio que se propone, es decir 522 812 personas de las cuales se procederá a obtener la muestra para la elaboración de las encuestas

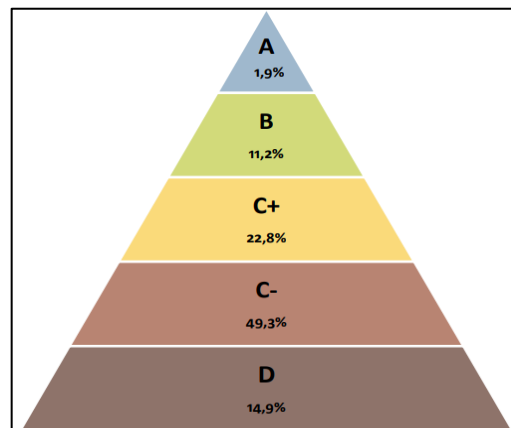
Tabla 2: Grupos socio económicos de Ecuador

GRUPOS SOCIOECONÓMICOS DE ECUADOR	
A	Alto
B	Medio alto
C+	Medio típico
C-	Medio bajo
D	Bajo

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011).

Elaboración: Andrés Gómez.

Ilustración 5: Estratificación del nivel socioeconómico en el Ecuador.



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011).

3.3.2 Muestra

“Aquí se centra en qué o quienes, es decir, en los participantes, objetos, sucesos o comunidades de estudio, lo cual depende del planteamiento de la investigación y los alcances de estudio” (Sampieri, 2010, p. 172)

“Parte o fracción representativa de un conjunto de una población universo o colectivo, que ha sido obtenida con el fin de investigar ciertas características del mismo” (Del Cid, 2011., p. 90)

Para realizar el cálculo de la muestra se tomó en cuenta a la población de la zona 3 del País, luego de una entrevista realizada al coordinador de la Unidad de Desarrollo

Sociocultural y Turístico del G.A.D. Municipal del cantón Santa Clara se ha establecido que la mayor parte del turismo que recibe el cantón, proviene de la zona centro del país, concretamente de las provincias de Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi y en su mayoría de Pastaza, es por esta razón que para el cálculo de la muestra se tomara en cuenta la población de la zona 3 con un nivel socioeconómico C+, B y A ya que estas personas tienen la posibilidad de acceder a la oferta turística que se pretende plantear.

Tabla 3: Datos cálculo de la muestra

N	522.812
N	<i>i</i>
E	5% (0.05)
P	0.359
Q	0.641
Z	1.96

Elaboración: Andrés Gómez

Dónde:

N= Universo.

n = Tamaño de la muestra.

P= Probabilidad de ocurrencia del evento 0.359%

E= Error bajo un determinado nivel de confianza 0.05.

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza, este valor es constante en caso de no tenerlo se lo toma en relación al 95% de la confianza equivalente al 1.96.

Q= Probabilidad de no ocurrencia del evento 0.641%

Ecuación 1: Fórmula para la obtención de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.359 * 0.641 * 522812}{(0.05)^2 (522812 - 1) + (1.96)^2 * 0.395 * 0.641}$$

$$n = 354$$

354 es el número de encuestas a realizarse.

3.4 RESULTADOS

3.4.1 Recolección de datos

Para la recolección de datos se realizó encuestas a los turistas que visitan el cantón Santa Clara, para lo cual se procedió a establecer la encuesta para posterior obtención de datos, y tabulación de la información. (Anexo 1, 2, 3, 4, 5 y 6)

3.4.2 Tabulación de la información

- Género.

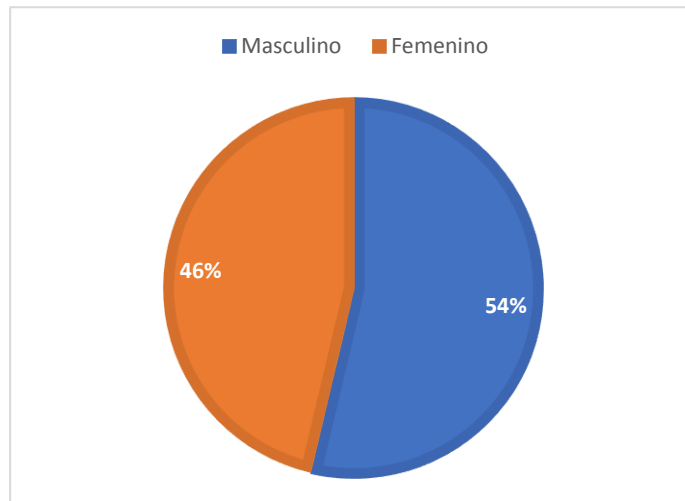
Tabla 4: Género

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	190	54
Femenino	164	46
Total	354	100

Elaboración: Andrés Gómez.

Fuente: Tabulación de encuestas.

Gráfico 4: Género



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 4.

Análisis e interpretación: Se estableció que el 54% de personas encuestadas pertenecen al género masculino, mientras que el restante 46% corresponde al género femenino.

- **Edad**

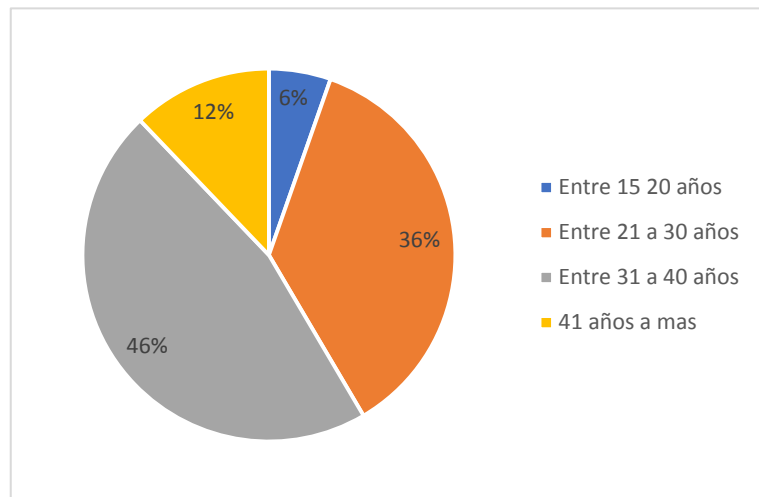
Tabla 5: Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre 15 a 20 años	19	6
Entre 21 a 30 años	128	36
Entre 31 a 40 años	164	46
41 años a mas	43	12
Total	354	100

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico 5: Edad



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 5.

Análisis e interpretación: Se puede observar que el rango de edad más representativo de visita al cantón es el que oscila entre los 31 a 40 años con un 46%, seguido del rango correspondiente a los 31 a 30 años con un 36%, luego el rango comprendido entre 41 años a más con un 12% y por último de 15 a 20 años con un 6%.

- **Procedencia.**

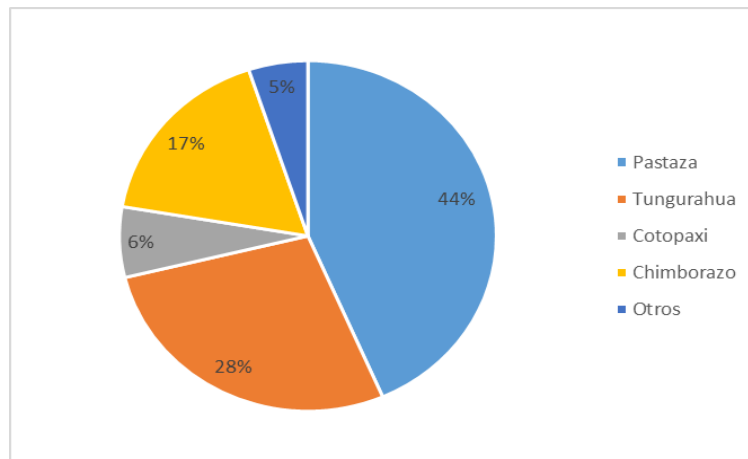
Tabla 6: Procedencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pastaza	154	44
Tungurahua	98	28
Cotopaxi	23	6
Chimborazo	61	17
Otros	18	5
Total	354	100

Elaboracion: Andres Gomez.

Fuente: Encuesta realizada.

Gráfico 6. Procedencia



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 6.

Análisis e interpretación: Podemos observar que la mayor parte de personas que llegan al cantón Santa Clara proviene de la provincia de Pastaza con un representativo 44%, el siguiente lugar de procedencia es de la provincia de Tungurahua con un 28%, de la provincia de Chimborazo con un 17%, la provincia de Cotopaxi con un 6%.

1. ¿Reconoce usted al cantón Santa Clara como destino turístico de la provincia de Pastaza?

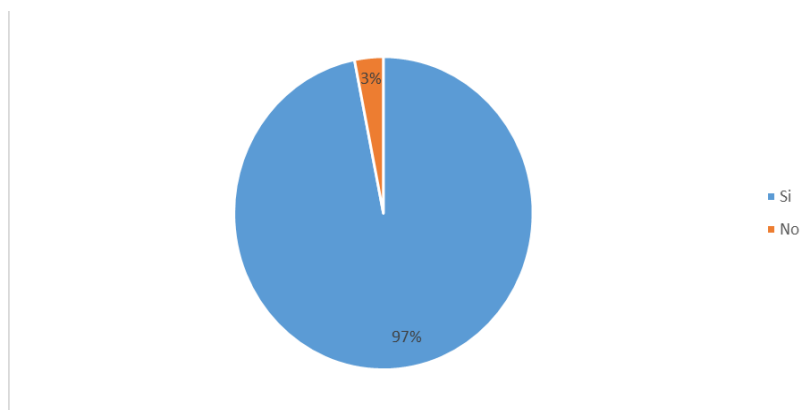
Tabla 7: ¿Reconoce a Santa Clara como destino turístico?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	343	97
No	11	3
Total	354	100

Elaboración: Andrés Gómez.

Fuente: Encuestas realizadas.

Gráfico 7: ¿Reconoce a Santa Clara como destino turístico?



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 7.

Análisis e interpretación: Un 97% de encuestados si reconoce al cantón Santa Clara como destino turístico de la provincia de Pastaza, mientras que el 3% no lo reconoce. Con lo se aprecia que el cantón Santa Clara si es reconocido como un destino turístico, de la provincia por parte de los turistas que lo visitan.

2. ¿Conoce usted el significado el agroturismo?

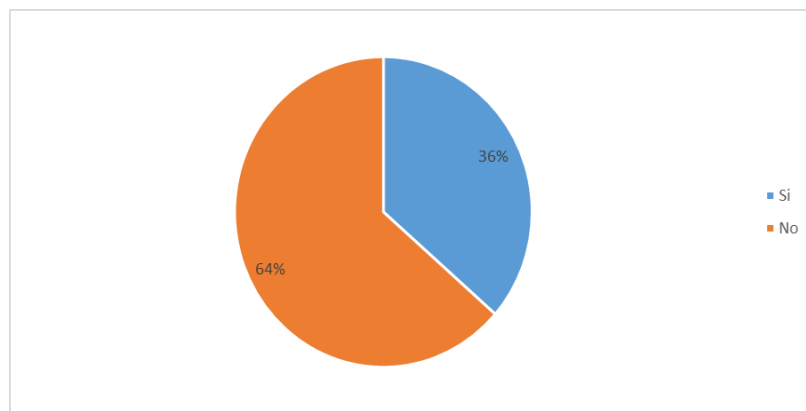
Tabla 8: ¿Reconoce el significado de agroturismo?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	129	36
No	225	64
Total	354	100

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Encuestas realizadas

Gráfico 8: ¿Reconoce el significado de agroturismo?



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 8

Análisis: Se puede observar que un 64% de turistas no conoce el significado de agroturismo, mientras que el 36% si reconoce la actividad agroturística. Siendo esta actividad para la mayoría de turistas nueva e innovadora.

3. ¿Ha visitado usted un lugar destinado al agroturismo?

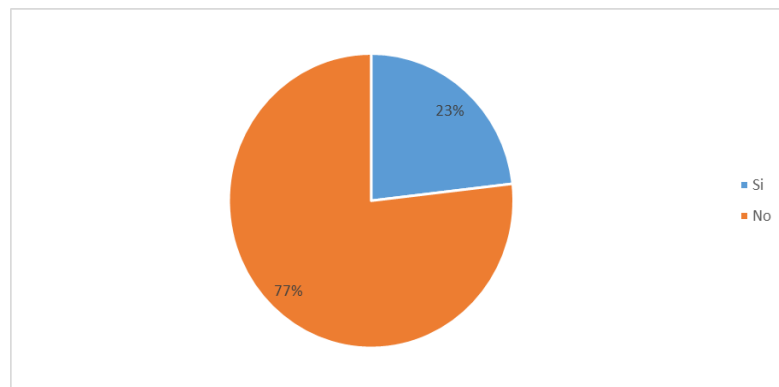
Tabla 9: Visita a un lugar agroturístico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	82	23
No	272	77
Total	354	100

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Encuestas realizadas

Gráfico 9: Visita a un lugar agroturístico



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 9.

Análisis: Observamos que un 77% de encuestados encuestadas no ha visitado un lugar destinado a la actividad Agroturística, mientras que el 23% de encuestados si lo ha hecho. Observando que la mayoría de personas ha escuchado de la actividad agroturística pero no ha visitado lugares destinados a la misma, estableciéndose una oportunidad para presentar esta actividad como alternativa al turismo.

4. Con que frecuencia usted ha visitado el canton Santa Clara?

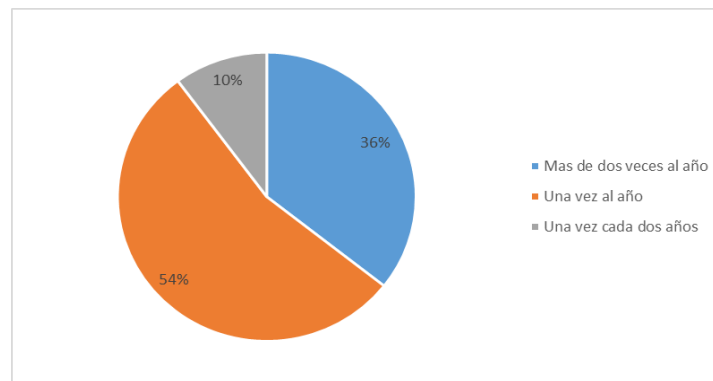
Tabla 10: Frecuencia de visita al cantón Santa Clara

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mas de dos veces al año	126	36
Una vez al año	192	54
Una vez cada dos años	36	10
Total	354	100

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Encuestas realizadas

Gráfico 10: Frecuencia de visita al cantón Santa Clara



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 10.

Análisis e interpretación: De acuerdo con los resultados se observa que un 54% de encuestados ha visitado al menos una vez al año el cantón Santa Clara, el 36% lo ha visitado más de dos veces al año, y un 10% al menos una vez cada dos años. Demostrando que existe una afluencia anual al cantón significativa de por lo menos una vez o más de dos veces al año de visitas por parte de los turistas.

5. ¿Cuántas personas le acompañan en su visita?

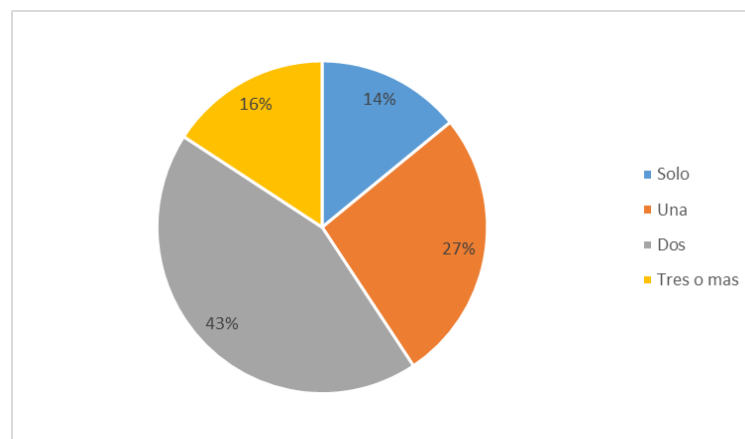
Tabla 11: Personas que acompañan su visita

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Solo	50	14
Una	94	27
Dos	154	43
Tres o mas	56	16
Total	354	100

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Encuestas realizadas

Gráfico 11: Personas que acompañan su visita



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 11.

Análisis e interpretación: Se puede observar que un 43% de personas que visitan Santa Clara están llegando acompañados de dos personas, un 27% llega acompañado de una persona, un 16% está acompañado de 3 o más personas y un 14% llega solo a visitar Santa Clara. Permite conocer que al cantón la mayor parte de visitantes llega acompañado por dos personas, por una persona o por tres personas, estableciendo un potencial mercado turístico.

6. ¿Cuál es el motivo de su viaje al mencionado cantón?

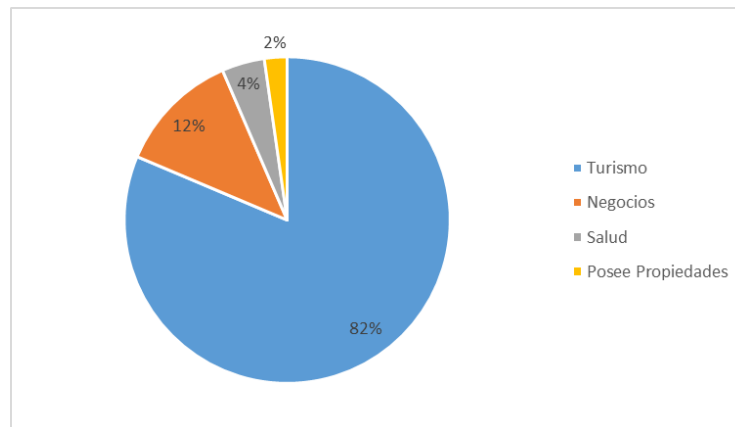
Tabla 12: Motivo de visita al cantón

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	288	82
Negocios	43	12
Salud	15	4
Posee Propiedades	8	2
Total	354	100

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Encuestas realizadas

Gráfico 12: Motivo de visita al cantón



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 12.

Análisis e interpretación: Se puede observar en los resultados que un 82% de personas que visitan el cantón Santa Clara lo hacen por turismo, un 12% de ellas lo visita por motivo de negocios, un 4% lo hace por salud, y un 2% lo hace por necesidad de visitar sus propiedades. La mayor parte de personas que visitan el cantón lo hacen por motivo de turismo y negocios demostrándonos nuevamente el potencial turístico que posee el cantón.

7. ¿Estaría usted dispuesto a visitar una finca Agroturística ubicada en el Recinto San Jorge perteneciente al cantón Santa Clara que ofrezca y realice las siguientes actividades?

- Restaurante.
- Alojamiento.
- Caminata por senderos (mirador).
- Cosecha de productos de la finca.
- Pesca deportiva.
- Degustación de productos de la finca.
- Rafting, tubing y kayak.
- Siembra de productos.

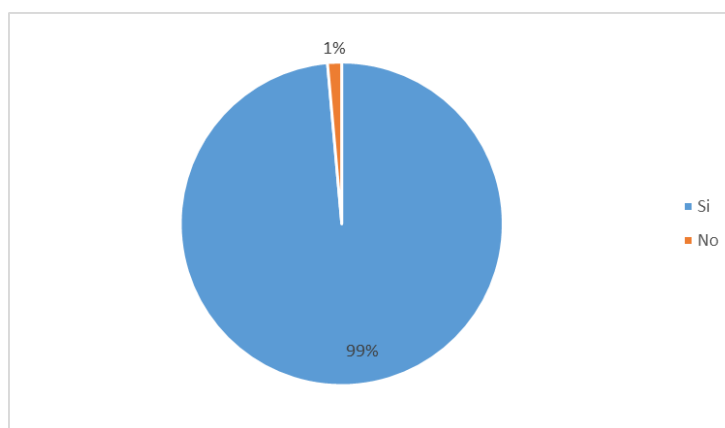
Tabla 13: ¿Visitaría la finca agroturística?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	349	99
No	5	1
Total	354	100

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico 13: ¿Visitaría la finca agroturística?



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 13.

Análisis e interpretación: De acuerdo con los resultados se aprecia que un 99% de encuestados si estaría dispuesto a visitar la finca Agroturística ubicada en el recinto San Jorge y acceder a sus servicios, mientras que un 1% no está de acuerdo. Observándose que la realización finca agroturística si tendrá acogida por parte de los turistas ya que un 99% de encuestados ha respondido afirmativamente a la pregunta de si visitaría o no la finca agroturística.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a permanecer en las instalaciones de la finca Agroturística?

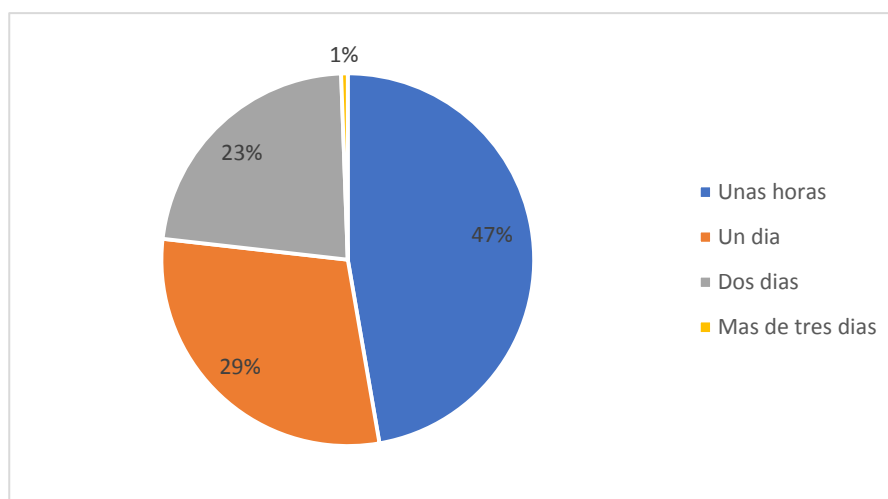
Tabla 14: Permanencia en la finca

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Unas horas	165	47
Un día	103	29
Dos días	79	23
Más de tres días	2	1
Total	349	100

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico 14: Permanencia en la finca



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 14.

Análisis: De acuerdo con la tabulación de datos se puede observar que un 47% de personas encuestadas visitaría unas horas la finca Agroturística, el 29% de encuestados realizaría una visita de al menos un día, el 23% visitaría al menos dos días. Se puede establecer que la mayoría de personas visitaría la finca agroturística por horas, es decir la visitaría por el acceso a los servicios, luego se establece que la gente llegaría al menos un día a la finca agroturística, siendo la menor visita de turistas más de tres días.

9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por motivo de alojamiento diario?

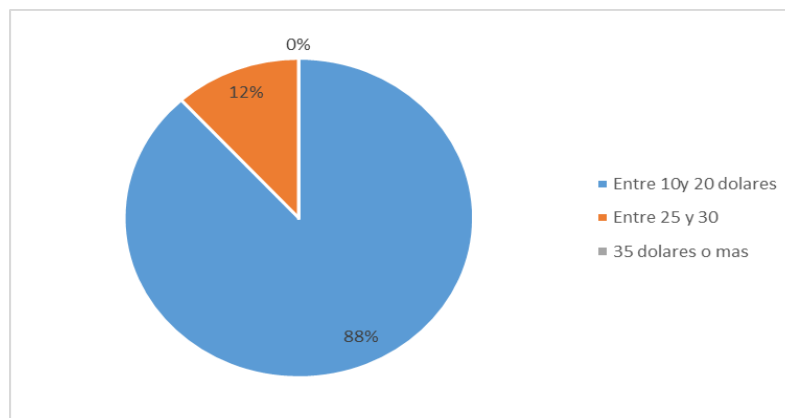
Tabla 15: Pago por motivo de alojamiento

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre 10 y 20 dólares	308	88
Entre 25 y 30	41	12
35 dólares o mas	0	0
Total	349	100

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico 15: Pago por motivo de alojamiento



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 15.

Análisis e interpretación: Se observa que el 88% de encuestados pagaría entre 10 y 20 dólares el costo por motivo de alojamiento, mientras que el 12% está dispuesta a pagar entre 25 y 30 dólares. Observamos que la mayoría de personas está de acuerdo en pagar entre 10 y 20 dólares por motivo de alojamiento, precio que se considera conveniente, competitivo y accesible para los turistas.

10. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por alimentación diaria por plato?

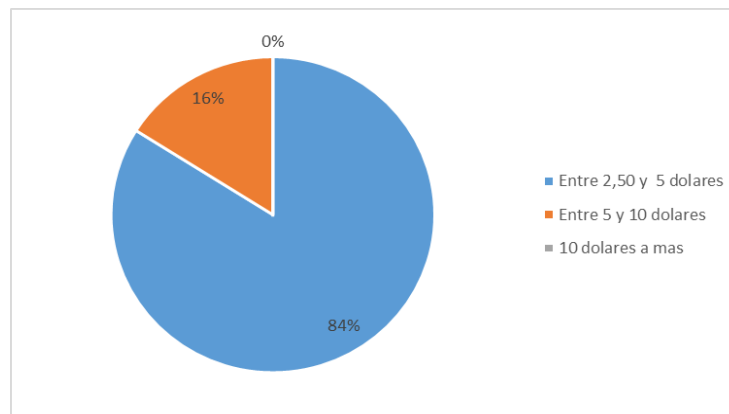
Tabla 16: Pago por alimentación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre 2,50 y 5 dólares	293	84
Entre 5 y 10 dólares	56	16
10 dólares a mas	0	0
Total	349	100

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Encuestas realizadas

Gráfico 16: Pago por alimentación



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 16.

Análisis: Se puede apreciar que de las personas encuestadas están un 84% están de acuerdo en pagar su alimentación por plato en un rango que va desde los 2.50 a los 5 dólares, mientras que el 16% está de acuerdo en pagar entre 5 y 10 dólares. Se observa que la mayoría de personas está de acuerdo en pagar entre 2.50 a 5 dólares por motivo de alimentación, siendo un precio razonable y el elegido por parte de los encuestados.

11. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la realización de las actividades turísticas y de recreación? tales como:

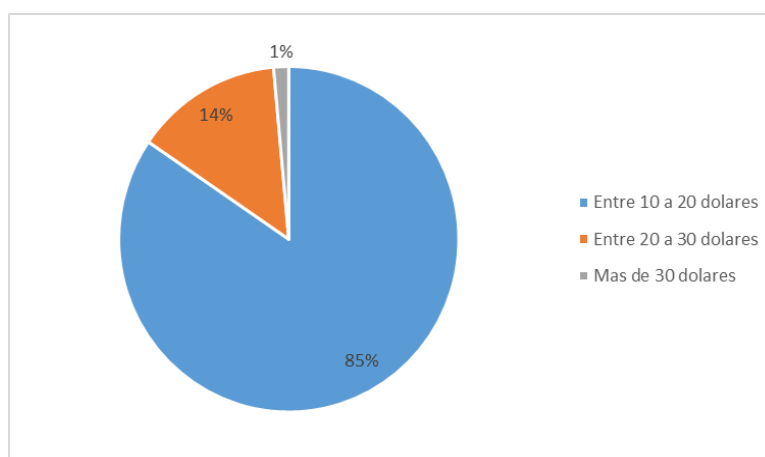
- Caminata por senderos (mirador).
- Cosecha de productos de la finca.
- Siembra de productos de la finca.
- Degustación de productos de la finca.
- Rafting, tubing y kayak.
- Pesca deportiva.

Tabla 17: Pago por servicios

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre 10 a 20 dólares	295	85
Entre 20 a 30 dólares	49	14
Mas de 30 dólares	5	1
Total	349	100

Elaboración: Andrés Gómez
Fuente: Encuesta realizada

Gráfico 17: Pago por servicios



Elaboración: Andrés Gómez
Fuente: Tabla 17.

Análisis e interpretación: Se puede apreciar en los datos que un 85% de las personas está de acuerdo en pagar de 10 a 20 dólares por la realización de actividades turísticas y de recreación, un 14% está de acuerdo en pagar de 20 a 30 dólares y un 1% está de acuerdo en pagar más de 30 dólares. Se observa que la mayoría de personas está de acuerdo con pagar entre 10 y 20 dólares por el acceso a los servicios que prestara la finca agroturística.

12. ¿Porque medio le gustaría recibir información acerca de la finca agroturística?

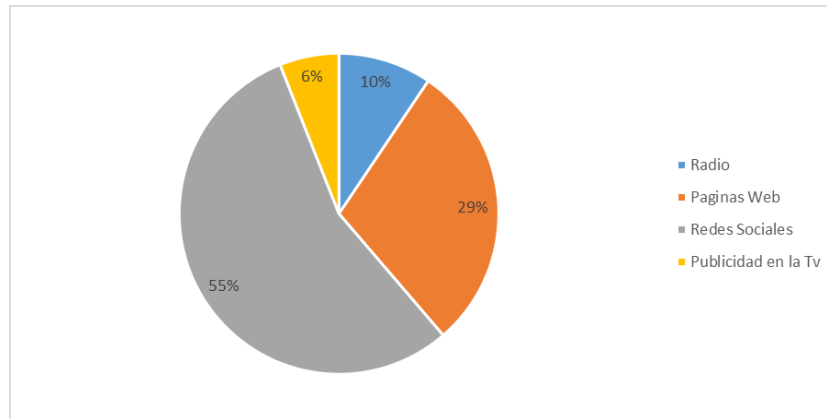
Tabla 18: Medio de publicidad.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	33	10
Páginas Web	102	29
Redes Sociales	193	55
Publicidad en la Tv	21	6
Total	349	100

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Encuesta realizada

Gráfico 18: Medio de publicidad



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 18.

Análisis e interpretación: De acuerdo con los resultados un 55% de personas le gustaría recibir información acerca de la finca Agroturística mediante una red social, un 29% de personas prefiere recibir información mediante una página web, un 10% de personas prefieren la radio y un 6% de personas la publicidad en la Televisión. Esta información contribuirá a implementar estrategias de marketing que la finca agroturística deberá implementar para llegar a su mercado objetivo.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TITULO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA FINCA AGROTURÍSTICA “GOMCOMP” UBICADA EN SAN JORGE, CANTÓN SANTA CLARA, PROVINCIA DE PASTAZA, AUSPICIADA POR GAD-MUNICIPAL SANTA CLARA, 2017.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1 Estudio de mercado

La elaboración del estudio de mercado constituye una herramienta importante en la realización y ejecución de un proyecto. En la actualidad la comercialización de bienes o servicios está limitada por la aceptación y satisfacción de las expectativas del mercado, el estudio permitió establecer si el proyecto tendrá éxito o no, para llevarlo a cabo se tomó en cuenta la metodología de la encuesta, teniendo como finalidad la obtención de información que sirvió para la toma de decisiones. Se procedió a la obtención de la oferta y la demanda turísticas del mismo, a la vez se calculó la población objetivo que tendrá las condiciones de acceder al servicio turístico, adicional se procedió a calcular la demanda turística insatisfecha.

4.2.1.1 Producto y/o servicio

El servicio se basa en satisfacer las necesidades de ocio y diversión de turistas, este caso denominados clientes, que visitan el cantón Santa Clara, mediante la implementación de una finca agroturística en el recinto San Jorge, perteneciente al mencionado cantón, ubicado en la provincia de Pastaza. La finca contiene 13 hectáreas de las cuales están divididas en 6 hectáreas de selva, 1 hectáreas dedicadas a la piscicultura (producción de tilapia, cachama, carpa y variedad de peces nativos de la amazonia), 3 hectáreas dedicadas a la producción de cacao, naranjilla, caña, piña y plátano. Adicional se puede mencionar que las 3 hectáreas restantes se encuentran sometidas a un programa de reforestación.

4.2.1.2 Análisis del mercado

A través del estudio se estableció el grupo de posibles clientes o turistas que estarán en las condiciones de acceder a los servicios de la finca agroturística “GOMCOMP”.

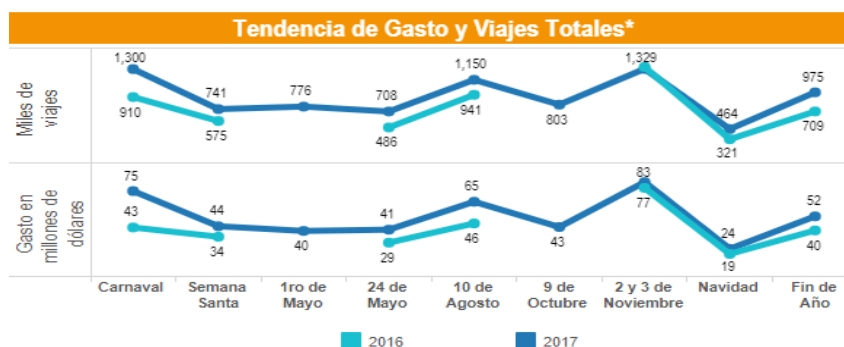
- **Demanda:** Los turistas que visitan el cantón Santa Clara provienen de las siguientes provincias: Pastaza, Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi, y en menor cantidad de otras provincias del país. Se puede ver al cantón Santa Clara como un destino turístico de fin de semana durante las temporadas bajas y en temporadas altas se convierte en turismo receptivo.
- **Demografía:** Para efectos de este estudio se tomó en cuenta a las personas que pertenecen al grupo socioeconómico C+ o mayor (A: Estrato socioeconómico alto, B: Estrato socioeconómico Medio alto, C+: Estrato socioeconómico Medio típico) de acuerdo con el estudio de estratificación establecido en el país. Se toma en consideración estas personas porque poseen un nivel socioeconómico que les permitirá acceder al servicio.

4.2.1.3 Estudio de la demanda

- Demanda Histórica

Si bien no existen estadísticas exactas de ingreso a la provincia de Pastaza, el Ministerio de Turismo a través de su página web emite información sobre la cantidad de viajes que turistas realizan a las provincias en los feriados del año 2017. En total en el año 2017 se realizaron 7.976.000 viajes de turistas nacionales y extranjeros, en el Ecuador.

Ilustración 6. Total de viajes realizados por turistas extranjeros y nacionales en el País.



Fuente: (Ministerio de Turismo, 2017)

Elaboración: Ministerio de Turismo.

En el mismo año de acuerdo con él (Ministerio de Turismo, 2017) se observa que a la provincia de Pastaza ingresaron 118.604 turistas, tanto nacionales como extranjeros, en temporada alta.

- Turismo en el cantón Santa Clara

El turismo en el cantón Santa Clara viene establecido por temporadas altas y bajas, de acuerdo con el Ing. Freddy Ortiz Coordinador de la Unidad de Desarrollo Sociocultural y Turístico del G.A.D. Municipal del cantón Santa Clara. En una entrevista realizada a dicho departamento se puede recoger que en el año 2017 en temporada baja de acuerdo con (Ministerio de Turismo, 2017) ingresaron a la provincia de Pastaza 33.600 turistas de los cuales según el Coordinador de la Unidad de Desarrollo Sociocultural y Turístico del G.A.D. Municipal del cantón Santa Clara el 22% de estos turistas visitaron el cantón Santa Clara, es decir 7.392, adicional se recibió turistas provenientes de la provincia de Pastaza en un número aproximado de 7.000, dando un total de 14.392 turistas que visitaron el cantón en temporada baja. En temporada alta estableció que la provincia de Pastaza de acuerdo con el (Ministerio de Turismo, 2017) recibió en el año 2017 la visita de 118.604 turistas, de los cuales según el Coordinador de la Unidad de Desarrollo Sociocultural y Turístico del G.A.D. Municipal del cantón Santa Clara visitaron el cantón Santa Clara un aproximado de 35581 turistas, aproximadamente un 30%, en su mayoría provenientes de la sierra centro del país, adicional de la provincia de Pastaza se recibió un aproximado de 12.000 turistas, dando como un total de 47581 turistas que visitaron el cantón en temporada alta. El coordinador de la Unidad de Desarrollo Sociocultural y Turístico del G.A.D. Municipal del cantón Santa Clara supo manifestar que la gran mayoría de turistas que llegan al Cantón provienen de la sierra centro del país, concretamente de Chimborazo, Tungurahua y Cotopaxi además de la provincia de Pastaza. En total en el año 2017 el cantón Santa Clara recibió 61973 turistas. Se estableció los meses de la temporada alta los siguientes: febrero, abril, mayo, agosto, octubre, noviembre y diciembre, en los cuales existen feriados nacionales por los cual las personas proceden a visitar los lugares turísticos. Para efectos de la temporada baja se tomó en cuenta aquellos meses en los que no existen feriados nacionales, o aquellos feriados que existen no son tan importantes, los cuales son: enero, marzo, junio, julio y septiembre

4.2.1.4 Demanda proyectada

Donde:

Cn= Cantidad futura

Co= Cantidad actual

I= tasa de crecimiento poblacional (1,56%)

n= Año de estimación

Para la tasa de crecimiento de la demanda

Ecuación 2: Ecuación de proyección de oferta y demanda

$$Cn = Co(1 + I)^n$$

Año 1.

$$Cn = 61973(1 + 0.0156)^1$$

$$Cn = 62.940$$

Tabla 19: Proyección de la demanda

N°	AÑO	PROYECCION (Turistas)
0	2017	61.973
1	2018	62.940
2	2019	64.919
3	2020	68.005
4	2021	72.349
5	2022	78.171

Elaboración: Andrés Gómez

Para realizar la proyección de la demanda se tomó en consideración el 1.56% tasa de crecimiento poblacional del año 2017.

4.2.1.5 Estudio de la oferta

- Oferta histórica

No existe un dato exacto de la oferta turística del cantón Santa Clara, esa información no se posee en los archivos del GAD municipal del cantón Santa Clara. Es por esta razón que se procedió a realizar un estudio de campo, el cual consistió en la visita a los lugares turísticos pertenecientes al cantón, con el fin de obtener información de la capacidad de atención de turistas, lo cual supone la capacidad máxima de atención a turistas por parte de los locales turísticos del cantón.

Tabla 20: Capacidad de atención de Turistas semanal Cantón Santa Clara

CAPACIDAD DE ATENCIÓN A TURISTAS SEMANALES AL CANTON SANTA CLARA		
ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS	CAPACIDAD DE ATENCION SEMANAL DE TURISTAS	OBSERVACIONES
Complejo Turístico y Deportivo “Santa Clara”	240 turistas	Abre de miércoles a domingo. Es administrado por el GAD Municipal de Santa Clara. Los días de más afluencia son los viernes, sábado y domingo.
Balneario Cabañas “Piatua”	250 turistas	Administrado por el GAD municipal de Santa Clara, el cual delega a un(a) administradora.
Cabañas “Anzu”	45 turistas	El local es privado.
Pensión o Residencia “Pasión de Gavilanes”	35 turistas	Es considerado como hotel de paso.
Pensiono Residencia “Brisa del Anzu”	36 turistas	Es Considerado como hotel de paso.
Pensión o Residencia “Belén”	36 turistas	Es Considerado como hotel de paso.
TOTAL	639 turistas	

Fuente: Complejo Turístico y Deportivo “Santa Clara”; Cabañas “Piatua”; Cabañas “Anzu”; Pensión “Pasión de Gavilanes”; Pensión “Brisa del Anzu”; Pensión “Belén”.

Elaboración: Andrés Gómez

Analizada la información se procedió a establecer el número de turistas que recibe el cantón Santa Clara de forma mensual.

Tabla 21: Capacidad de atención mensual de turistas Cantón Santa Clara

CAPACIDAD DE ATENCIÓN MENSUAL DE TURISTAS CANTON SANTA CLARA			
LUGARES TURISTICOS.	CAPACIDAD DE ATENCIÓN SEMANAL DE TURISTAS	DE	CAPACIDAD DE ATENCIÓN MENSUAL DE TURISTAS
Pensiones, Cabañas y Complejos turísticos	639		2556

Fuente: Pensiones, cabañas y complejos turísticos, del cantón Santa Clara.

Elaboración: Andrés Gómez.

A continuación, se estableció la capacidad anual de atención a turistas del cantón Santa Clara.

Tabla 22: Capacidad de atención anual de turistas cantón Santa Clara

LUGARES TURISTICOS	CAPACIDAD DE ATENCION MENSUAL TURISTAS	DE DE	CAPACIDAD DE ATENCIÓN ANUAL TURISTAS.
Pensiones, Cabañas y Complejos turísticos	2556		30672

Fuente: Pensiones, cabañas y complejos turísticos, del cantón Santa Clara

Elaboración: Andrés Gómez

Se conoció que anualmente la oferta turística del cantón Santa Clara es de 30.672. En otras palabras, es la capacidad de atención de los locales turísticos presentes en el cantón. Una vez analizada la información se puede establecer que la oferta turística del cantón solo está en la capacidad de atender al 48% de la demanda turistas que llega al mismo.

4.2.1.6 Oferta proyectada

Para el cálculo de la oferta proyectada partimos desde el año 2017 que será el año cero (0) para, para establecer el crecimiento de la oferta hay que considerar que la oferta turística en el cantón Santa Clara se ha mantenido estática en los últimos años, por esa razón se procederá a la utilización de la tasa de crecimiento poblacional 1.56% en el año 2017.

Dónde:

Cn= Cantidad futura.

Co= Cantidad actual.

I= tasa de crecimiento poblacional (1,56%)

N= Año de estimación.

Tabla 23: Proyección de la oferta

N°	AÑO	PROYECCION
0	2017	30672
1	2018	31150
2	2019	32130
3	2020	33657
4	2021	35807
5	2022	38689

Elaboración: Andrés Gómez

4.2.1.7 Cálculo de la demanda insatisfecha

Para establecer el cálculo de la demanda insatisfecha se procede a realizar el cálculo mediante la demanda y la oferta proyectada.

Tabla 24: Demanda insatisfecha

N°	AÑO	PROYECCION DEMANDA	PROYECCION OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	2017	61.973	30.672	31.301
1	2018	62.940	31.150	31.789
2	2019	64.919	32.130	32.789
3	2020	68.005	33.657	34.348
4	2021	72.349	35.807	36.542
5	2022	78.171	38.689	39.482

Elaboración: Andrés Gómez

Como se puede observar existe una demanda insatisfecha la cual actúa como indicador que permitirá continuar elaborando el estudio. Se puede observar que la demanda supera la capacidad de atención máxima de turistas del cantón.

4.2.1.8 Demanda a satisfacer

Del total de la demanda insatisfecha se pretende satisfacer el 26% de la misma, La población a atender es la siguiente:

Tabla 25: Demanda a satisfacer finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE A ATENDER (26%)
1	62.940	31150	31.789	8.265
2	64.919	32130	32.789	8.525
3	68.005	33657	34.348	8.930
4	72.349	35807	36.542	9.501
5	78.171	38689	39.482	10.265

Elaboración: Andrés Gómez

Se procedió la atención a una parte de la demanda insatisfecha que será de un 26%, considerando el crecimiento de turistas al cantón, la capacidad de atención que tendrá la finca agroturística, y como meta a satisfacer para la recuperación de la inversión dentro de la vida útil del proyecto.

4.2.2 Estudio Administrativo

Este capítulo tiene como fin establecer el estándar o pasos a seguir para la conformación de la organización, teniendo en cuenta la organización legal y la estructura organizacional que nos permita la implementación y operación de este proyecto. Es necesario que el proyecto tenga una estructura organizacional que permita trabajar de forma eficiente y organizada, de acuerdo al giro de negocio.

4.2.2.1 Actividad de la empresa

La finca Agroturística "GOMCOMP" ubicada en el Reciento San Jorge, Cantón Santa Clara de la Provincia de Pastaza, se dedicará a la prestación de servicios turísticos: Alimentación, Hospedaje y Recreación.

4.2.2.2 Tipo de empresa

La creación de esta empresa está establecida mediante "**Empresa pública**".

Le acuerdo con la Ley Orgánica de Empresas Publicas en su artículo 4 establece que "Las empresas públicas son entidades que pertenecen al Estado en los términos que

establece la Constitución de la República, personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión. Estarán destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y en general al desarrollo de actividades económicas que corresponden al Estado.” (Ley Organica de Empresas Publicas, 2009) (Anexo 7).

4.2.2.3 Marco Legal

- Constitución de la República del Ecuador

De acuerdo con la (Lexis, 2008) en el artículo 315 de la Constitución de la República del Ecuador se establece “El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas. Las empresas públicas estarán bajo la regulación y el control específico de los organismos pertinentes, de acuerdo con la ley; funcionarán como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión, con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales. Los excedentes podrán destinarse a la inversión y reinversión en las mismas empresas o sus subsidiarias, relacionadas o asociadas, de carácter público, en niveles que garanticen su desarrollo. Los excedentes que no fueran invertidos o reinvertidos se transferirán al Presupuesto General del Estado.”

- Ley de Turismo

De acuerdo con la Ley de Turismo (Ley de Turismo, 2002) se establece que:

Art. 5. Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

En el **art. 8** se menciona que “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.”

Dentro del **art. 9**. Se establece “El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de *servicios* turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.”

El **art. 10**. menciona – “El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

- Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización.

El Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización (Lexis) en su artículo 64 los incisos g y el inciso i establecen:

g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;

i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad;

4.2.2.4 Pasos para constituir esta empresa

1. Mediante decreto ejecutivo para las empresas constituidas por la Función Ejecutiva;
2. Por acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados; y,
3. Mediante escritura pública para las empresas que se constituyan entre la Función Ejecutiva y los gobiernos autónomos descentralizados, para lo cual se requerirá del decreto ejecutivo y de la decisión de la máxima autoridad del organismo autónomo descentralizado, en su caso. Las empresas públicas pueden ejercer sus actividades en el ámbito local, provincial, regional, nacional o internacional. (Ley Organica de Empresas Publicas, 2009). (**Anexo 8**)

- La empresa pública se regirá por los siguientes principios

- “1. Contribuir en forma sostenida al desarrollo humano y buen vivir de la población ecuatoriana;
2. Promover el desarrollo sustentable, integral, descentralizado y desconcentrado del Estado, y de las actividades económicas asumidas por éste.
3. Actuar con eficiencia, racionalidad, rentabilidad y control social en la exploración, explotación e industrialización de los recursos naturales renovables y no renovables y en la comercialización de sus productos derivados, preservando el ambiente;

4. Propiciar la obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, universalidad, accesibilidad, regularidad, calidad, continuidad, seguridad, precios equitativos y responsabilidad en la prestación de los servicios públicos;
5. Precautelar que los costos socio-ambientales se integren a los costos de producción; y,
6. Preservar y controlar la propiedad estatal y la actividad empresarial pública.” (Ley Organica de Empresas Publicas, 2009) (**Anexo 10**)

4.2.2.5 Instituciones que rigen la actividad turística

Es necesario conocer cuáles serán las instituciones a las cuales se registrará la finca Agroturística “GOMCOMP” E.P. De acuerdo con (Ministerio de Turismo, 2002) a través de la Ley de Turismo en el artículo 15 las empresas dedicadas a la actividad turística se registrarán mediante las siguientes instituciones relacionadas con el rubro turístico:

“El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones: (**Anexo 13**)

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que registrarán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con

organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;

6. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
7. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
8. Calificar los proyectos turísticos;
9. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo;

Las personas u organizaciones que se dediquen a la actividad turística, serán regidas por el ministerio de turismo a través de la ley de turismo, misma que establecerá las restricciones, deberes y obligaciones de las sociedades dedicadas a este rubro.

Esta empresa también estará regida por la ley orgánica de empresas públicas, la cual establecerá los reglamentos y normativas para su creación y funcionamiento.

Aparte de estar regidas por el Ministerio de Turismo y la Ley Orgánica de Empresas Publicas, estas organizaciones además estarán sujetas a rendir cuentas a: Cuerpo de bomberos del sector y el Ministerio de ambiente.

4.2.2.6 Filosofía organizacional

- Nombre o Razón social

De acuerdo con (Ley Organica de Empresas Publicas, 2009) **Art. 5** La denominación de las empresas deberá contener la indicación de "EMPRESA PUBLICA" o la sigla "EP", acompañada de una expresión peculiar.

La finca Agroturística que se creará se denominará como **Finca Agroturística “GOMCOMP” E.P.**

- **Misión**

Para la elaboración de la Misión se planteó el responder las siguientes preguntas establecidas en el Matriz estratégica de la misión.

Tabla 26: Matriz estratégica de la misión

MATRIZ ESTRATÉGICA DE LA MISIÓN	
PREGUNTAS DIRECTRICES	RESPUESTAS
¿Quiénes Somos?	La finca Agroturística “GOMCOMP” E.P.
¿Que Ofrecemos?	Una experiencia turística innovadora variado y de calidad.
¿Cómo lo hacemos?	Mediante una atención personalizada.
¿Dónde estamos?	San Jorge Km 46 vía Puyo-Tena.
¿Con que contamos?	Instalaciones amplias y acogedoras.

Elaboración: Andrés Gómez

- **Propuesta de misión**

“La finca agroturística “GOMCOMP” E.P. ofrece una experiencia turística innovadora, variada y de calidad a través de una atención personalizada a sus clientes mediante instalaciones amplias y acogedoras.

- **Visión**

De igual forma para elaborar la visión se planteó el mismo procedimiento establecido en la elaboración de la misión.

Tabla 27: Matriz estratégica de la visión

MATRIZ ESTRATÉGICA DE LA VISIÓN	
PREGUNTAS DIRECTRICES	RESPUESTAS
¿Para Cuanto Tiempo?	En cinco años.
¿Que buscamos?	Ser un referente del turismo cantonal, así como provincial.
¿Cómo lo lograremos?	A través de un servicio de calidad.
¿Cómo lo hacemos?	Enfocado en la atención y satisfacción del cliente.

Elaboración: Andrés Gómez

Propuesta de Visión

“En cinco años ser un referente del turismo cantonal, así como provincial, a través de un servicio de calidad enfocado en la atención y satisfacción del cliente.”

- **Valores Institucionales.**

Siendo los valores institucionales unos de los pilares fundamentales para llevar con éxito el giro del negocio, se planteó los siguientes:

• **Honestidad:**

- Emito información verídica del negocio a nuestros clientes.
- Actuó con la verdad al momento de emitir información a nuestros colaboradores.
- Utilizo de forma consiente los bienes de la organización.

• **Responsabilidad:**

- Utilizo mi tiempo para realizar mis obligaciones.
- Entrego información veraz y atiendo de forma ágil al cliente.
- Presto un servicio de calidad.
- Retribuyo de buena forma la confianza que el cliente ha puesto en mí y la organización.

• **Respeto:**

- Atención oportuna y cálida al cliente y colaboradores, a través de un trato digno.
- Muestro amabilidad y cortesía al momento de dirigirme hacia los demás.
- Trato por igual a colaboradores y clientes.

• **Lealtad:**

- Contribuyo a la solución de inconvenientes para con la organización y el cliente.
- Cumpro con las políticas, y obligaciones dentro de la organización.
- Tengo como objetivos la misión y visión de la organización.

• **Compromiso:**

- Cumpro eficientemente mis obligaciones para con el cliente y la organización.
- Cumpro de forma oportuna las expectativas del cliente.

- **Trabajar por hacer un cambio en el mundo:**

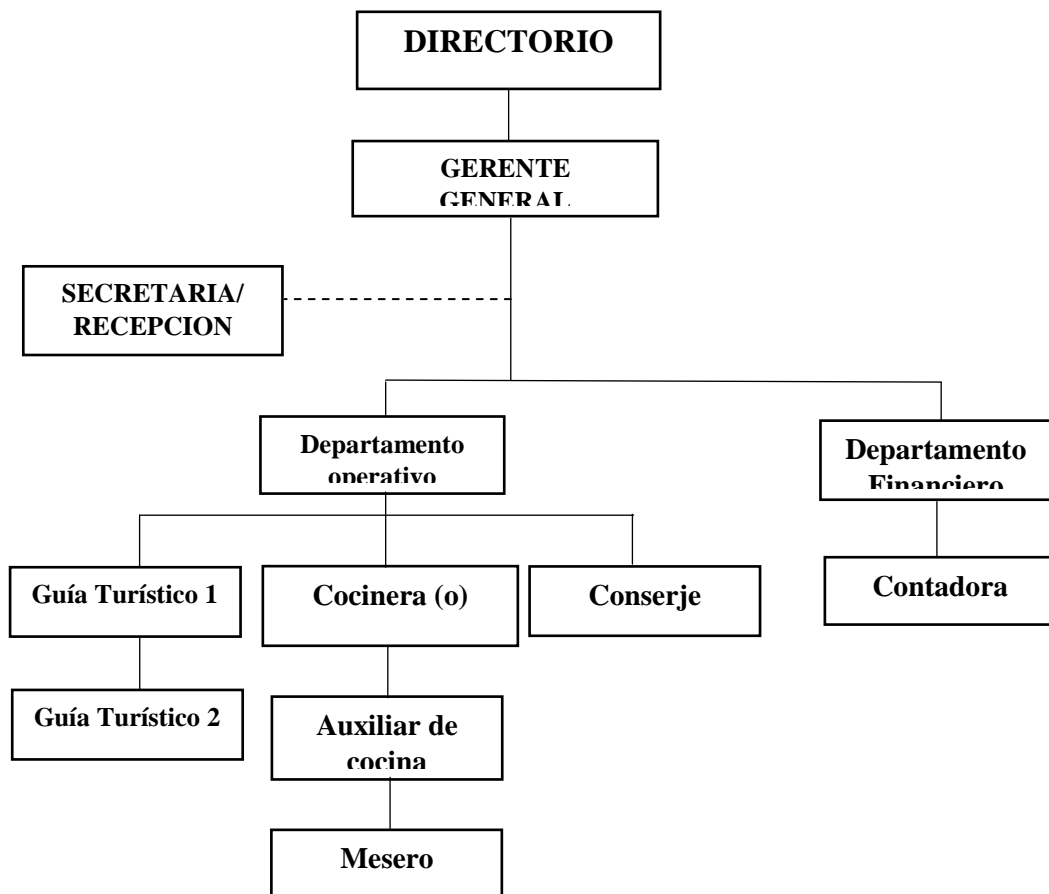
- Contribuyo al crecimiento del sector y del cantón.

- Fomento e impulso el turismo amigable con el medio ambiente entre mis clientes.

4.2.2.7 Organigrama Estructural

La implementación de un organigrama estructura para la empresa GOMCOMP E.P. tiene como fin esquematizar la organización de la misma, con el propósito de crear una cadena de mando, y establecer las responsabilidades que tendrá cada uno de los departamentos o cargos.

Gráfico 19: Organigrama Estructural Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.



Elaboración: Andrés Gómez

4.2.2.8 Manual de Funciones.

Una vez establecidos los organigramas, se procedió a establecer cuáles serán las funciones de cada uno de los cargos al interior de la empresa, recalcando que serán las funciones que cada uno de los empleados cumplirá o cargos cumplirá, aquí también se establecerán los requisitos a cumplirá para acceder al puesto.

MANUAL DE FUNCIONES FINCA AGROTURISTICA “GOMCOMP” E.P.

Tabla 28: Manual de Funciones Directorio “GOMCOMP” E.P.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO.	
NOMBRE DEL CARGO	Directorio.
DEPENDENCIA	Directorio.
JEFE INMEDIATO	-
SOLICITA REPORTES A	Gerente General.
OBJETIVO DEL CARGO	
Administrar y auditar la organización mediante la toma de decisiones velando por los intereses de la Dirección.	
FUNCIONES PRINCIPALES (Ley Organica de Empresas Publicas, 2009)	
1. Establecer las políticas y metas de la Empresa, en concordancia con las políticas nacionales, regionales, provinciales o locales formuladas por los órganos competentes y evaluar su cumplimiento;	
2. Aprobar los programas anuales y plurianuales de inversión y reinversión de la empresa pública de conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo;	
3. Aprobar la desinversión de la empresa pública en sus filiales o subsidiarias;	
4. Aprobar las políticas aplicables a los planes estratégicos, objetivos de gestión, presupuesto anual, estructura organizacional y responsabilidad social corporativa;	
5. Aprobar el Presupuesto General de la Empresa y evaluar su ejecución;	
6. Aprobar el Plan Estratégico de la empresa, elaborado y presentado por la Gerencia General, y evaluar su ejecución;	
7. Aprobar y modificar el Orgánico Funcional de la Empresa sobre la base del proyecto presentado por el Gerente General;	
8. Aprobar y modificar el Reglamento de Funcionamiento del Directorio;	
9. Autorizar la contratación de los créditos o líneas de crédito, así como las inversiones que	

se consideren necesarias para el cumplimiento de los fines y objetivos empresariales, cuyo monto será definido en el Reglamento General de esta Ley con sujeción a las disposiciones de la Ley y la normativa interna de cada empresa. Las contrataciones de crédito, líneas de crédito o inversiones inferiores a dicho monto serán autorizadas directamente por el Gerente General de la Empresa;

10. Autorizar la enajenación de bienes de la empresa de conformidad con la normativa aplicable desde el monto que establezca el directorio:
11. Conocer y resolver sobre el Informe Anual de la o el Gerente General, así como los Estados Financieros de la empresa pública cortados al 31 de diciembre de cada año:
12. Resolver y aprobar la fusión, escisión o liquidación de la empresa pública;
13. Nombrar a la o al Gerente General, de una terna propuesta por la presidenta o presidente del Directorio, y sustituirlo;
14. Aprobar la creación de filiales o subsidiarias, nombrar a sus administradoras o administradores con base a una terna presentada por la o el Gerente General, y sustituirlos;
15. Disponer el ejercicio de las acciones legales, según el caso, en contra de ex administradores de la Empresa Pública; y,
16. Las demás que le asigne la Ley Orgánica de Empresas Públicas, su Reglamento General y la reglamentación interna de la empresa.

Elaboración: Andrés Gómez.

Tabla 29: Manual de Funciones Gerente General "GOMCOMP" E.P.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO.	
NOMBRE DEL CARGO	Gerente General
DEPENDENCIA	Gerencia General.
JEFE INMEDIATO	Directorio.
SOLICITA REPORTES A	Departamento Operativo y Departamento Financiero.
OBJETIVO DEL CARGO	
Planear, Organizar, Dirigir y controlar las actividades en el ámbito operacional y financiero, velando por el cumplimiento de las decisiones tomadas por parte del Directorio.	
FUNCIONES PRINCIPALES (Ley Organica de Empresas Publicas, 2009)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa pública; 2. Cumplir y hacer cumplir la ley, reglamentos y demás normativa aplicable, incluidas las resoluciones emitidas por el Directorio; 3. Suscribir las alianzas estratégicas aprobadas por el Directorio; 4. Administrar la empresa pública, velar por su eficiencia empresarial e informar al Directorio trimestralmente o cuando sea solicitado por éste, sobre los resultados de la gestión de aplicación de las políticas y de los resultados de los planes, proyectos y presupuestos, en ejecución o ya ejecutados; 5. Presentar al Directorio las memorias anuales de la empresa pública y los estados financieros; 6. Preparar para conocimiento y aprobación del Directorio el Plan General de Negocios, Expansión e Inversión y el Presupuesto General de la empresa pública; 7. Aprobar el Plan Anual de Contrataciones (PAC) en los plazos y formas previstos en la ley; 8. Aprobar y modificar los reglamentos internos que requiera la empresa, excepto el señalado en el numeral 8 del artículo 9 de esta Ley; 9. Iniciar, continuar, desistir y transigir en procesos judiciales y en los procedimientos alternativos solución de conflictos, de conformidad con la ley y los montos establecidos por el Directorio. El Gerente procurará utilizar dichos procedimientos alternativos antes de iniciar un proceso judicial, en todo lo que sea materia transigible; 10. Designar al Gerente General Subrogante; 11. Resolver sobre la creación de agencias y unidades de negocio; 12. Designar y remover a los administradores de las agencias y unidades de negocios, de conformidad con la normativa aplicable; 13. Nombrar, contratar y sustituir al talento humano no señalado en el numeral que antecede, respetando la normativa aplicable; 14. Otorgar poderes especiales para el cumplimiento de las atribuciones de los 	

<p>administradores de agencias o unidades de negocios, observando para el efecto las disposiciones de la reglamentación interna;</p> <p>15. Adoptar e implementar las decisiones comerciales que permitan la venta de productos o servicios para atender las necesidades de los usuarios en general y del mercado, para lo cual podrá establecer condiciones comerciales específicas y estrategias de negocio competitivas; 16. Ejercer la jurisdicción coactiva en forma directa o a través de su delegado;</p> <p>17. Actuar como secretario del Directorio; y,</p> <p>18. Las demás que le asigne la Ley orgánica de empresas públicas, su Reglamento General y las normas internas de cada empresa.</p>
<p>REQUISITOS.</p>
<p>1) Acreditar título profesional mínimo de tercer nivel;</p> <p>2) Demostrar conocimiento y experiencia vinculados a la actividad de la empresa; y,</p> <p>3) Otros, según la normativa propia de cada empresa.</p> <p>4) Capacidad de liderazgo.</p>

Elaboración: Andrés Gómez.

Tabla 30: Manual de Funciones Secretaria "GOMCOMP" E.P.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO.	
NOMBRE DEL CARGO	Secretaria.
DEPENDENCIA	Secretaría.
JEFE INMEDIATO	Gerente General.
SOLICITA REPORTES A	-
OBJETIVO DEL CARGO	
Colaborar y apoyar en actividades acorde al área de secretariado tales como: Redactar, Clasificar y Distribuir la documentación al interior de la organización, colaborar con gerencia general llevando su agenda.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir, clasificar y tramitar la documentación al interior de la organización. 2. Tomar dictados, digitalizar y redactar documentos asignados por el Gerente General. 3. Receptar documentación para su posterior aprobación por parte del Gerente General. 4. Mantener de forma reservada la información que se trata al interior de la organización. 5. Preparar la documentación para reuniones de más alto nivel. 6. Cuidar la adecuada presentación de la oficina del gerente general. 7. Participar de los equipos de trabajo a los que fuera asignados. 8. Tomar nota de las reuniones con los empleados de la organización. 9. Atención a los clientes que ingresen a las instalaciones de la finca Agroturística. 10. Brindar información referente a los servicios que brinda la finca Agroturística. 11. Recibe y registra la visita de los clientes. 12. Coordinación de llamadas internas y externas. 13. Puntualidad en la realización de sus actividades. 14. Presencia absoluta en su sitio de trabajo. 	
REQUISITOS.	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Título de secretariado otorgado por una institución educativa, técnica o superior. 2. Mínimo un año de experiencia en cargo o afines. 3. Conocimiento de paquetes informáticos de office, y manejo de tecnologías informáticas. 4. Facilidad de comunicación interpersonal. 	

Elaboración: Andrés Gómez.

Tabla 31: Manual de Funciones Contador (a) "GOMCOMP" E.P.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO.	
NOMBRE DEL CARGO	Contador (a).
DEPENDENCIA	Departamento Financiero.
JEFE INMEDIATO	Gerente General
SOLICITA REPORTES A	-
OBJETIVO DEL CARGO	
Dirigir, analizar, controlar y presentar la información financiera de la organización a través de balances y estados financieros.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar y controlar la información financiera relacionada con el giro del negocio. 2. Análisis y evaluación de información contable para presentación a inmediato superior. 3. Elaborar los balances y estados financieros a partir de los movimientos económicos de la organización. 4. Si fuere necesario realizar un sistema de cuentas apropiado para la organización. 5. Emitir información a su inmediato superior para la toma de decisiones. 6. Realizar el cálculo de impuestos, para el pago de las rentas. 7. Velar que la contabilidad se lleve de acuerdo con las normas legales del país. 	
REQUISITOS.	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Título de contador público otorgado por una institución educativa, técnica o superior. 2. Mínimo un año de experiencia en cargo o afines. 3. Conocimiento de un software contable. 4. Facilidad de comunicación. 	

Elaboración: Andrés Gómez

Tabla 32: Manual de Funciones Guía Turístico 1 "GOMCOMP" E.P.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO.	
NOMBRE DEL CARGO	Guía turístico 1.
DEPENDENCIA	Departamento Operativo.
JEFE INMEDIATO	Gerente General.
SOLICITA REPORTES A	-
OBJETIVO DEL CARGO	
Dirigir, presentar, acompañar las visitas guiadas para con los clientes, referente a la siembra de plantas y conocimiento agrícola, satisfaciendo las inquietudes de los clientes.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar con la organización el tipo de servicio a ofrecer, aclarando las actividades correspondientes al mismo. 2. Conducir a los turistas por las instalaciones de la finca según el itinerario 3. Conocimientos necesarios sobre agricultura e información de la finca para la realización del tour. 4. Presentarse con puntualidad a cumplir con sus actividades. 5. Proveer información a los turistas acerca de la visita y lugares a conocer. 6. Velar por la seguridad de los turistas. 7. Brindar las condiciones necesarias para el disfrute del turista en la visita. 8. Elaboración de informes de las visitas guiadas. 	
REQUISITOS.	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Curso de guía turístico, emitido por una institución acreditada. 2. Conocimiento del lugar y actividades agrícolas que se realizan en la finca. Agroturística. 3. Mínimo un año de experiencia. 4. Pertenecer al lugar de domicilio de la finca Agroturística (Empresa). 5. Habilidad de comunicación. 	

Elaboración: Andrés Gómez.

Tabla 33: Manual de Funciones Guía Turístico 2 "GOMCOMP" E.P.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO.	
NOMBRE DEL CARGO	Guía turístico 2.
DEPENDENCIA	Departamento Operativo.
JEFE INMEDIATO	Gerente General.
SOLICITA REPORTES A	
OBJETIVO DEL CARGO	
Dirigir, presentar, acompañar las visitas guiadas para con los clientes, referente a las actividades de kayak y rafting, satisfaciendo las inquietudes de los clientes.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar con la organización el tipo de servicio a ofrecer, aclarando las actividades correspondientes al mismo. 2. Conducir a los turistas a la realización de la actividad según el itinerario 3. Conocimientos necesarios sobre las actividades de rafting y kayak. 4. Presentarse con puntualidad a cumplir con sus actividades. 5. Proveer información a los turistas acerca de las actividades y lugares a conocer. 6. Velar por la seguridad de los turistas. 7. Conocer las normas de seguridad referente a la actividad a realizar 8. Brindar las condiciones necesarias para el disfrute del turista en la visita. 9. Elaboración de informes de las visitas guiadas. 	
REQUISITOS.	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingeniería en Turismo otorgada por una institución técnica o superior o curso de guía turístico, emitido por una institución acreditada. 2. Conocimiento de ríos y manejo de las actividades de kayak y rafting. 3. Mínimo dos años de experiencia. 4. Habilidad de comunicación. 5. Pertenecer al lugar de domicilio de la finca Agroturística (Empresa) 6. Trabajo bajo presión. 	

Elaboración: Andrés Gómez.

Tabla 34: Manual de Funciones Cocinero (a) "GOMCOMP" E.P.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO.	
NOMBRE DEL CARGO	Cocinera (o)
DEPENDENCIA	Departamento Operativo.
JEFE INMEDIATO	Gerente General.
SOLICITA REPORTES A	Mesero
OBJETIVO DEL CARGO	
Coordinar, dirigir y tomar decisiones acerca de la alimentación que se brindara al interior de la organización.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar con gerencia acerca de los menús que se brindaran en la zona de alimentación. 2. Garantizar una correcta preparación y presentación de los alimentos de acuerdo a los estándares de salubridad establecidos. 3. Preparación de los platos de acuerdo a los menús establecidos y aprobados por gerencia. 4. Puntualidad en la realización de sus actividades en el horario establecido. 5. Asegurarse de contar con los ingredientes necesarios acorde al menú. 6. Supervisar la preparación de alimentos. 7. Asegurar la preparación de alimentos frescos todos los días. 	
REQUISITOS.	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingeniería en gastronomía otorgada por una institución técnica o superior o a su vez curso de gastronomía otorgado por una institución acreditada. 2. Mínimo un año de experiencia. 3. Agilidad en el servicio. 4. Habilidad de comunicación. 5. Pertenecer al lugar de domicilio de la finca Agroturística (Empresa). 6. Trabajo bajo presión. 	

Elaboración: Andrés Gómez.

Tabla 35: Manual de Funciones Ayudante de Cocina “GOMCOMP” E.P.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO.	
NOMBRE DEL CARGO	Ayudante de cocina.
DEPENDENCIA	Departamento Operativo.
JEFE INMEDIATO	Cocinera (o)
SOLICITA REPORTES A	Mesero
OBJETIVO DEL CARGO	
Colaborar y estar a disposición del cocinero o la cocinera en la realización de los alimentos que se servirán en la zona de alimentos.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar con el/la cocinero(a) la realización de los alimentos. 2. Colaborar en la realización de los alimentos. 3. Realizar la compra de los ingredientes de acuerdo con las recetas y menús establecidos. 4. Mantener limpio el sitio de trabajo, así como los ingredientes. 5. Puntualidad en la realización de sus actividades en el horario establecido. 6. Llevar un informe de las existencias de ingredientes en bodega. 7. Mantener listos los ingredientes para su posterior preparación. 	
REQUISITOS.	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingeniería en gastronomía otorgada por una institución técnica o superior o a su vez curso de gastronomía otorgado por una institución acreditada. 2. No es necesaria la experiencia. 3. Trabajo bajo presión. 4. Habilidad de comunicación. 	

Elaboración: Andrés Gómez.

Tabla 36: Manual de Funciones Mesero “GOMCOMP” E.P.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO.	
NOMBRE DEL CARGO	Mesero
DEPENDENCIA	Departamento Operativo
JEFE INMEDIATO	Cocinero(a), Ayudante de cocina.
SOLICITA REPORTES A	-
OBJETIVO DEL CARGO	
Colaborar, coordinar y brindar atención a los clientes que visitan el área de alimentos.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener limpia y aseado el lugar donde se servirán los alimentos. 2. Distribución correcta de los platos ordenados por los clientes. 3. Conocimiento del menú y en general de los platos a servirse. 4. Atención atenta y cordial a los clientes. 5. Tomar la orden del cliente, y llevarla al cocinero para su preparación, 6. Entregar los platos a las mesas correspondientes de acuerdo a la orden. 	
REQUISITOS.	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Curso de mesero otorgado por una institución acreditada. 2. No es necesaria la experiencia. 3. Habilidad de comunicación. 4. Carisma. 	

Elaboración: Andrés Gómez.

Tabla 37: Manual de Funciones Conserje “GOMCOMP” E.P.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO.	
NOMBRE DEL CARGO	Conserje.
DEPENDENCIA	Departamento Operativo.
JEFE INMEDIATO	Gerente General, otros cargos que soliciten su servicio.
SOLICITA REPORTES A	
OB JETIVO DEL CARGO	
Mantener limpias las instalaciones, así como las cabañas donde se realiza el alojamiento, a su vez colaborar con actividades que mejoren el ornamento del lugar.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vigilar y mantener limpias las instalaciones. 2. Realizar la limpieza de las cabañas destinadas al alojamiento de los clientes. 3. Vigila el correcto uso de las instalaciones por parte del cliente. 4. Colabora de forma informal con información sobre las instalaciones al cliente. 5. Ayuda en el movimiento de equipaje. 6. Movimiento de documentación dentro de las instalaciones por parte de cargos superiores. 7. Colabora con actividades que mejoren el ornato del lugar. 8. Colabora con los puestos superiores en actividades acorde a su puesto. 	
REQUISITOS.	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Título de Bachiller emitido por una institución secundaria. 2. No requiere experiencia. 3. Habilidad de comunicación. 	

Elaboración: Andrés Gómez.

4.2.3 Estudio Técnico

En este capítulo se establece el estudio técnico el cual permite conocer: el tamaño del proyecto, su ubicación, los productos o servicios que brindara la finca agroturística, así también se detallara la infraestructura de las edificaciones que serán construidas. Este estudio permitió realizar el diseño estructural necesario para cubrir el nivel de producción del bien o servicio que atenderá un porcentaje del mercado objetivo del proyecto.

4.2.3.1 Tamaño del proyecto

La determinación del tamaño de un proyecto en este caso turístico, viene establecido por el volumen de la demanda:

Tabla 38: Volumen de demanda a atender

DEMANDA A ATENDER			
ANUAL	MENSUAL	SEMANAL	DIARIA
10265	855	214	30

Elaboración: Andrés Gómez

La capacidad de la atención del lugar, se ha tomado en consideración la atención diaria del personal de servicios entre los cuales tenemos:

Tabla 39: Capacidad de atención de turistas

CAPACIDAD DE ATENCIÓN SEMANAL TURISTAS		
	SEMANAL	DIARIA
Área de alimentación	96	13
Área de entretenimiento	96	13
Área de alojamiento	22	3

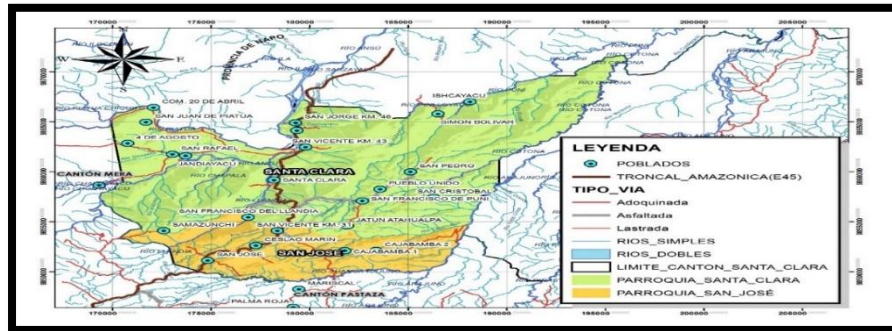
Elaboración: Andrés Gómez

El análisis de esta información nos permite establecer la viabilidad del proyecto. El proyecto pretende atender aproximadamente unas 30 personas diarias, y 214 personas semanales mediante el ofrecimiento de paquetes turísticos.

4.2.3.2 Macro localización.

La finca agroturística “GOMCOMP” está ubicada en la provincia de Pastaza, cantón Santa Clara, recinto San Jorge, limita con las provincias de Napo, y la cabecera cantonal Puyo. El lugar presta condiciones necesarias para la práctica de este tipo de turismo, las principales actividades a las que se dedica la población son a la agricultura y la piscicultura.

Ilustración 7: Macro localización Finca Agroturística “GOMCOMP” E.P.

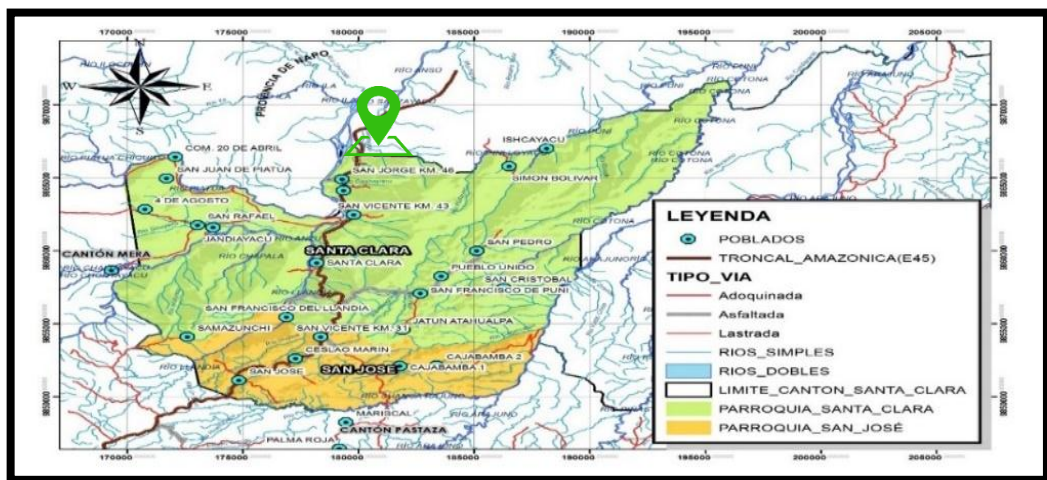


Fuente: (GAD Municipal de Santa Clara, 2014)

4.2.3.3 Micro localización

La finca agroturística “GOMCOMP” se encontrará ubicada en el recinto San Jorge perteneciente al cantón Santa Clara, se encuentra a 46 km de la ciudad del Puyo, en la vía Puyo-Tena (Troncal Amazónica), aproximadamente a una hora de viaje, ubicada a 50 metros de la vía principal a mano derecha.

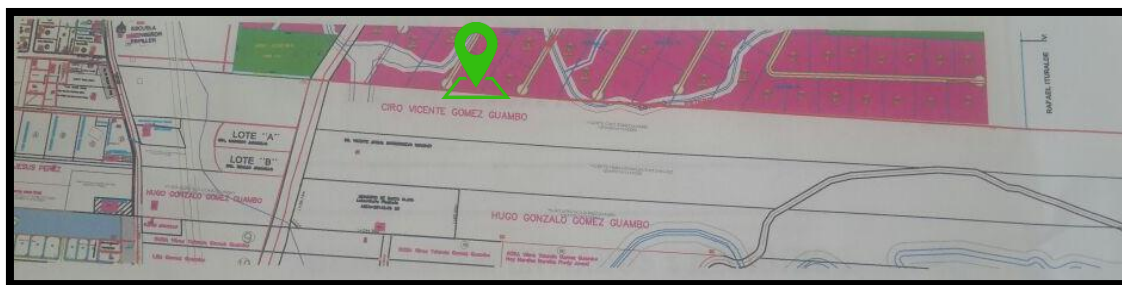
Ilustración 8: Micro localización Finca Agroturística "GOMCOMP E.P."



Fuente: (GAD Municipal de Santa Clara, 2014)

CROQUIS FINCA AGROTURISTICA “GOMCOMP” E.P.

Ilustración 9: Croquis finca agroturística "GOMCOMP" E.P.



Fuente: (GAD Municipal de Santa Clara, 2014)

4.2.3.4 Infraestructura

Para el establecer la infraestructura se tomó en cuenta que el lugar no cuenta con construcciones, tampoco con los servicios básicos como son el agua potable, instalaciones eléctricas, instalación de alcantarillado e instalación de línea telefónica. A continuación, se estableció el diseño y la estructura con la que contará la finca agroturística, en cuanto a espacios destinados a los diferentes servicios ofertados.

4.2.3.5 Diseño del proyecto

El proyecto está destinado a la realización y construcción de las instalaciones de la finca agroturística “GOMCOMP” E.P. destinadas a la oferta de servicios agroturísticos y otras actividades turísticas, a continuación, se establecerá la distribución de la infraestructura de la finca, así como los distintos servicios que se ofrecerá.

4.2.3.6 Distribución del proyecto

Para realizar el proyecto, se tomó en cuenta que la finca contiene 13 hectáreas de las cuales 5 hectáreas pueden ser tomadas en cuenta para construcción de las áreas de alojamiento, administrativas, alimentación y construcción de senderos, tomando en cuenta que construirá sobre el terreno requerido.

- **Área de Alojamiento**

Para la elaboración del área de alojamiento se tomó en cuenta la materia prima de la zona: madera y paja toquilla, además de abaratar costos la cercanía de la obtención de la materia prima y el bajo costo de la misma. En las encuestas realizadas se observa que un 44% de personas llegan de turismo al sector en grupos de 3 y el 27% de personas llega en compañía ya sea con un amigo o su pareja, un 16% de personas llega en grupos de 4 o más personas, también existen personas que visitan solos los lugares turísticos. Es por ello que se ha decidido la construcción de cabañas individuales, dobles, grupales y matrimoniales. Con el fin de establecer variedad y atraer clientes.

Tabla 40: Construcción área de alojamiento (Superficie)

SUPERFICIE DE CONSTRUCCIÓN PARA EL ÁREA DE ALOJAMIENTO		
ÁREA	SUPERFICIE (Unidad)	CONSTRUCCIÓN
Alojamiento	m2	240
Total	m2	240

Elaboración: Andrés Gómez

Las cabañas estarán construidas cerca una de la otra con el motivo de establecer momentos de esparcimiento social con otros turistas, es por ello que la superficie de construcción de las mismas no abarca mucho espacio.

Tabla 41: Distribución de construcción del área de alojamiento

DISTRIBUCIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN DEL ÁREA DE ALOJAMIENTO.				
TIPO DE CABAÑA	SUPERFICIE DE CONSTRUCCIÓN	DISTRIBUCIÓN	NUMERO DE CABAÑAS	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN
Individuales	25 m2	1 baño privado 1 dormitorio, balcón.	2	50 m2
Dobles	30 m2	1 baño, 2 camas, balcón	2	60 m2
Grupales	35 m2	1 baño, 3 literas, balcón.	2	70 m2
Matrimoniales	30 m2	1 baño, 1 dormitorio, balcón	2	60 m2
Total, construcción			8	240 m2

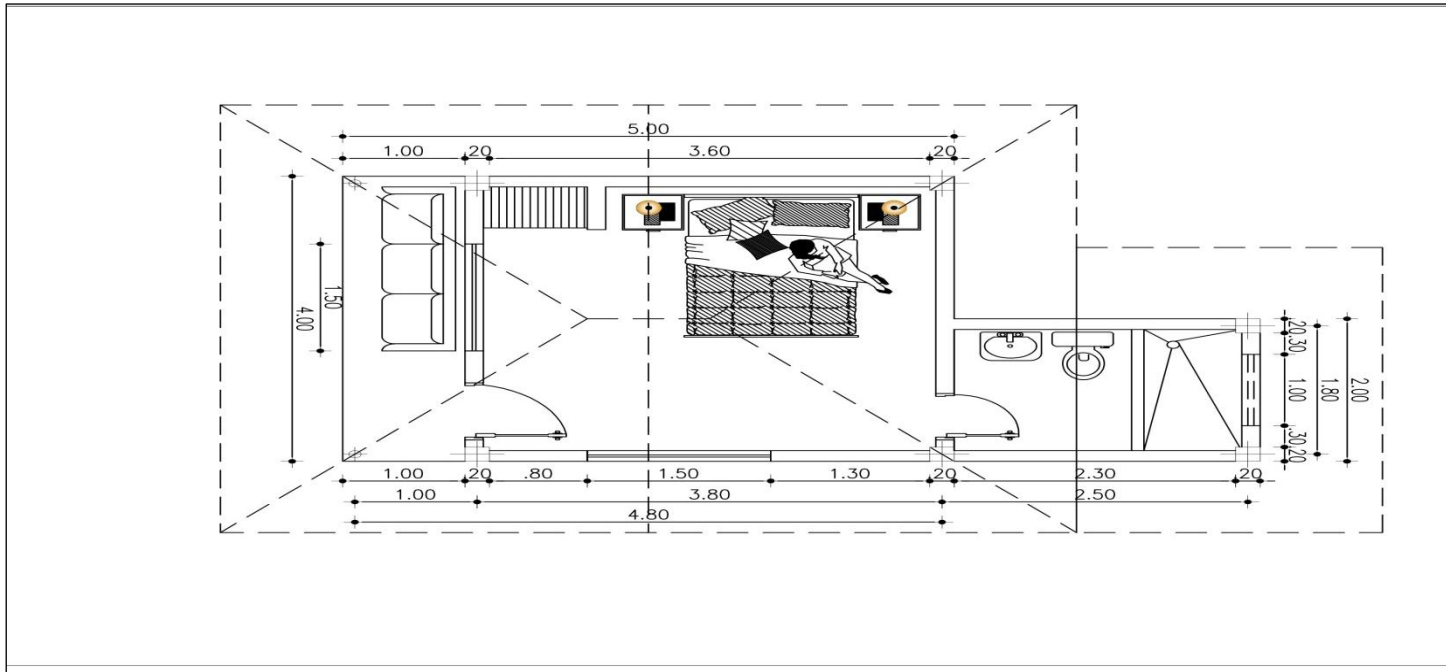
Elaboración: Andrés Gómez

Las cabañas estarán conectadas mediante senderos con las áreas administrativas, de alimentación, de sembríos, de pesca deportiva y el mirador, esto permitirá que los turistas puedan tener acceso a cualquiera de los servicios que se ofrece.

DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LAS CABAÑAS

CABAÑA INDIVIDUAL

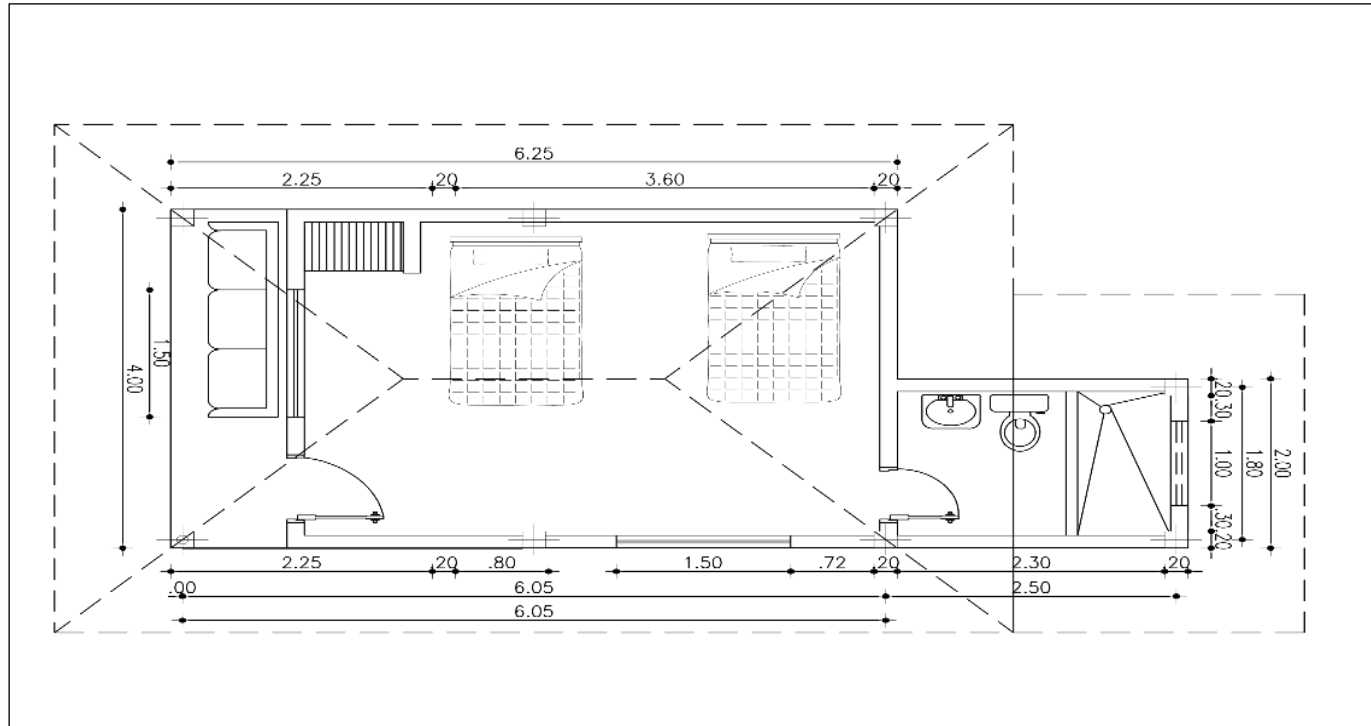
Gráfico 20: Distribución interna cabaña individual



Elaboración: Andrés Gómez

CABAÑA DOBLE

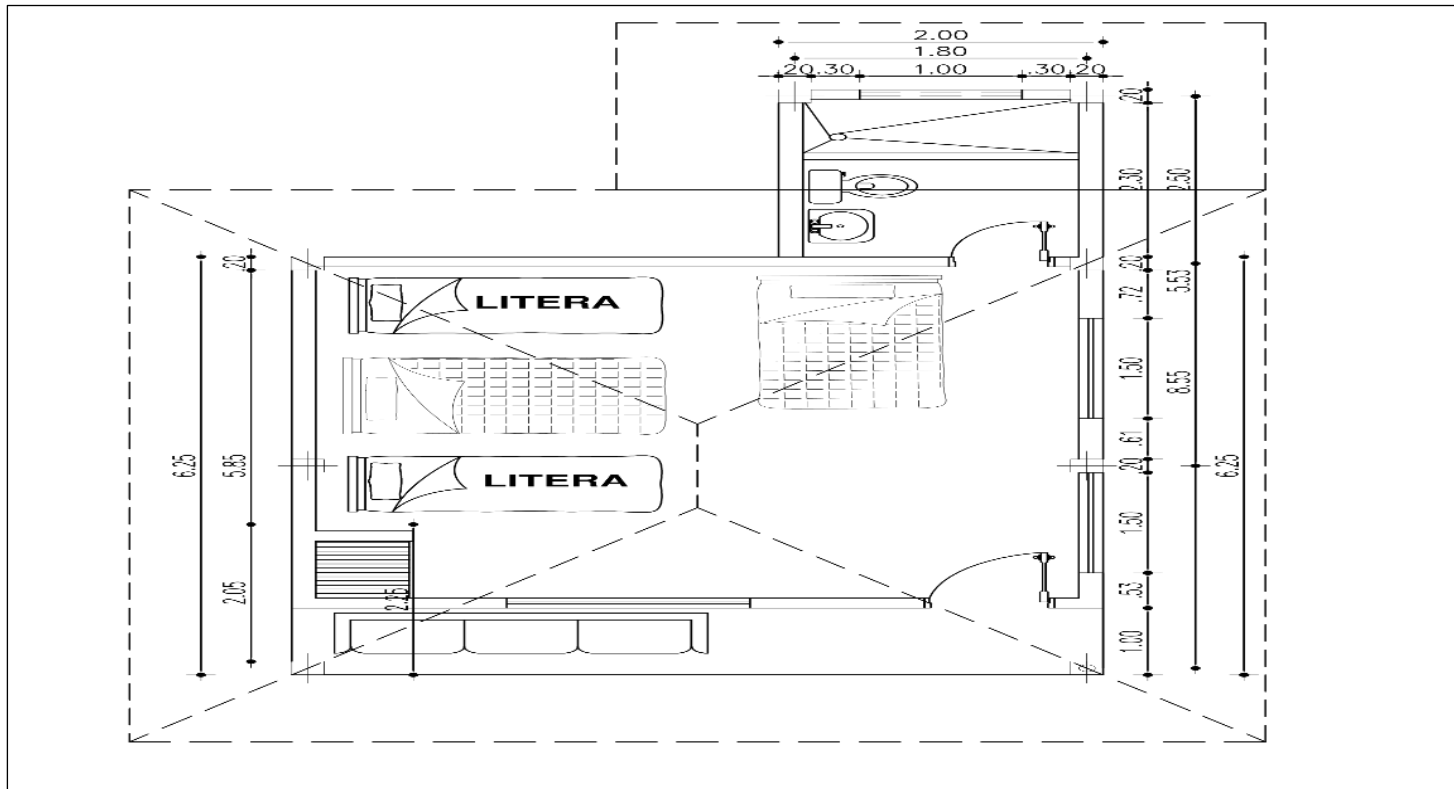
Gráfico 21: Distribución interna cabaña doble



Elaboración: Andrés Gómez

CABAÑA GRUPAL

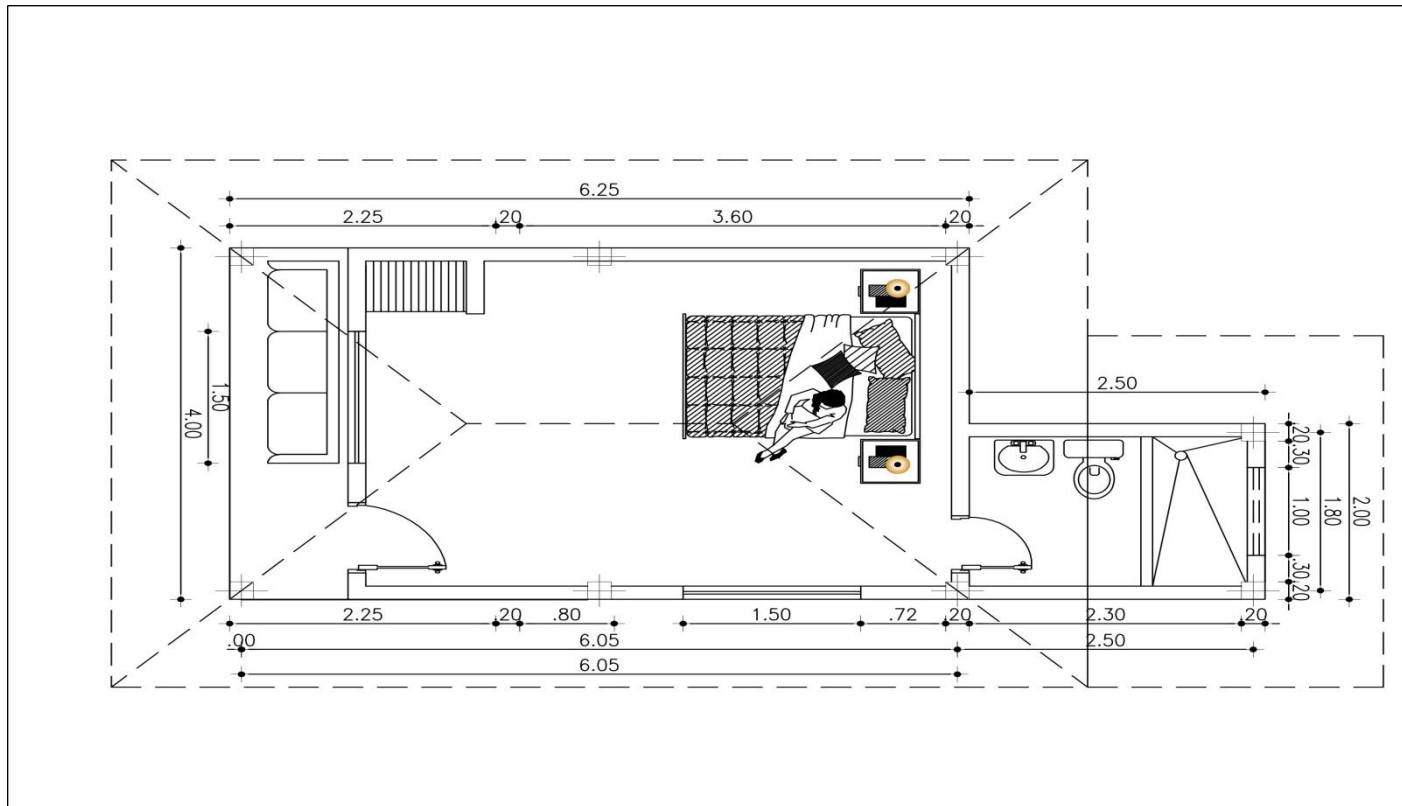
Gráfico 22: Distribución Interna cabaña grupal



Elaboración: Andrés Gómez

CABAÑA MATRIMONIAL

Gráfico 23: Distribución interna cabaña matrimonial



Elaboración: Andrés Gómez

CAPACIDAD DEL ÁREA DE ALOJAMIENTO

Tabla 42: Capacidad del área de alojamiento

CAPACIDAD DEL ÁREA DE ALOJAMIENTO.				
TIPO DE CABAÑA	DISTRIBUCIÓN	NUMERO DE CABAÑAS	CAPACIDAD INDIVIDUAL	CAPACIDAD TOTAL
Individuales	1 dormitorio	2	1	2
Dobles	1 dormitorio con dos camas	2	2	4
Grupales	1 dormitorios, en cada dormitorio 3 literas con capacidad para 6 personas	2	6	12
Matrimoniales	1 dormitorio	2	2	4
TOTAL				22

Elaboración: Andrés Gómez

El área de alojamiento tendrá la capacidad de atención máxima de 22 personas.

- Área De Administración

El área de administración contará con una oficina para el gerente, misma que también será utilizada como salón de sesiones internas, una oficina en la cual funcionará secretaría y recepción, por último, una oficina para contabilidad. El área administrativa funcionara los días lunes a viernes, 8 horas diarias, con una variante que el Gerente General trabajara horas extras dependiendo si la toma de decisiones administrativas así lo requieran. El área de administración alojara a tres personas, las cuales son las personas que ocuparan los puestos de Gerente General, secretaria/recepción y contabilidad.

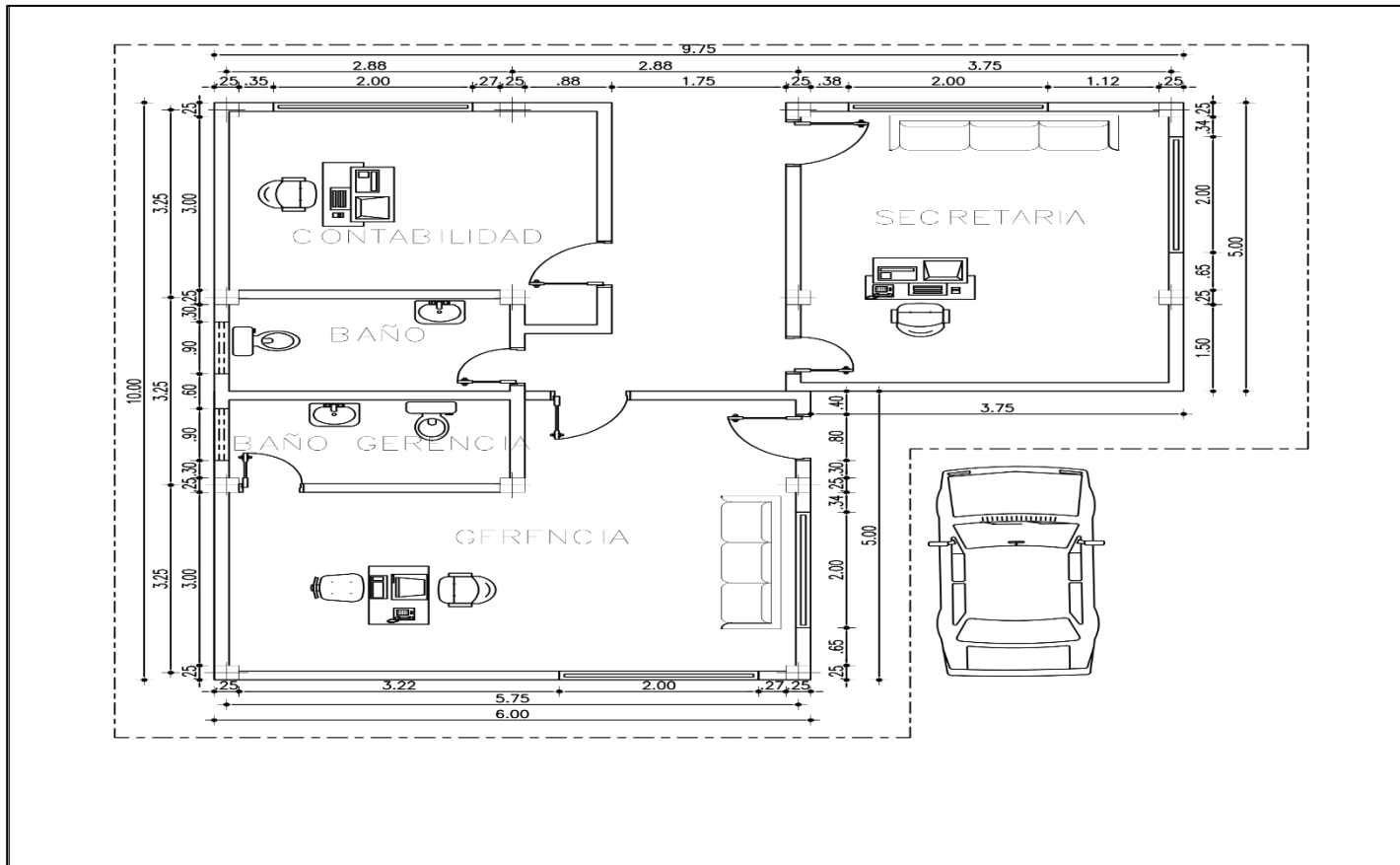
Tabla 43: Distribución del área administrativa

DISTRIBUCIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA		
OFICINAS	SUPERFICIE (Unidad)	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN
Gerencia General	m2	30
Secretaría y Recepción	m2	20
Contabilidad.	m2	16
TOTAL	m2	66

Elaboración: Andrés Gómez

- DISTRIBUCIÓN INTERNA ÁREA ADMINISTRATIVA

Gráfico 24: Distribución interna área administrativa



Elaboración: Andrés Gómez

- **Área de Alimentación**

Para establecer el área de Alimentación hay que tener en cuenta que la misma tiene que contar con una cocina, baño, bodega y área de mesas. El área de alimentación también será considerada como un restaurante para las personas que accedan a los servicios.

Tabla 44: Distribución del área de alimentos

DISTRIBUCIÓN ÁREA DE ALIMENTACIÓN		
DISTRIBUCIÓN	SUPERFICIE (Unidad)	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN
Cocina	m2	30
Baño	m2	9
Bodega	m2	15
Área de Mesas	m2	96
TOTAL	m2	150

Elaboración: Andrés Gómez.

Se estableció el número de mesas que serán un total de 10.

Tabla 45: Capacidad de atención área de alimentos

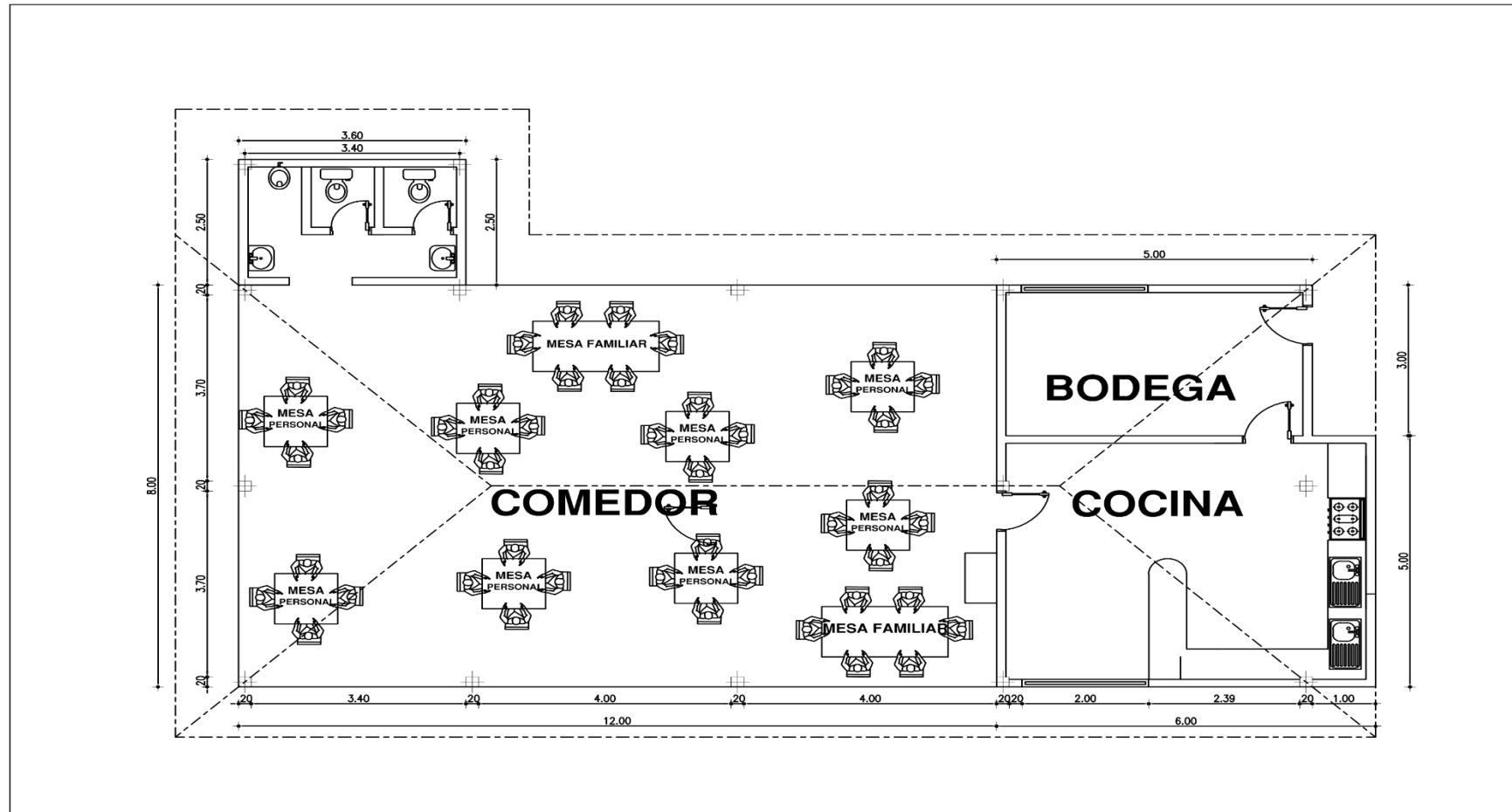
CAPACIDAD DE ATENCIÓN ÁREA DE ALIMENTOS			
TIPO DE MESAS	NÚMERO DE MESAS	CAPACIDAD POR MESA	CAPACIDAD TOTAL
Mesa Familiar	2	6 personas	12
Mesa Normal	8	4 personas	32
TOTAL			44

Elaboración: Andrés Gómez.

El área alimenticia tendrá una capacidad de atención de 44 personas.

DISTRIBUCIÓN INTERNA ÁREA DE ALIMENTACIÓN

Gráfico 25: Distribución interna área de alimentación



Elaboración: Andrés Gómez

- **Área de Entretenimiento.**

Para establecer el área de entretenimiento hay que tener en cuenta el área de la finca, incluyendo las áreas de siembra, en la cual no se va a realizar alguna construcción. Se procederá a la construcción de senderos ecológicos, que llevaran al mirador de la finca, existen 2 piscinas de peces para la realización de pesca deportiva, paseos por los sembríos que existen en la finca y la realización de Rafting o Kayak en el rio Anzu, adicional se podrá realizar caminatas por la selva para la admiración de la flora y fauna propia y única del sector, estableciendo la facilidad de acampar en la selva y la realización de un parqueadero. Todas estas actividades se realizarán en las instalaciones de la finca, excepto la realización del Rafting o Kayak que se realizara fuera de las mismas.

Tabla 46: Distribución del área de entretenimiento

DISTRIBUCIÓN DE CONSTRUCCIÓN DE ÁREA DE ENTRETENIMIENTO		
TIPO DE ENTRETENIMIENTO	CONSTRUCCIÓN	SUPERFICIE
Bodega	m2	25
Mirador	m2	100
Senderos ecológicos	m2	2500
Área de Acampar	m2	3600
Estacionamiento	m2	500
TOTAL, DE CONSTRUCCIÓN	m2	6725

Elaboración: Andrés Gómez

INFRAESTRUCTURA EXISTENTE

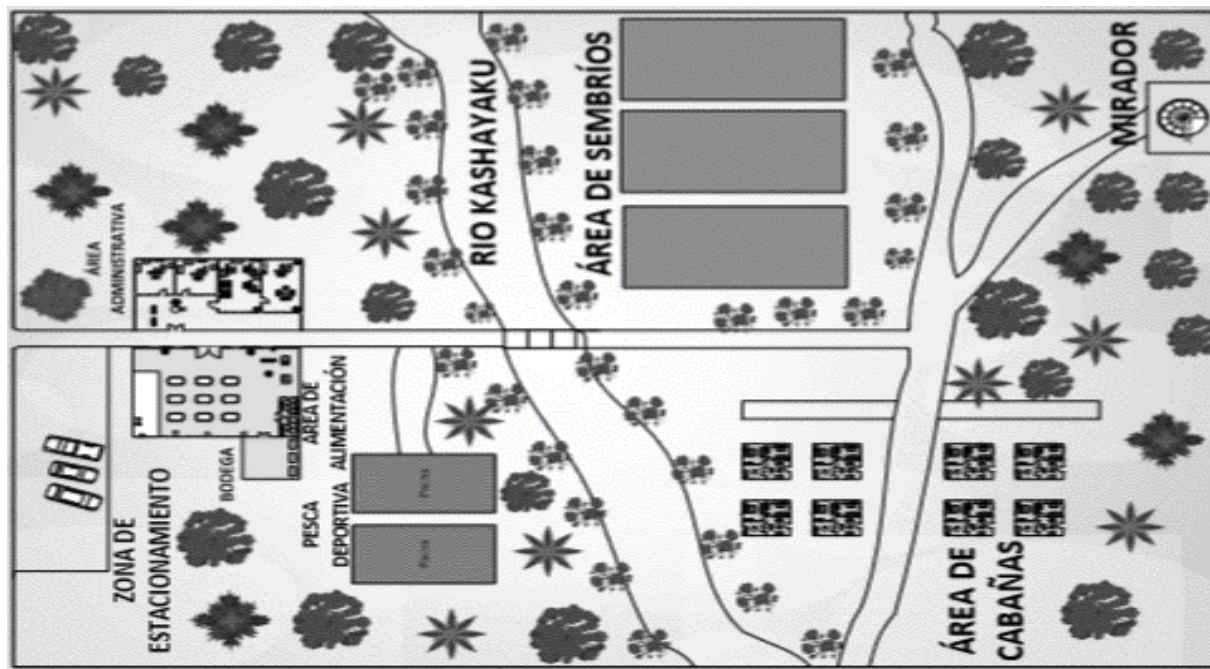
Tabla 47: Infraestructura existente

DISTRIBUCIÓN DE CONSTRUCCIÓN DE ÁREA DE ENTRETENIMIENTO		
TIPO DE ENTRETENIMIENTO	CONSTRUCCIÓN	SUPERFICIE
Piscinas de peces	m2	3000
Sembríos	m2	30000
TOTAL	m2	33000

Elaboración: Andrés Gómez

4.2.3.7 Distribución de las distintas áreas finca agroturística “GOMCOMP” E.P.

Gráfico 26: Distribución de las distintas áreas de la finca



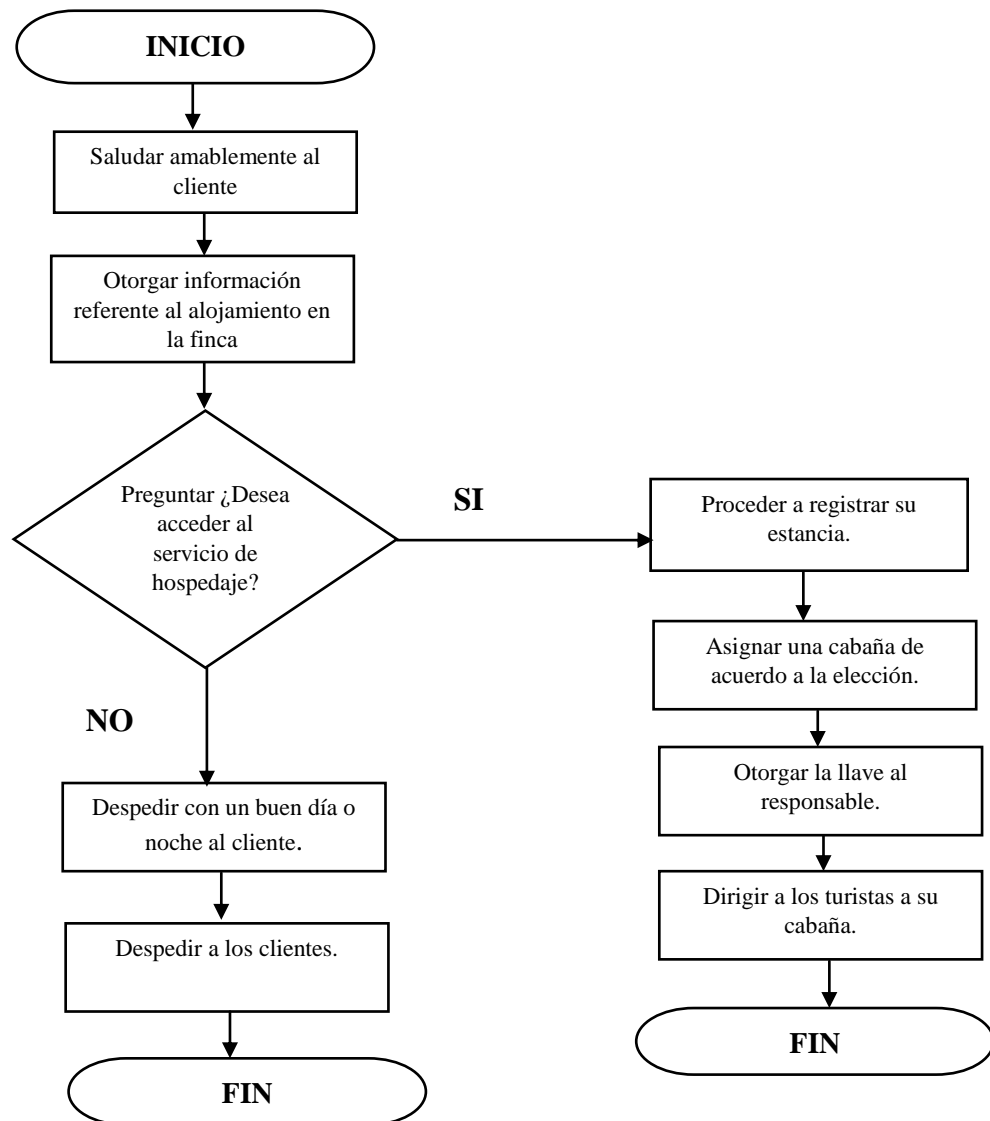
Elaboración: Andrés Gómez

4.2.3.8 Diagramas de flujo de procesos

El objetivo de establecer diagramas de flujo de procesos es el estandarizar las actividades, para que puedan ser accesibles, eficientes y entendibles. Estos diagramas serán puestos en práctica por los empleados, los cuales tendrán una fuente de información de cómo realizar el trabajo.

- **Diagrama de flujo proceso de alojamiento**

Gráfico 27: Diagrama de flujo proceso de alojamiento

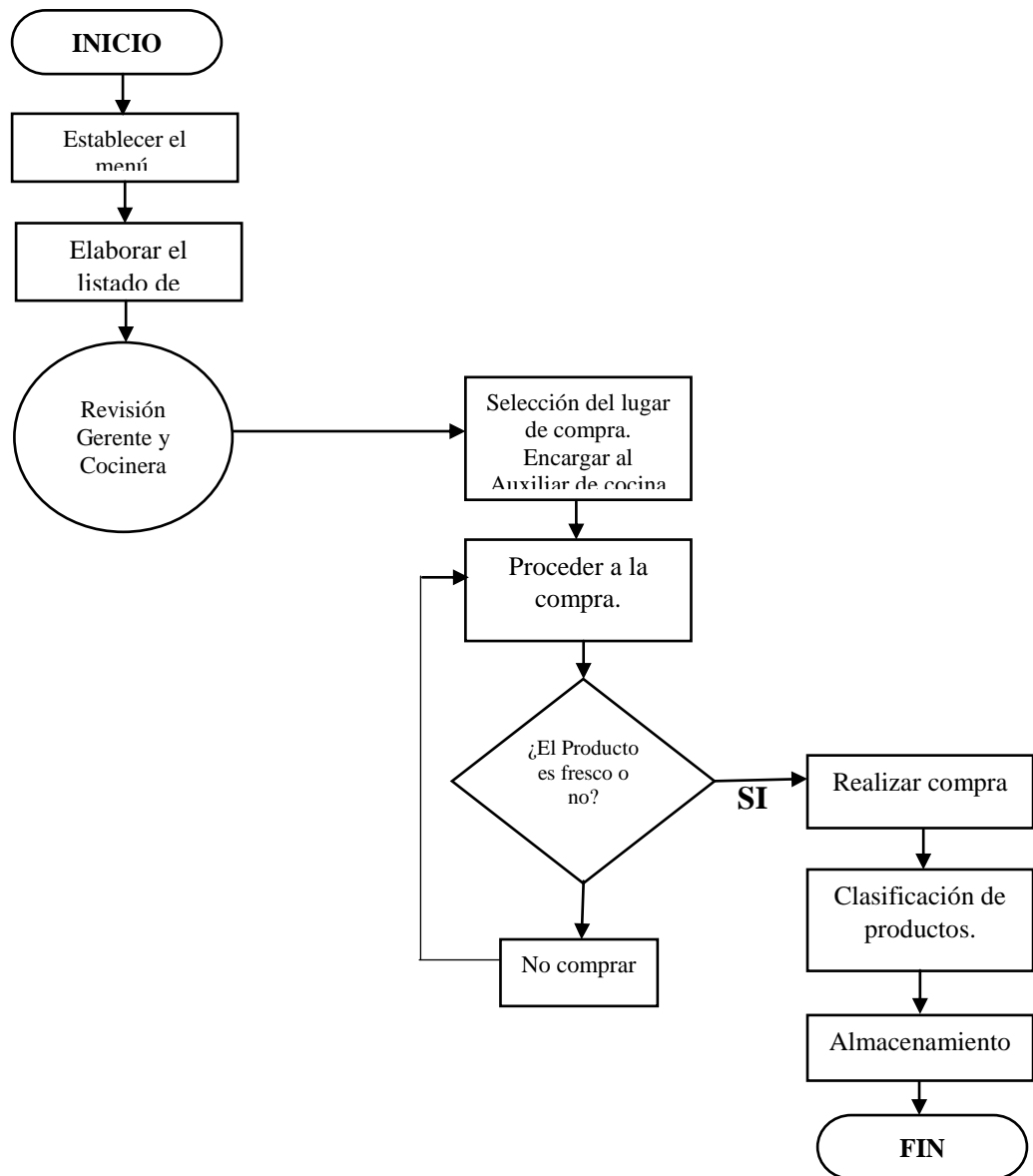


Elaboración: Andrés Gómez

EXPLICACIÓN DE PROCESO:

Una vez que el cliente ha adquirido un paquete, el cliente se acercara a recepción, donde se procederá a la atención mediante una forma amable, se saludara al cliente y se procederá a brindar información del hospedaje de la finca, referente a la capacidad y clases de cabañas que se posee, dentro de lo cual se preguntara si el cliente desea en ese momento acceder al servicio, si así lo desea se proceder a registrar al turista y asignar a la cabaña a su elección, para lo cual se le asignara la llave de la cabaña al turista, y se le guiara a la misma, si es el caso de que el turista aun no desea acceder se procederá a despedir al turista y brindar un buen día o noche.

Gráfico 28. Diagrama de flujo para la adquisición de ingredientes para el área de alimentación.

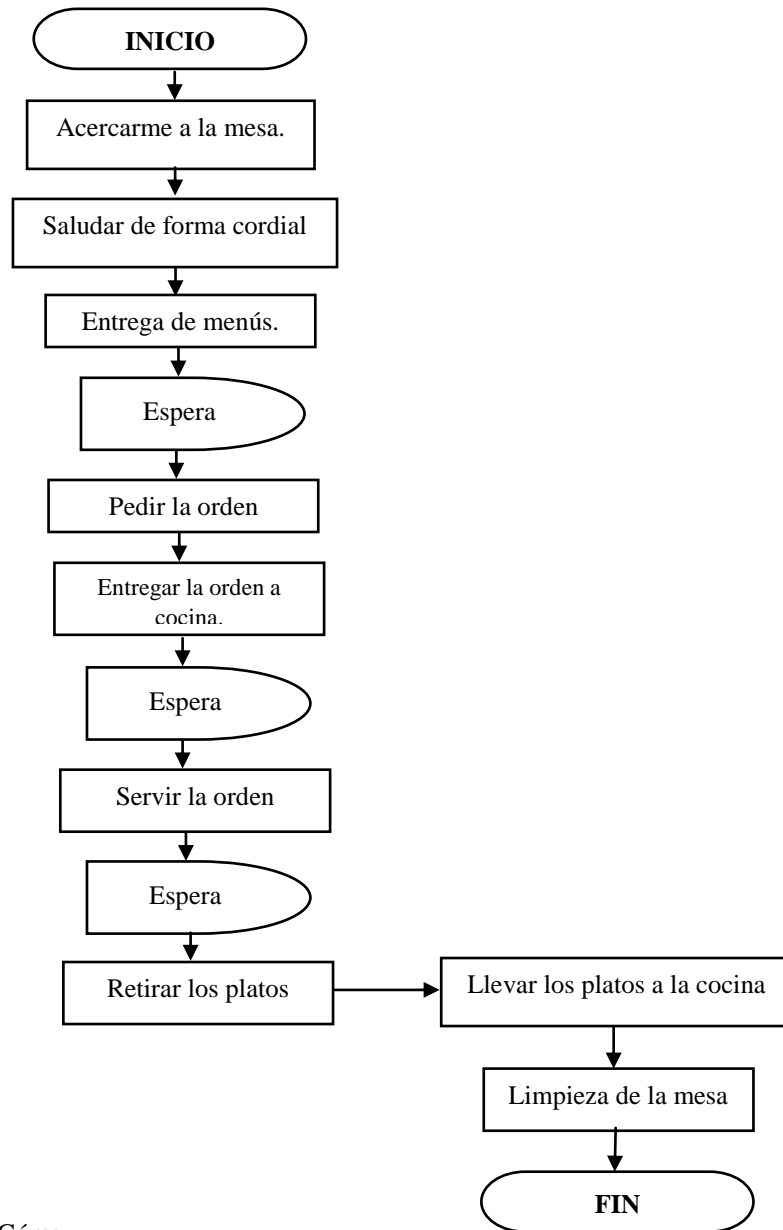


Elaboración: Andrés Gómez

EXPLICACIÓN DE PROCESO

Para el proceso de compra de ingredientes para el área de alimentación, el proceso comienza realizando o estableciendo el menú por parte de la cocinera, la cual también realiza el listado de productos que sean necesarios para el menú, el menú debe ser entregado y ser de conocimiento del gerente para su aprobación, una vez aprobado se entregara el listado al auxiliar de cocina el mismo que realizara la compra movilizándolo al lugar de compra, el auxiliar de cocina debe tener cuidado de que los ingredientes sean frescos si no son frescos debe movilizarse a otro lugar siempre velando por la frescura de los ingredientes, una vez culminada la compra se dirigirá a bodega donde clasificara y guardara los distintos ingredientes.

Gráfico 29: Diagrama de flujo del proceso de atención a las mesas



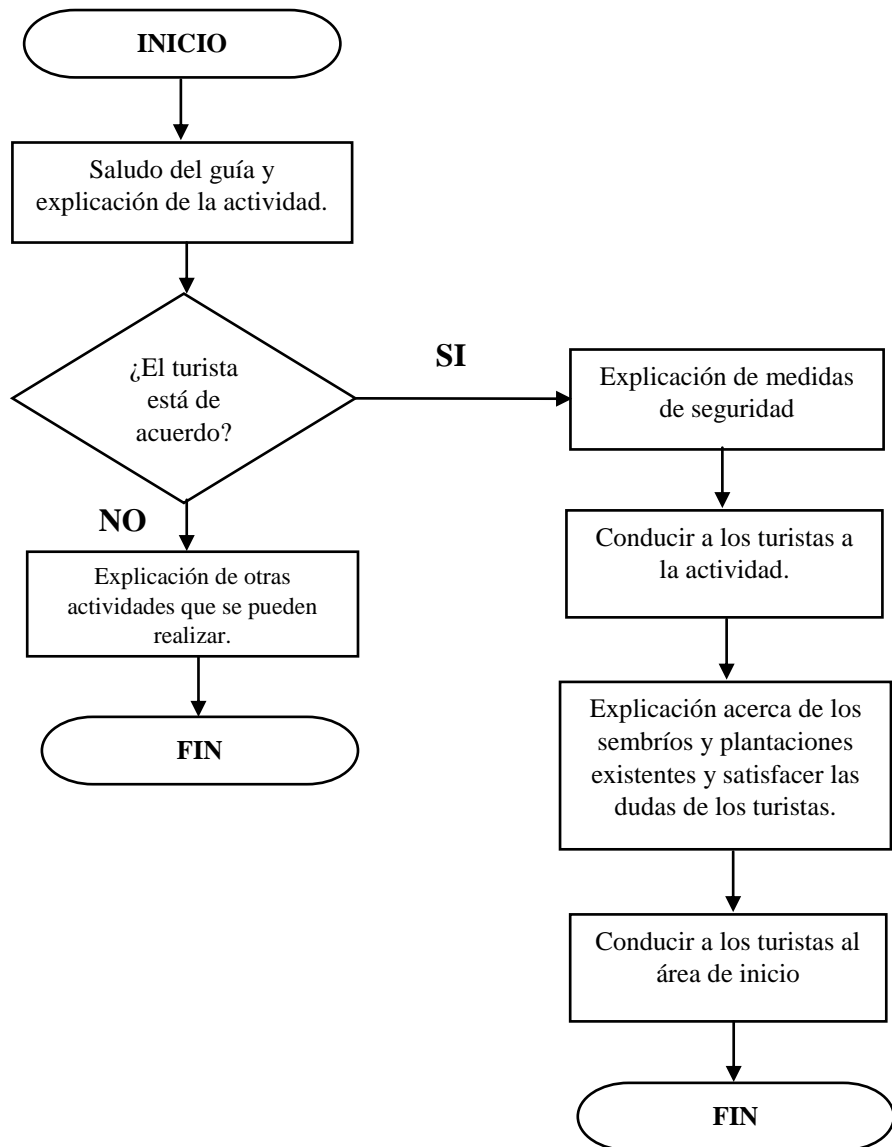
Elaboración: Andrés Gómez

EXPLICACIÓN DE PROCESO

Para el proceso de atención de las mesas el mesero tendrá que observar si ha llegado un cliente, en este caso deberá acercarse a la mesa y saludar de forma cordial al cliente, procederá a entregar el menú, y deberá esperar a que los clientes elijan, una vez realizada la elección, tomara la orden y la llevara a la cocina los cuales se encargaran de montar el plato y lo entregaran al mesero, el cual deberá entregarlo a la mesa y esperar a que los clientes terminen de comer y procederá a retirar los platos y llevarlos a la cocina y a la limpieza de la mesa.

- Diagrama de flujo visita a los sembríos

Gráfico 30: Diagrama de flujo visita a los sembríos



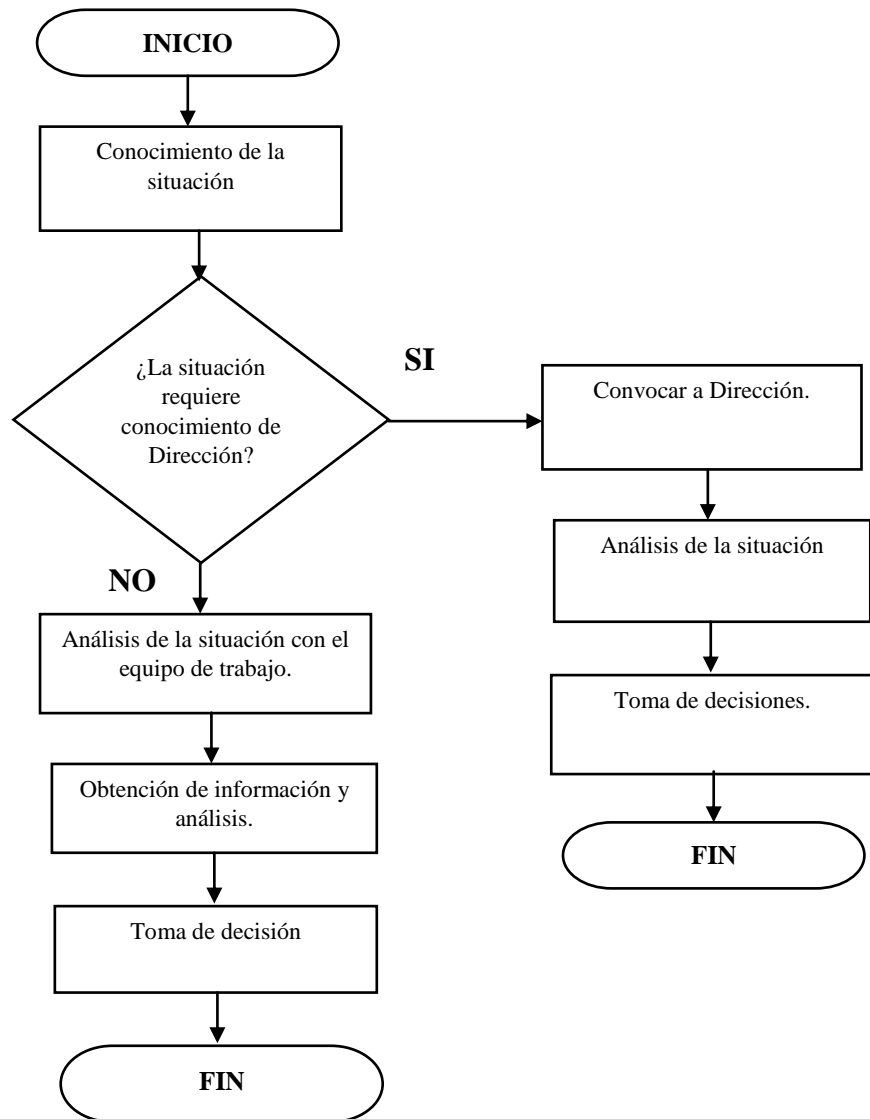
Elaboración: Andrés Gómez

EXPLICACIÓN DEL PROCESO

El proceso consiste en la visita al área de sembríos, para lo cual se establecerán grupos de visita, a los cuales el guía procederá a dar la bienvenida y explicar en qué consiste la actividad, si el turista no está de acuerdo en realizar la actividad, se procederá a explicar otras actividades que ofrece la finca, si está de acuerdo se procederá a realizar la actividad, para lo cual el guía explicara las medidas de seguridad y guiara al grupo a la actividad dando la explicación sobre los sembríos y las actividades que se realizan en la finca, y satisfaciendo las dudas de los turistas, una vez terminada la actividad se guiara a los turistas al área de salida.

- **Diagrama de flujo Toma de Decisiones**

Gráfico 31: Diagrama de flujo toma de decisiones



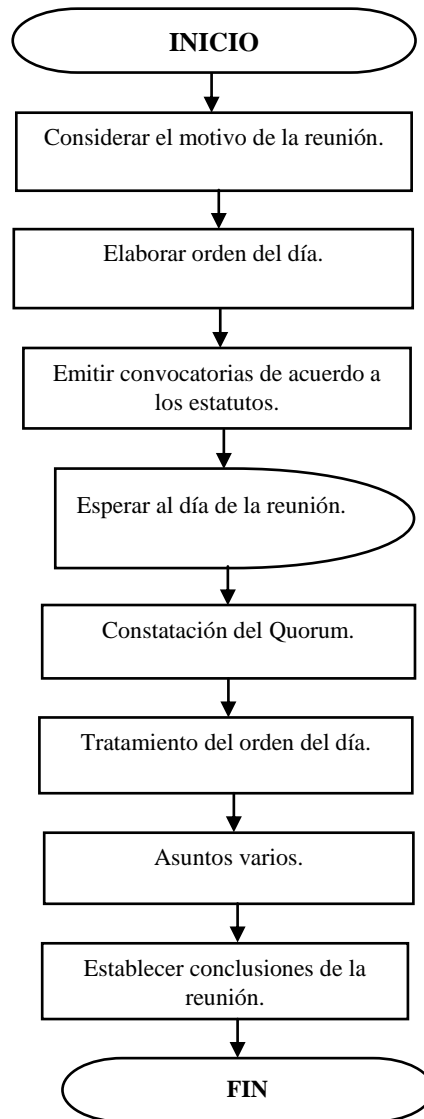
Elaboración: Andrés Gómez.

EXPLICACIÓN DEL PROCESO.

Este proceso está establecido para la solución de problemas al interior de la finca, dentro de la cual primero de se debe conocer de forma cercana el problema, y establecer si el problema requiere el conocimiento de Dirección o no, si requiere el conocimiento de Dirección se debe realizar una reunión para informar sobre el problema, y si no se deberá realizar una reunión con el equipo de trabajo con el cual se deberá encontrar una solución al mismo.

- **Diagrama de flujo para Convocatoria a reunión al interior de la empresa**

Gráfico 32: Diagrama de flujo convocatoria a interna a reunión



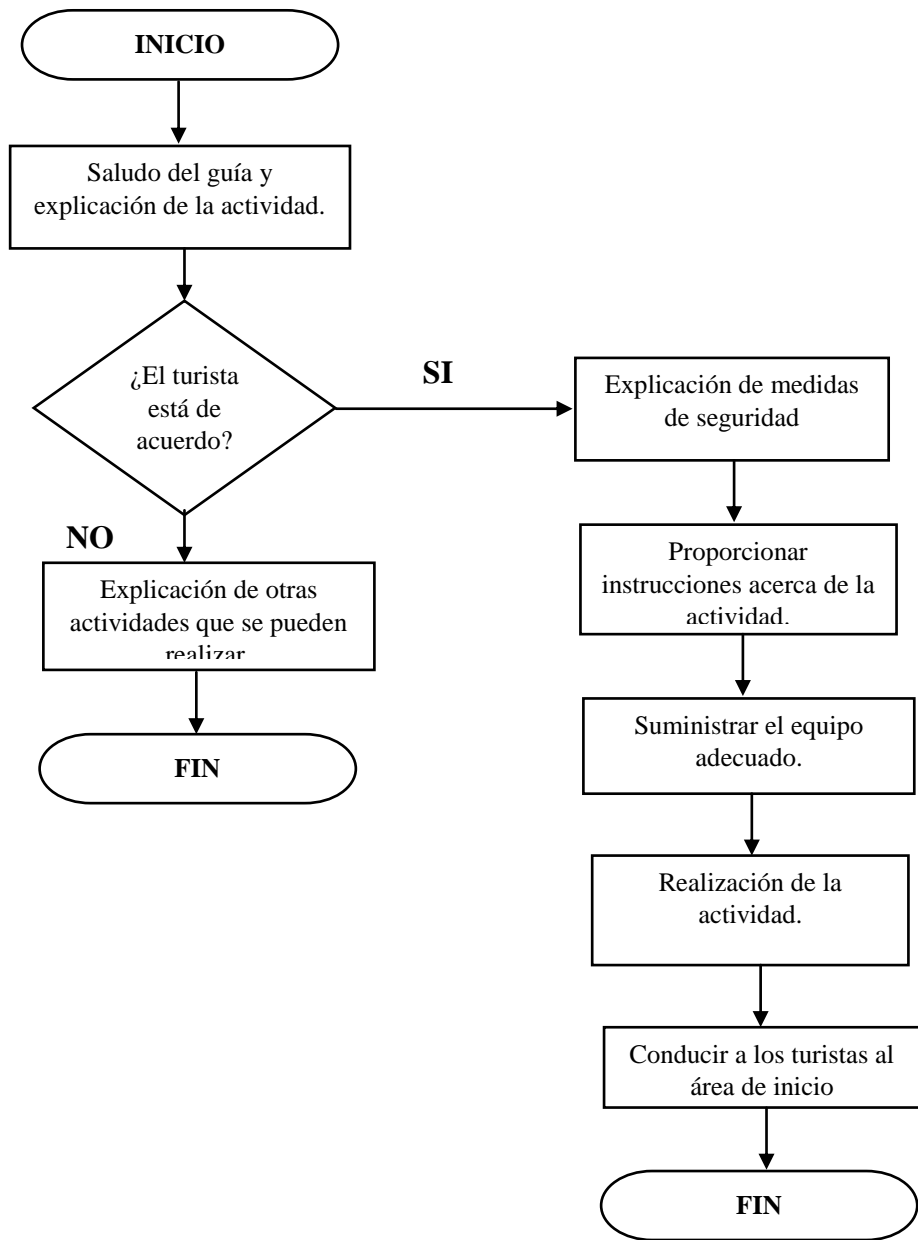
Elaboración: Andrés Gómez

EXPLICACIÓN DEL PROCESO

Este proceso establece los pasos a seguir para la realización de la reunión interna dentro de la finca, entre el personal administrativo y operativo, para lo cual se establecerá la razón de la reunión, se procederá a realizar una convocatoria conjuntamente con el gerente y la secretaria en la cual se realizará el orden del día, se entregará las convocatorias y se espera al día de la reunión, dentro de la reunión se tratarán los puntos establecidos y se llegara a las conclusiones las cuales todos deberán estar de acuerdo.

- **Diagrama de Flujo de realización de la actividad de Kayak o Rafting**

Gráfico 33: Diagrama de flujo actividad de Kayak o Rafting



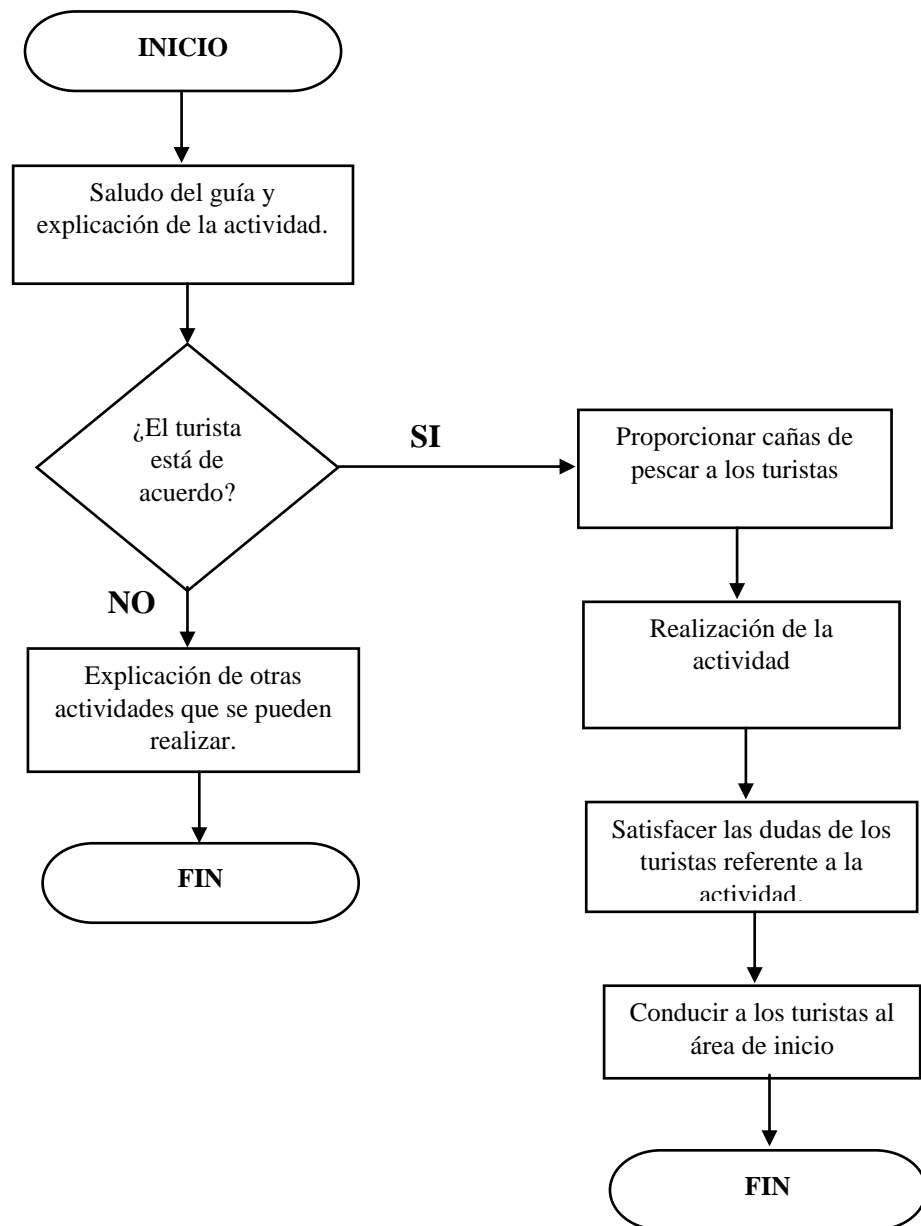
Elaboración: Andrés Gómez

EXPLICACIÓN DEL PROCESO

El proceso consiste en la realización de rafting o kayak para lo cual se establecerán grupos de visita, el guía procederá a dar la bienvenida y explicar en qué consiste la actividad, si el turista está de acuerdo se procederá a realizar la actividad, para lo cual el guía explicara las medidas de seguridad y se procederá a brindar instrucciones específicas, luego se dotara al turista de equipo adecuado para la actividad y se procederá a realizar la misma en compañía del guía, una vez culminada la actividad se llevara al turista al punto de encuentro.

- **Diagrama de flujo acceso al área de pesca deportiva**

Gráfico 34: Diagrama de flujo visita área de pesca deportiva



Elaboración: Andrés Gómez

EXPLICACIÓN DE LA ACTIVIDAD

El proceso consiste en la realización de la actividad pesca deportiva, para lo cual se establecerán grupos o se lo realizara de forma individual, a los cuales el guía procederá a dar la bienvenida y explicar en qué consiste la actividad, si el turista no está de acuerdo en realizar la actividad, se procederá a explicar otras actividades que ofrece la finca, si está de acuerdo se procederá a realizar la actividad, para lo cual se procederá a

dotar al turista de cañas de pescar, y se lo conducirá a las piscinas de peces para la realización de la actividad, se deberá guía estará dispuesto a satisfacer las dudas del turista y lo guiara en la actividad una vez culminada la actividad se guiara a los turistas al punto de encuentro.

4.2.4 Estudio de Marketing

Este estudio contribuirá a establecer el marketing para la implementación de una finca agroturística que llevará por nombre “GOMCOMP” E.P. dicha finca agroturística contribuirá a implementar el turismo como oferta en el recinto San Jorge, perteneciente al cantón Santa Clara. Estará ubicada a 46 Km de la ciudad del Puyo, en la vía Puyo-Tena. El objetivo de la finca agroturística “GOMCOMP” E.P. es el ofrecer al turista un servicio de multiactividades.

4.2.4.1 Servicio

- **El servicio de observación a la siembra, cosecha y mantenimiento de plantaciones presentes en la finca**

Esta actividad consistirá en visita guiadas a los sembríos presentes en la finca, a través un guía especializado en los sembríos, quien explicará las condiciones idóneas para la siembra y cosecha de los mismos, llevando a una actividad vivencial a los turistas y contestando las inquietudes de los mismos.

- **Pesca deportiva**

Esta actividad permitirá a los turistas disfrutar de pesca en las piscinas presentes en la finca, la cual consistirá en la pesca con caña de peces tales como: Tilapia, Cachama y Carpa.

- **Senderos ecológicos**

El turista podrá visitar los senderos ecológicos los cuales recorrerán gran parte de la finca, permitiendo a los turistas la observación de flora y fauna únicas presentes en el sector.

- **Mirador**

El mirador permitirá disfrutar de agradables vistas, el cual estará ubicado en la parte alta de la finca a la cual se podrá acceder caminando, esta actividad se podrá realizar en familia o de forma individual.

- **Rafting**

Esta actividad consistirá en navegar por el río Anzu en un bote de goma inflable el cual permitirá disfrutar de la adrenalina de los rápidos presentes en este río, el bote tendrá la capacidad de seis personas ideal para realizar esta actividad en familia o grupos de amigos.

- **Kayak**

Consiste en navegar de forma individual con un Kayak por las aguas del río Anzu esta actividad se realizará de forma individual, permite aprovechar los rápidos del río.

- **Alimentación**

La finca agroturística contará con el servicio de alimentación dentro de sus instalaciones, se podrá disfrutar de desayunos, almuerzos y meriendas, al acceder al paquete turísticos el turista podrá acceder al servicio de alimentación.

- **Hospedaje.**

Dentro de las instalaciones de la finca agroturística, también se podrá acceder al servicio de hospedaje el cual consistirá en cabañas que tendrán capacidad individual, doble, grupal y matrimonial, a las cuales podrá acceder el turista de acuerdo a su necesidad.

Se enfocará en ofrecer un servicio de calidad en todas las actividades anteriormente propuestas para lo cual se establece:

- La finca agroturística se encuentra ubicada en un lugar accesible, ya que se cuenta con una vía de acceso de primer orden y pavimentada, se encontrará a 45 min de la ciudad del Puyo en automóvil, y el autobús a 1 hora.
- Se establecerá un servicio de atención personalizado, a las personas que deseen acceder al mismo, la atención será de calidad desde el ingreso a las instalaciones.
- Durante el acceso a las actividades turísticas, se cuidará, la integridad física de los participantes.
- Las instalaciones permanecerán limpias y tendrán una agradable presentación, tanto en los senderos como las instalaciones.
- El servicio buscara brindar una experiencia agradable a los turistas, con el objetivo de que retornen y contribuyan a la publicidad del lugar.

- **Estrategia Competitiva**

Para establecer la estrategia competitiva del producto, buscaremos que la gente elija a la finca agroturística “GOMCOMP” mediante la presentación de un producto de calidad, a un precio accesible al mercado y con servicios de calidad, presentándola, en instituciones gubernamentales como los municipios de Pastaza, así como las instituciones educativas, adicional nos diferenciaremos de la competencia por nuestro servicio personalizado a grupos, se dará prioridad al cliente que se sienta a gusto, con el fin de que realice publicidad a sus familiares y amigos. Otra de las estrategias es empoderar a la comunidad, con el fin de que la misma surja como medio para la comunicación de la existencia de la finca agroturística, sus servicios y sus precios.

4.2.4.2 Precio

Para la descripción del precio se realizará un análisis a los comercios u organizaciones dedicadas al turismo dentro del cantón Santa Clara, cantón al que pertenece el recinto San Jorge, dado que dentro del recinto no existe aún organizaciones o comercios dedicados al agroturismo. El análisis nos ayudara a establecer un estándar de precios manejados por la competencia, mismos que serán tomados como esquema para la implantación de nuestros precios. Se buscará establecer el precio más módico posible, con el fin de brindar un servicio de calidad, con un precio accesible, el cual contribuirá a

la atracción de clientes de clase media y media alta. Por esta razón se buscará que los costos de construcción, mano de obra y capacitación sean los más bajos posibles, con el objeto de no afectar al valor final del servicio, ofreciendo un precio accesible y de buena calidad. Para efectos de la observación de los precios que ofertan los demás tipos de lugares turísticos del Cantón Santa Clara, se establecerá un estimado, ya que no existe en el sector una finca agroturística, que permitiera establecer precios estándar. Dentro de la encuesta se estableció preguntas que englobaron precios de los diferentes servicios que se pretende prestar, cotejando con precios del mercado se procedió a establecer el precio.

- **Hospedaje**

En cuanto al hospedaje se tomó, los precios de las pensiones y cabañas que se encuentran en el lugar, teniendo en cuenta que dentro de la tabulación de datos se observa que la gente pagaría por motivo de hospedaje un precio que va desde el rango de 10 a 20 dólares. En la observación a los lugares que hospedan a los turistas se rescató que el precio fijado es de 10 dólares la noche por persona, excepto las cabañas “Anzu” que ha fijado su precio en 12 dólares. Es por ello se tomará el precio de alojamiento partiendo de 10 dólares.

- **Alimentación**

Se obtuvo la información de los precios que establecen los lugares que ofrecen el servicio de alimentación dejando como costo de alimentación 3 dólares tanto para el desayuno, el almuerzo y la merienda, con un total de 9 dólares por día y por persona.

- **Acceso a los servicios**

Para establecer un precio estándar para el acceso a los servicios se observa que la gran mayoría de encuestados está de acuerdo con pagar un precio que oscile en el rango de 10 a 20 dólares, el cual se establecerá un costo de 15 dólares, dentro de los cuales se tomó la consideración el acceso a un almuerzo, además se observó que cabañas Anzu, que también poseen servicios semejantes, oferta sus servicios al mismo precio

- **Estrategia del precio**

Con el fin de establecer precios fijos se ha creado el pago de paquetes entre los cuales se establece.

Tabla 48: Precios paquetes finca Agroturística “GOMCOMP” E.P.

PAQUETE	CONSIDERACIONES	PRECIO INDIVIDUAL	PRECIO
Un día y una noche.	- Alojamiento.	\$ 10	\$ 35,00
	- Alimentación.	\$ 9	
	- Acceso a todos los servicios.	\$ 15	
Dos días y dos noches.	- Alojamiento.	\$ 20	\$ 55,00
	- Alimentación.	\$ 18	
	- Acceso a todos los servicios	\$ 15	
Tres días y tres noches.	- Alojamiento.	\$ 30	\$ 75,00
	- Alimentación.	\$ 27	
	- Acceso a todos los servicios.	\$ 15	
Acceso a servicios	- Acceso a todos los servicios + Almuerzo	\$ 15	\$ 15,00

Elaboración: Andrés Gómez.

Fuente: Tabulación de encuestas, Estudio de mercado cabañas Piatua, Pensión “Brisa del Anzu”

Como estrategia para atraer clientes mediante el precio se establecerá la implementación de ofertas especiales a las escuelas y colegios del sector, buscando que el cliente nos elija por encima de la competencia.

4.2.4.3 Plan de acción:

- **Descripción de la publicidad y promoción.**

Dentro de la provincia de Pastaza existen medios de comunicación locales, tanto de radio, televisión y prensa escrita. Adicional a esto se puede utilizar medios tecnológicos como son las redes sociales y el internet. Una vez analizada la información de la tabulación de datos se puede observar que un 55% de personas prefiere enterarse de nuestras promociones mediante las redes sociales, un 29% mediante una página web y

un 9% mediante la radio. Estos serán los 3 puntos más relevantes en cuanto a publicidad de la finca agroturística se tomarán. Adicional el marketing se establecerá de la siguiente manera:

- Realizar un eslogan y logotipo llamativos, con el fin de atraer al cliente.
- Se establecerá material publicitario la radio fuego del sector con el fin motivar al turista a conocer el lugar, dicho material contendrá información relevante y atractiva del lugar, con información de la ubicación, descuentos y promociones
- De acuerdo con (Boullón, 2008) “Una particularidad que no puede pasarse por alto, es que para el turismo rural solo el 30% de las reservas son realizadas mediante la participación de alguna agencia de viaje. El resto (70%) corresponde a contactos directos entre la empresa y el consumidor interesado “Por esta razón se establecerán hojas volantes con información, que se procederá a repartir los clientes, dentro de ferias o eventos masivos, así como tarjetas de presentación.
- Elaborar un perfil de Facebook, Instagram y una página Web que permita llegar a nuestros potenciales clientes, debido a la gran utilización de redes sociales e internet se ha establecido esta estrategia, los perfiles y pagina web contendrá la información importante de la finca agroturística, así como fotografías atractivas que enamoren al cliente teniendo en cuenta que la gente comienza a preferir las redes sociales como medio para obtención de información.

- **Manual Corporativo.**

Logotipo

El logotipo reflejara lo elementos que la finca agroturística “GOMCOMP” E.P. desea manifestar a sus clientes.

Gráfico 35. Logotipo finca agroturística "GOMCOMP" E.P



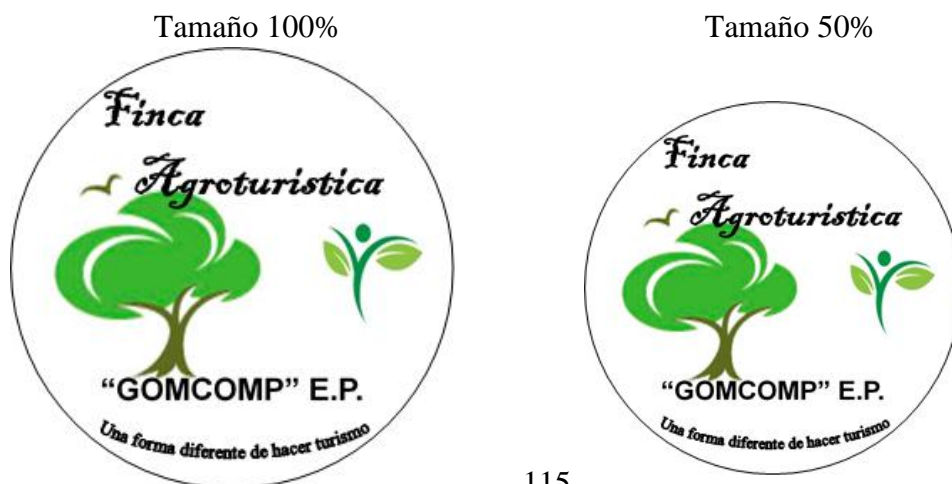
Elaboración: Andrés Gómez

- **Significado.**

Para la elaboración del logotipo de la Finca Agroturística "GOMCOMP" se utilizó el color blanco, el cual nos permite reflejar paz y tranquilidad, lo que queremos que nuestros turistas sientan al momento de que accedan al servicio, el color verde, porque nos ayuda a mostrar la naturaleza del sector, el árbol simboliza los sembríos presentes dentro de la finca, y el grafico de una persona abriendo las manos siendo feliz dentro de la naturaleza, evoca a las personas que les gusta la naturaleza el acceso al servicio contribuirá a disfrutar naturaleza, fomentando su cuidado y conservación.

- **Escala del logotipo**

Se recomienda la utilización del logotipo con el 50% de su tamaño, ya que será más vistoso.



- **ESLOGAN.**

Gráfico 36: Eslogan Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.

UNA FORMA DIFERENTE DE HACER TURISMO.

Elaboración: Andrés Gómez

Se procedió a la elección de este eslogan ya que a través de este servicio se pretende mostrar una forma de hacer turismo diferente a través de una atención personalizada y variedad de actividades.

- **Hojas Volantes**

Gráfico 37: Hoja volante Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.



Elaboración: Andrés Gómez

- Perfil de Instagram

Ilustración 10: Perfil de Instagram Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.



Elaboración: Andrés Gómez.

Al realizar el análisis de la información de las encuestas se pudo observar que la mayoría de personas optaba por obtener información de la finca Agroturística "GOMCOMP" E.P. mediante las redes sociales, es por ello que se procedió a crear un perfil de Instagram en el que se pueda dar a conocer mediante la fotografía información, considerando el crecimiento de la red social de Instagram es considerada como una buena oportunidad para expandir un negocio. Se la puede encontrar en Instagram como @fa_gomcomp.

- Perfil de Facebook.

Ilustración 11: Perfil de Facebook Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.



Elaboración: Andrés Gómez

Uno de los objetivos de la creación de la página de Facebook de la finca Agroturística “GOMCOMP” E.P. es llegar a más clientes, en especial a los clientes jóvenes que pasa la mayor parte de su tiempo en las redes sociales. Esta plataforma servirá para comunicar a los nuestros clientes sobre nuestros servicios e información general de la finca. Se puede encontrar en Facebook como “Finca Agroturística Gomcomp” o a su vez a través del correo electrónico fincaagroturisticagomcomp@gmail.com

- **Página Web.**

Ilustración 13: Pagina Web Finca Agroturística “GOMCOMP” E.P.

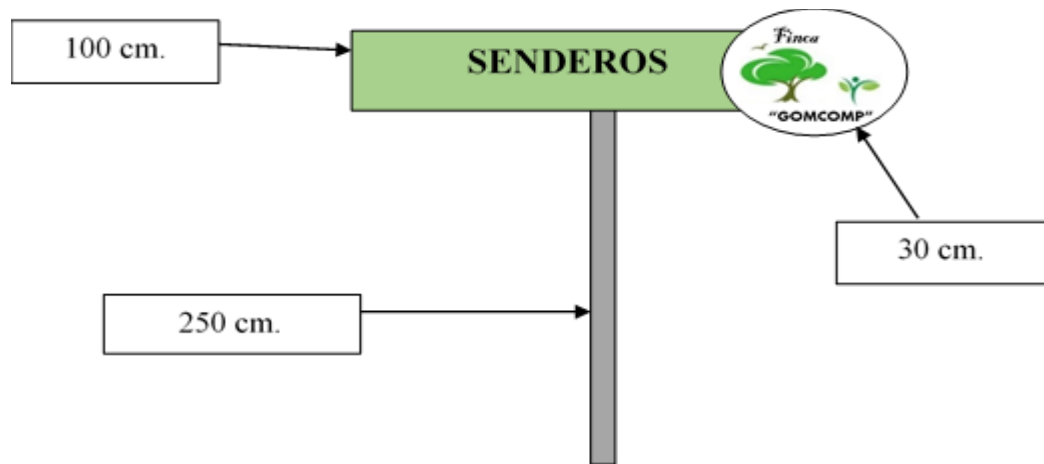


Elaboración: Andrés Gómez

Con el fin de dar a conocer a nuestros clientes sobre nuestros productos y quienes somos se creó la siguiente página web, donde se establece información de los servicios que se ofrecen, quienes somos y los contactos para que se puedan comunicar. Se puede encontrar la página web en la siguiente dirección: <https://fincaagroturistica09.wixsite.com/gomcomp>

- **Rótulos.**

Gráfico 38: Rotulo de atractivos Finca Agroturistica "GOMCOMP" E.P.



Elaboración: Andrés Gómez.

La implementación de rótulos contribuirá a la mejora del ornato del lugar y contribuirán a proporcionar información a los turistas. Los mismos serán ubicados en las atracciones de la finca.

4.2.4.4 Plaza:

La finca agroturística tendrá como mercado la población de la provincia de Pastaza, adicional las demás provincias antes ya mencionadas. El recinto San Jorge posee atractivos turísticos como el río Anzu, río que permite realizar actividades como el tubing, el kayak y Rafting; Senderos que nos permitirán observar variedad de la flora y fauna del lugar; Piscinas de producción de tilapia donde se puede observar el proceso de siembra y cultivo, además de realización de pesca deportiva; Sembríos de cacao fino, banano, bambú, naranjilla, etc.

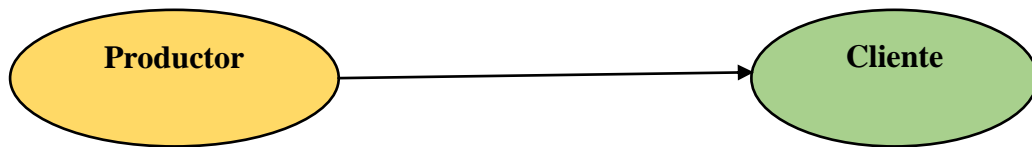
Por ende, la plaza donde se ubicará la finca agroturística es en la provincia de Pastaza, en el sector San Jorge, debido a que el lugar se presta para la implementación de una finca agroturística.

- **Estrategia de Plaza.**

Una de las maneras de alcanzar a nuestros clientes es creando canales de distribución, que ayudara a llegar a más cliente, estos canales son: Canales directos e indirectos.

- **Canales directos.**

Gráfico 39: Canales de distribución directo



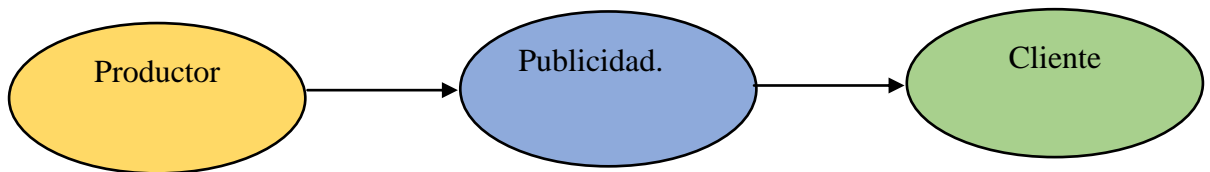
Elaboración: Andrés Gómez

Este tipo de canal se utilizará al momento de la repartición de hojas volantes, se buscará entregar a los clientes en lugares concurridos y aglomeración de personas y otros lugares turísticos que son visitados.

- **Canales indirectos.**

Este tipo de canal es el que tiene más de dos niveles de intervención por los cuales la información pasa para llegar a nuestros clientes.

Gráfico 40: Canal de distribución indirecto



Elaboración: Andrés Gómez

Dentro del ámbito servicios se puede considerar el canal de distribución indirecto a la publicidad del lugar, ya que se utilizarán las redes sociales para llegar a la mayoría de nuestros clientes con nuestros servicios.

4.2.4.5 Análisis FODA de la finca agroturística “GOMCOMP” E.P.

Tabla 49: FODA Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones apropiadas para la realización del Agroturismo. - Clima y ambiente propicio para la actividad turística. - Fomentamos la conservación del medio ambiente. - Creación de fuentes de empleo. - Precios accesibles y competitivos. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento del turismo en un 14% en la provincia de Pastaza el año 2017. - El agroturismo es una de las formas de turismo nuevas del sector. - Fomento del turismo en el país a través de políticas públicas. - Ampliación de las líneas de crédito para el sector turístico por parte de las instituciones bancarias. - Vías de acceso en buenas condiciones. - Gran biodiversidad de flora y fauna en el sector.
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poco conocimiento de la actividad en el rubro de negocio turístico. - La empresa aun no es conocida por los clientes. - Lugar distante de la ciudad del Puyo. - Personal poco capacitado dentro de la organización, en cuanto a procesos administrativos. <ul style="list-style-type: none"> - Inexistencia de procesos estandarizados. De acuerdo a las normas ISO 9000. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Competencia de turismo indirecto en la zona. - Inflación. Aumento constante de precios - Poco impulso del turismo en el sector. - Altas tasas de intereses de bancos y financieras.

Elaboración: Andrés Gómez

4.2.4.6 Estrategias Competitivas.

Para obtener las estrategias competitivas se procederá a realizar el análisis del FODA de la organización se lo realizará aplicando las matrices EFE Y EFI lo cual me permitirá establecer si las fuerzas internas de la organización y el medio ambiente donde se desarrolla la misma son favorables para la organización.

- **Matriz de Evaluación de Factores Internos**

Tabla 50: Matriz de Evaluación de Factores Internos Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI)			
FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	PES O	CALIFICACI ONES	PONDERAC IÓN
FORTALEZAS			
Instalaciones apropiadas para la realización del agroturismo.	0,15	4	0,6
Clima y ambiente propicio para la actividad turística	0,08	3	0,24
Fomento de conservación y cuidado del medio ambiente	0,08	3	0,24
Creación de fuentes de empleo.	0,1	4	0,40
Precios accesibles y competitivos.	0,14	3	0,42
SUBTOTAL FORTALEZAS			1.90
DEBILIDADES			
Poco conocimiento de la actividad en el rubro del negocio turístico.	0,08	2	0,16
La empresa aun no es conocida por los clientes.	0,11	2	0,22
Lugar distante de la ciudad del Puyo.	0,08	1	0,08
Personal poco capacitado dentro de la organización.	0,12	2	0,24
Inexistencia de procesos estandarizados de acuerdo a las normas ISO.	0,06	2	0,12
SUBTOTAL DEBILIDADES			0.82
TOTAL, VALOR PONDERADO			2.72

Elaboración: Andrés Gómez

El valor promedio ponderado es de 2.50.

Una vez realizada la matriz podemos observar que el valor de la matriz EFI de la finca Agroturística "GOMCOMP" E.P. está por encima del valor promedio ponderado, lo que nos deja ver que existe fortaleza internamente.

- **Matriz de Evaluación de factores Externos**

Tabla 51: Matriz de Evaluación de Factores Externos Finca Agroturística "GOMCOMP" E.P.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (EFE)			
FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
OPORTUNIDADES			
Crecimiento del turismo en un 14% en la provincia de Pastaza el año 2017.	0,11	4	0,44
El agroturismo es una de las formas de turismo nuevas del sector.	0,10	3	0,30
Fomento del turismo en la provincia de Pastaza a través de políticas públicas.	0,11	3	0,33
Ampliación de las líneas de crédito para el sector turístico por parte de las entidades bancarias.	0,09	4	0,36
Vías de acceso en buenas condiciones.	0,07	3	0,21
Gran biodiversidad de flora y fauna en el sector.	0,09	3	0,27
SUBTOTAL OPORTUNIDADES			1,91
AMENAZAS			
Competencia de turismo indirecto en la zona.	0,11	2	0,22
Inflación. Aumento paulatino de precios.	0,10	2	0,20
Poco impulso del turismo en el sector.	0,10	2	0,20
Altas tasas de interés por parte de bancos y financieras.	0,12	1	0,12
SUBTOTAL AMENAZAS	1		0,74
TOTAL, VALOR PROMEDIO PONDERADO			2,65

Elaboración: Andrés Gómez.

El valor promedio ponderado es de 2.50.

Una vez realizada la matriz procederemos establecer que las oportunidades están siendo aprovechadas con eficacia minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas.

4.2.4.7 Análisis del entorno

Tabla 52: Matriz de análisis del entorno.

<p style="text-align: center;">Factores Internos</p> <p style="text-align: center;">Factores Externos</p>	<p style="text-align: center;">Fortalezas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Instalaciones apropiadas para la realización del Agroturismo. 2. Clima y ambiente propicio para la actividad turística. 3. Fomento de conservación y cuidado del medio ambiente. 4. Creación de fuentes de empleo. 5. Precios accesibles y competitivos. 	<p style="text-align: center;">Debilidades.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poco conocimiento de la actividad en el rubro de negocio turístico. 2. La empresa aun no es conocida por los clientes. 3. Lugar distante de la ciudad del Puyo. 4. Personal poco capacitado dentro de la organización. 5. Inexistencia de procesos estandarizados. De acuerdo a las normas ISO 9000.
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento del turismo en un 14% en la provincia de Pastaza el año 2017. 2. El agroturismo es una de las formas de turismo nuevas del sector. 3. Fomento del turismo en el país a través de políticas públicas. 4. Ampliación de las líneas de crédito para el sector turístico. 5. Vías de acceso en buenas condiciones. 6. Gran biodiversidad de flora y fauna en el sector. 	<p>(F1-O1) – Implementación de Marketing publicitario mediante entrega de hojas volantes en las principales ciudades y eventos de aglomeración de personas de la provincia.</p> <p>(F1-O3) – Convenios con instituciones públicas con el fin de dar a conocer la finca agroturística.</p> <p>(F4-O1)- Establecer políticas de contratación a personal del sector.</p> <p>(F3-O4) – Fortalecer el cuidado de la naturaleza, como medio para mejorar la calidad de vida de las personas.</p>	<p>(D1-O1) – Capacitación en el ámbito empresarial turístico a nuestros colaboradores y empleados.</p> <p>(D2-O3) – Inclusión en programas turísticos del Ministerio de Turismo.</p>
<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia de turismo indirecto en la zona. 2. Inflación. Aumento constante de precios. 3. Poco impulso del turismo en el sector. 4. Altas tasas de interés por parte de bancos y financieras. 	<p>(F5-A1) – Establecer precios accesibles al bolsillo del cliente, que nos permitan competir en el sector.</p> <p>(F3-A3) – Contribuir a crear fuentes de empleo como salida al desempleo y subempleo.</p>	<p>(D2-A1) – Establecer un servicio de calidad que permita posicionar a la empresa.</p>

Elaboración: Andrés Gómez

Estrategias Competitivas

- Implementación de Marketing publicitario mediante entrega de hojas volantes en las principales ciudades y eventos de aglomeración de personas de la provincia.
- Convenios con instituciones públicas con el fin de dar a conocer la finca agroturística.
- Establecer políticas de contratación a personal del sector.
- Fortalecer el cuidado de la naturaleza, como medio para mejorar la calidad de vida de las personas.
- Capacitación en el ámbito empresarial turístico a nuestros colaboradores y empleados.
- Inclusión en programas turísticos del Ministerio de Turismo.
- Establecer precios accesibles al bolsillo del cliente, que nos permitan competir en el sector.
- Contribuir a crear fuentes de empleo como salida al desempleo y subempleo.
- Establecer un servicio de calidad que permita posicionar a la empresa.

4.2.5 Estudio de impacto ambiental

Dentro de este estudio se establecerá los posibles impactos que el proyecto puede causar dentro del entorno donde se establecerá el proyecto. Este estudio se lo realizó mediante la identificación y valoración de impactos ambientales, estableciendo características ambientales de entorno y áreas de influencia.

4.2.5.1 Impacto Ambiental o Ecológico

El presente proyecto de construcción de una finca agroturística, contribuye a la conservación del medio ambiente, en este caso el impacto será positivo, ya que se busca brindar una experiencia agradable y amigable, mediante el rescate y conservación de sembríos presentes en la zona, preservación de especies de flora y arborícolas del sector, brindando un paisaje enfocado en la naturaleza, cuyo objetivo contribuya a cambiar la mentalidad de las personas hacia el cuidado de la misma.

4.2.5.2 Impacto sociocultural

La agricultura siendo una de las principales actividades económicas y culturales del recinto San Jorge, se beneficiará mediante la creación del proyecto de la finca turística “GOMCOMP” E.P. el cual contribuirá al rescate cultural del recinto, ayudando a concientizar a la población en cuanto al rescate de los saberes agrícolas que posee el sector, además de contribuir a crear fuentes de empleo. De la misma manera la presencia de la actividad turística contribuirá a mejorar el ornato del sector, ya que de esto dependerá la llegada de los turistas, fomentando la limpieza, mejora de los servicios públicos, mejora en la tecnología, además contribuye a mejorar la calidad de vida de la población.

4.2.5.3 Impacto Económico

La medición exacta del impacto económico en la actividad turística resulta difícil de establecer, ya que se está sujeta a múltiples factores. Dentro del sector la agricultura y la piscicultura son las principales actividades económicas del mismo, siendo la primera la actividad la cual está siendo olvidada, la migración de los jóvenes a otras ciudades en busca de trabajo o estudio ha provocado que la producción agrícola comience a disminuir, es por ello que la creación de la finca agroturística “GOMCOMP” E.P. contribuirá a conservar la cultura agrícola del lugar además de brindar fuentes de empleo para las personas del sector, lo que permitirá mejorar la calidad de vida del mismo.

4.2.5.4 Principales impactos ambientales del proyecto

A continuación, podremos observar cuales son los impactos a nivel ambiental, sociocultural y de las operaciones que se realizaran en la finca, para eso se utilizara el Estudio de identificación y valoración de Impactos Ambientales (EIA) el cual mediante parámetros de calificación me permitirá establecer si el proyecto es amigable con el ambiente o no.

4.2.5.5 Matriz de identificación de impactos ambientales

Tabla 53: Matriz de identificación de impactos ambientales

Matriz de identificación de impactos ambientales finca agroturística “GOMCOMP” E.P. ubicada en el recinto San Jorge, cantón Santa Clara.											
Factores importantes.	Acciones impactantes	PLANIFICACIÓN			CONTROL			OPERACIÓN			TOTAL
		Inventa	Presupu	Aproba	Adecua	Capacit	Transpo	Ingreso de	Uso de las	Manten	
SUELO	Tratamiento del suelo para la construcción o Compactación.	-	-	-	X	-	-	X	X	X	4
	Arrojar desechos sólidos o líquidos.	-	-	-	X	-	-	X	X	X	4
	Erosión	-	-	-	X	-	-	X	X	X	4
AGUA	Arrojar desechos sólidos o líquidos.	-	-	-	X	-	-	X	X	X	4
	Fomentar Turbidez	-	-	-	X	-	-	X	-	X	3
	Contribuir a la Eutrofización.	-	-	-	-	-	-	X	-	-	1
AIRE	Ruido.	-	-	-	X	-	-	X	X	X	4
	Arrojar gases de efecto invernadero.	-	-	-	X	-	-	X	X	X	4
FLORA	Perdida de la biodiversidad.	-	-	-	X	-	-	-	-	X	2
	Perdida de la cobertura vegetal.	-	-	-	X	-	-	-	X	X	3
	Introducción de especies vegetales exóticas.	-	-	-	-	-	-	X	-	-	1
FAUNA	Introducción de especies animales exóticos.	-	-	-	-	-	-	X	-	-	1
	Interrupción de procesos reproductivos.	-	-	-	-	-	-	X	X	X	3
	Cambio de patrones de conducta.	-	-	-	X	-	-	X	X	X	4
	Migración de especies.	-	-	-	X	-	-	X	-	-	2
ECOSISTEMA	Alteración de hábitad.	-	-	-	X	-	-	X	-	X	3
	Alteración de Paisajes	-	-	-	X	-	-	-	-	X	2
POBLACIÓN	Degradación social.	-	-	-	-	-	-	X	-	-	1
	Impacto de valores culturales.	-	-	-	-	X	-	X	X	-	3
	Perdida de tradiciones.	-	-	-	-	-	-	X	-	-	1
	Generación de ingresos alternativos.	-	-	-	-	X	-	X	-	-	2
	Generación de nuevas fuentes de empleo.	-	-	-	X	-	-	X	-	X	3
											59

Elaboración: Andrés Gómez.

4.2.5.6 Matriz de evaluación de impactos ambientales “GOMCOMP” E.P.

Tabla 54: Matriz de evaluación de impactos ambientales "GOMCOMP" E.P.

Matriz de valoración de impactos ambientales finca agroturística “GOMCOMP” ubicada en el recinto San Jorge, cantón Santa Clara.																						
COMPONENTE	ACTIVIDADES		IMPACTO	Extensión			Distribución		Ocurrencia			Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Total
	ACTIVIDAD	SUBACTIVIDAD		LOCAL	REGIONAL	NACIONAL	DIRECTA	INDIRECTA	INMEDIATA	MEDIATA	SEMANAS	MESES	AÑOS	REVERSIBLE	IRREVERSIBLE	NEGATIVO	POSITIVO	BAJA	MEDIA	ALTA		
				1	3	5	0.5	1	1	2	0.5	1	2	1	2	1	-1	1	3	5		
AMBIENTAL	CONSTRUCCIÓN	ADECUACIÓN	SUELO	Tratamiento del suelo para la construcción (Compactación)	1			0.5		1			1		2		1		3	9.5		
				Arrojar desechos sólidos o líquidos.		1			1		1			0.5		1		1		3	8	
				Erosión.		1			0.5		1			0.5		2		1		1	9	
			AGUA	Arrojar desechos sólidos o líquidos.		1			1		1			1		1		1		1	9	
				Fomentar Turbidez		1			1		2			2		1		1		1	9	
			AIRE	Ruido.		1			0.5		1			0.5		1		1		1	6	
				Arrojar gases de efecto invernadero.		1			0.5		1			2		1		1		1	7.5	
			FLORA	Perdida de la biodiversidad.		1			1		1			2		1		1		1	8	
				Perdida de la cobertura vegetal.		1			1		1			2		1		1		1	8	
			FAUNA	Cambio de patrones de conducta.		1			1		2			2		1		1		1	9	

			ECOSISTEMA	Migración de especies.	1	1	2	2	1	1	1	9		
				Alteración de habidad.	1	1	2	1	1	1	1	6		
				Alteración de paisajes.	1	0.50	1	1	1	1	1	6.5		
				Generación de nuevas fuentes de empleo.	1	0.50	1	1	1	-1	1	8.5		
	SUBTOTAL					1	0.79	1.29	1.25	1.14	0.86	1.29		
	OPERACIÓN	CAPACITACIÓN		POBLACIÓN	Impacto de valores culturales.	1	1	2	1	2	1	3	11	
					Generación de ingresos alternativos.	1	1	2	1	1	-1	3	8	
		SUBTOTAL					1	1	2	1	1.5	0	3	
		INGRESO DE TURISTAS.	SUELO			Tratamiento de suelo para la construcción o Compactación	1	1	2	2	1	1	1	9
						Arrojar desechos sólidos o líquidos.	1	1	1	1	1	1	1	7
						Erosión.	1	1	2	2	1	1	1	9
			AGUA			Arrojar desechos sólidos o líquidos.	1	1	1	1	1	1	1	7

				Fomentar Turbidez.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Contribuir a la Eutrofización.	1	1	2	2	1	1	1	9
			AIRE	Ruido.	1	0.50	1	0.5	1	1	1	6
				Arrojar gases de efecto invernadero.	1	1	2	2	1	1	1	9
			FLORA	Introducción de especies vegetales exóticas.	1	1	2	2	1	1	1	9
			FAUNA	Introducción de especies animales exóticos.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Interrupción de procesos reproductivos.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Cambio de patrones de conducta.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Migración de especies.	1	1	2	2	1	1	1	9
			ECOSISTEMA	Alteración de habitat.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Degradación social.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Impacto de valores culturales.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Perdida de tradiciones.	1	1	2	2	1	1	1	9

			Generación de ingresos alternativos.	1	1	2	1	1	-1	1	8
			Generación de nuevas fuentes de empleo.	1	0.50	1	0.50	1	-1	1	6
		SUBTOTAL		1	0.95	1.79	1.68	1	0.79	1	
	USO DE LAS INSTALACIONES	SUELO	Tratamiento del suelo para la construcción o Compactación	1	1	2	2	1	1	3	11
			Arrojar desechos sólidos o líquidos.	1	1	2	2	1	1	1	9
			Erosión	1	1	2	2	1	1	1	9
		AGUA	Arrojar desechos sólidos o líquidos.	1	1	1	2	1	1	1	8
		AIRE	Ruido.	1	1	1	0.50	1	1	1	8.5
			Arrojar gases de efecto invernadero.	1	1	1	2	1	1	1	8
		FLORA	Perdida de la cobertura vegetal.	1	1	2	2	1	1	1	9
		FAUNA	Interrupción de procesos reproductivos.	1	1	2	2	1	1	1	9
			Cambio de patrones de conducta.	1	1	2	2	1	1	1	9

			POBLACIÓN	Impacto de valores culturales.	1	1	2	2	1	1	1	9
		SUBTOTAL			1	1	1.7	1.85	1	1	1	
		MANTENIMIENTO.	SUELO	Tratamiento del suelo para la construcción o Compactación	1	1	2	2	1	1	1	9
				Arrojar desechos sólidos o líquidos.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Erosión	1	1	2	2	1	1	1	9
			AGUA	Arrojar desechos sólidos o líquidos.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Fomentar Turbidez	1	1	2	2	1	1	1	9
			AIRE	Ruido.	1	1	1	2	1	1	1	8
				Arrojar gases de efecto invernadero.	1	1	2	2	1	1	1	9
			FLORA	Perdida de la biodiversidad.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Perdida de la cobertura vegetal.	1	1	2	2	1	1	1	9
			FAUNA	Interrupción de procesos reproductivos.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Cambio de patrones de conducta.	1	1	2	2	1	1	1	9
			ECOSISTEMA	Alteración de habitat.	1	1	2	2	1	1	1	9
				Alteración de Paisajes	1	1	2	2	1	1	1	9

			POBLACIÓN	Generación de nuevas fuentes de empleo.	1	1	2	2	1	-1	1	7
		SUBTOTAL			1	1	1.93	2	1	0.92	1	
TOTAL					1	0,95	1.74	1.56	1.13	0.70	1.46	

Elaboración: Andrés Gómez

Una vez establecidas las tablas de identificación de impactos ambientales, procederemos a la aplicación de la fórmula de Índice de Impactos la cual se establecerá a continuación:

Dónde:

Tabla 55: Ponderación Estudio de Impacto Ambiental

Extensión	E	1
Distribución	D	0,95
Ocurrencia	O	1,74
Temporalidad	T	1,56
Reversibilidad	R	1,13
Signo	S	0,70
Magnitud	M	1,46
Índice de Impacto Ambiental	ILIA	?

Elaboración: Andrés Gómez.

Fuente: Estudio de campo.

Aplicación:

Ecuación 3: Cálculo del índice de impacto ambiental

$$IIA = [(M * T + O) + (E * D)] * R * S$$

$$IIA = [(1,46 * 1,56 + 1,74) + (1 * 0,95)] * 1,13 * 0,70$$

$$EIA = 4.76$$

Una vez aplicada la fórmula de Índice de Impacto Ambiental el resultado deberá ser comparado con el con el rango establecido que se presenta a continuación:

Tabla 56: Rango de calificación Estudio de Impacto Ambiental

Menor de 5	Compatible
Entre 5 y 15	Moderado
Entre 15 y 30	Severo
Entre 30 y 50	Crítico

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Estudio de campo

Estableciéndose como: Compatible (Cuando la carencia del impacto o recuperación es inmediata), Moderado (Cuando la recuperación requerirá de cierto tiempo), Severo (La magnitud del impacto exige la adecuación de prácticas de recuperación) y Crítico (La magnitud del impacto es superior al límite admisible causando pérdidas permanentes).

Realizado el análisis de la respuesta con la respectiva comparación con el rango, podemos observar que el Índice de Impacto Ambiental del proyecto es compatible con el medio ambiente que lo rodea, ya que se encuentra dentro del rango de menor de 5, obteniéndose un resultado de 4.76.

4.2.6 Estudio económico-financiero

Dentro de este capítulo se podrá conocer la información monetaria, referente a la empresa, sus activos y financiamiento, este procedimiento me ayudará a obtener información relevante para realizar la evaluación del proyecto.

4.2.6.1 Plan de inversiones

El plan de inversiones es una herramienta que me permite conocer cuál es el listado de inversiones que debo efectuar para antes de poner en marcha un proyecto, esto nos ayudara a minimizar riesgos de operación del mismo.

4.2.6.2 Activos fijos

Los activos fijos son todos aquellos activos los cuales tiene una vida útil de más de 1 año, y que son necesarios para la realización diaria de actividades dentro de la organización.

Tabla 57: Inversión en activos fijos finca agroturística "GOMCOMP" E.P. (Dólares)

DESCRIPCIÓN	DETALLE	VALOR TOTAL
EDIFICIOS (Anexo 14)		53.280,00
Área Administrativa.	4.675,00	
Área de Alimentación.	9.605,00	
Área de Alojamiento.	25.550,00	
Área de entretenimiento.	13.450,00	
TERRENO (Anexo 15)		65.000,00
13 hectáreas de terreno	5.000,00 c/u	
MAQUINARIA Y EQUIPOS		8.093,40
Área Administrativa. (Anexo 16)	1.470,00	
Área de Alimentación. (Anexo 17)	5.772,90	
Área de Alojamiento. (Anexo 18)	378,00	
Área de Entretenimiento. (Anexo 19)	472,50	

MUEBLES Y ENSERES		15.299,55
Área Administrativa. (Anexo 20)	4.551,75	
Área de Alimentación. (Anexo 21)	4.563,30	
Área de Alojamiento. (Anexo 22)	5.880,00	
Área de Entretenimiento. (Anexo 23)	304,50	
EQUIPO DE COMPUTO		1.837,50
Área Administrativa. (Anexo 24)	1.837,50	
OTROS ACTIVOS (SUMINISTROS)		18.040,15
Área Administrativa. (Anexo 25)	249,25	
Área de Alimentación. (Anexo 26)	1.720,73	
Área de Alojamiento. (Anexo 27)	2.927,40	
Área de Entretenimiento. (Anexo 28)	13.142,77	
TOTAL, INVERSIONES FIJAS		161.550,60

Elaboración: Andrés Gómez

4.2.6.3 Activos diferidos

Estos activos son servicios o bienes intangibles, que son muy necesarios para el estudio y ejecución del proyecto, son sujetos a amortización y tienden a ser recuperados con el tiempo.

Tabla 58: Costos activos diferidos finca agroturística "GOMCOMP" E.P. (Dólares)

DESCRIPCIÓN	DETALLE	VALOR TOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN.		3.000,00
Gastos de constitución.	2.500,00	
Honorarios a consultores.	500,00	

Elaboración: Andrés Gómez

4.2.6.4 Capital de Trabajo.

El Capital de Trabajo está conformado por el conjunto de recursos considerados necesarios para la consecución de un proyecto, durante un determinado periodo productivo.

Tabla 59: Capital de trabajo finca Agroturística “GOMCOMP” E.P. (Dólares)

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MATERIALES		32.399,11
Costo Materia Prima. (Anexo 29)	2.699,93	
MANO DE OBRA		36.003,14
Mano de obra del servicio. (Anexo 30)	3.000,26	
COSTOS INDIRECTOS		4.720,00
Costos Indirectos del Servicio. (Anexo 31)	393,33	
GASTOS ADMINISTRATIVOS (Anexo 32)		34.902,97
Sueldo Gerente General	1.492,42	
Sueldo secretaria.	634,58	
Sueldo Contadora	781,57	
GASTOS DE VENTAS (Anexo 33)		4.154,00
Gastos generales de publicidad.	346,17	
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO		112.179,23

Elaboración: Andrés Gómez

4.2.6.5 Resumen de inversiones

Dentro de esta tabla se conoce la cantidad de dinero necesario para que el proyecto funcione de forma adecuada.

Tabla 60: Resumen de inversiones finca agroturística “GOMCOMP” E.P. (Dólares)

RESUMEN DE LA INVERSIÓN	
Rubro	Valor
Inversión Fija	161.550,60
Inversión Diferida	3.000,00
Capital de Trabajo	112.179,23
INVERSIÓN TOTAL	276.729,83

Elaboración: Andrés Gómez.

4.2.6.6 Financiamiento.

El financiamiento contribuye a obtener los recursos necesarios para la ejecución del proyecto. Dentro de un proyecto se puede conocer dos tipos de financiamiento, el Capital propio y el Capital de terceros también conocidos como instituciones financieras, el financiamiento se realizará mediante la entidad bancaria BanEcuador, el 40% de la inversión será capital propio, mismo que será donado por el GAD municipal de Santa Clara y el 60% se obtendrá mediante crédito a nombre de la empresa pública establecida.

Tabla 61: Financiamiento del proyecto (Dólares)

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Capital Propio (Donación GAD)	110.691,93	40%
Financiamiento institución financiera.	166.037,90	60%
TOTAL	276.729,83	100%

Elaboración: Andrés Gómez

4.2.6.7 Costo Promedio Ponderado del Capital

Tabla 62: Cálculo costo promedio ponderado del capital

DETALLE	ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	% BAN ECUADOR	PONDERACIÓN
Capital Propio donación GAD	40%	7,05%	2,82%
Crédito a Institución Bancaria.	60%	11,83%	7,10%
Riesgo de Inversión.			15%
TOTAL			24,92%

Fuente: Investigación de campo (Anexo 34) BanEcuador,

Elaboración: Andrés Gómez

El cálculo de la tasa de interés por un préstamo sobre el 60% de la inversión, se realiza la ponderación de la tasa del capital propio, la ponderación del porcentaje del crédito, adicional un 15% de riesgo de inversión, dándonos como resultado el costo promedio ponderado del capital de 24,92%.

4.2.6.8 Tabla de amortización.

La tabla de amortización nos permite conocer las cuotas o letras que se deberá pagar a la institución bancaria a la cual se ha realizado un crédito, me ayuda a conocer cuál será el interés y el capital que se deberá pagar. El préstamo se realizará en BanEcuador por un monto de 166.037,90 dólares, a un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 11,83%, siendo esta la tasa activa más alta de BanEcuador.

Tabla 63: Amortización préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
Período	Pago Capital	Pago Interés	Cuota	Saldo
0				\$ 166.037,90
1	\$ 26.224,42	\$ 19.642,28	\$ 45.866,70	\$ 139.813,47
2	\$ 29.326,77	\$ 16.539,93	\$ 45.866,70	\$ 110.486,70
3	\$ 32.796,13	\$ 13.070,58	\$ 45.866,70	\$ 77.690,58
4	\$ 36.675,91	\$ 9.190,80	\$ 45.866,70	\$ 41.014,67
5	\$ 41.014,67	\$ 4.852,04	\$ 45.866,70	\$ 0,00

Elaboración: Andrés Gómez

4.2.6.9 Costos del servicio

Cantidad de recurso económico en el cual se incurre al momento de brindar el servicio, dentro del cual se establece que tanto como la Materia Prima y Costos Indirectos de Fabricación tendrán una tasa de crecimiento del 3% anual que corresponde a la tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto al año 2017 y las depreciaciones se establecieron de acuerdo a los años y porcentajes para cada cuenta, en cuanto a la mano de obra se consideró el cobro de fondos de reserva desde el segundo año. Anexo 29, 30,31,35

Tabla 64: Costo del servicio “GOMCOMP” E.P. (Dólares)

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA DIRECTA	32.399,11	33.371,09	34.372,22	35.403,39	36.465,49
Costo Materia Prima Área de alimentos.	32.399,11	33.371,09	34.372,22	35.403,39	36.465,49
MANO DE OBRA DIRECTA	36.003,14	38.332,21	38.332,21	38.332,21	38.332,21
Mano de obra directa del servicio	36.003,14	38.332,21	38.332,21	38.332,21	38.332,21
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	4.720,00	4.861,60	5.007,45	5.157,67	5.312,40
Costos indirectos del servicio	4.720,00	4.861,60	5.007,45	5.157,67	5.312,40
DEPRECIACIONES	5.615,80	5.615,80	5.615,80	5.003,30	5.003,30
Depreciaciones de activos	5.615,80	5.615,80	5.615,80	5.003,30	5.003,30
TOTAL	78.738,05	82.180,69	83.327,67	83.896,56	85.113,39

Elaboración: Andrés Gómez

4.2.6.10 Gastos Administrativos

Los gastos de administración, son aquellos gastos que se contraen al momento de pagar a las personas encargadas de la dirección y control de una organización, aquellas personas que no participan en la realización del servicio. Para el cálculo de los gastos administrativos se tomó en cuenta que los trabajadores a partir del segundo año cobran fondos de reserva.

Tabla 65: Gastos Administrativos (Dólares)

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	17.909,10	19.120,61	19.120,61	19.120,61	19.120,61
Secretaria.	7.615,00	8.114,80	8.114,80	8.114,80	8.114,80
Contadora	9.378,88	10.000,63	10.000,63	10.000,63	10.000,63
TOTAL	34.902,97	37.236,04	37.236,04	37.236,04	37.236,04

Elaboración: Andrés Gómez

4.2.6.11 Gastos de Publicidad

Son erogaciones a las que se incurre al momento que se realiza la publicidad del servicio, este gasto contribuye a incrementar las ventas. Se muestra en la siguiente tabla proyectada con el 3% de crecimiento

Tabla 66: Gastos de publicidad (Dólares)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tarjetas de presentación	20,00	20,60	21,22	21,85	22,51
Hojas volantes	174,00	179,22	184,60	190,13	195,84
Publicidad en Facebook	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18
Publicidad en radio	3.600,00	3.708,00	3.819,24	3.933,82	4.051,83
TOTAL	4.154,00	4.278,62	4.406,98	4.539,19	4.675,36

Elaboración: Andrés Gómez.

4.2.6.12 Gastos Financieros.

Son aquellos gastos que se desembolsan por motivo de intereses por créditos realizados a instituciones financieras, como se muestra a continuación:

Tabla 67: Gastos Financieros. (Dólares)

Cantidad	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Intereses del Préstamo	19.642,28	16.539,93	13.070,58	9.190,80	4.852,04
TOTAL		19.642,28	16.539,93	13.070,58	9.190,80	4.852,04

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 63

4.2.6.13 Ingresos

Los ingresos son la relación del número de personas a atender y el precio que se vende el servicio.

Tabla 68: Proyección de ingresos

SERVICIOS	COSTO UNITARIO	INGRESOS PROYECTADOS				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Población a atender		2397	2472	2590	2755	2977
Precio del paquete	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Paquete 1 día y una noche		\$ 83.892,49	\$ 86.513,35	\$ 90.643,47	\$ 96.433,36	\$ 104.193,53
Población a atender.		1901	1961	2054	2185	2361
Precio del paquete.	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00
Paquete 2 días dos noches		\$ 104.555,66	\$ 107.843,24	\$ 112.969,45	\$ 120.185,42	\$ 129.856,96
Población a atender.		83	85	89	95	103
Precio del paquete.	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00
Paquete por 3 días		\$ 6.198,95	\$ 6.393,87	\$ 6.697,79	\$ 7.125,62	\$ 7.699,03
Población a atender.		3885	4007	4197	4465	4825
Precio.	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Paquete por horas		\$ 62.343,09	\$ 63.315,64	\$ 64.303,37	\$ 65.306,50	\$ 66.325,28
TOTAL		\$ 252.917,25	\$ 260.869,82	\$ 273.269,97	\$ 290.725,20	\$ 314.120,40

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 25, Tabla 48

4.2.7 Evaluación económica financiera

El estudio de evaluación económica-financiera es la parte más importante del análisis de factibilidad de un proyecto ya que me permite conocer si la inversión propuesta será económicamente rentable o no.

4.2.7.1 Balance general proyectado

Este balance me permite conocer de forma detallada los activos, pasivos y patrimonio que posee la organización

Tabla 69: Balance general proyectado (Dólares)

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	112.179,23	207.650,55	305.174,11	413.822,49	538.612,50	685.444,70
Caja	112.179,23	207.650,55	305.174,11	413.822,49	538.612,50	685.444,70
ACTIVO FIJO	161.550,60	155.934,81	150.319,01	144.703,22	139.699,92	134.696,63
Edificios y obra civil	118.280,00	118.280,00	118.280,00	118.280,00	118.280,00	118.280,00
Equipo para la empresa	8.093,40	8.093,40	8.093,40	8.093,40	8.093,40	8.093,40
Muebles y enseres	35.177,20	35.177,20	35.177,20	35.177,20	35.177,20	35.177,20
- Depreciaciones	-	-5.615,80	-11.231,59	-16.847,39	-21.850,68	-26.853,98
ACTIVO DIFERIDO	3.000,00	2.400,00	1.800,00	1.200,00	600,00	-
Gastos diferidos	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
- Amortizaciones	-	-600,00	-1.200,00	-1.800,00	-2.400,00	-3.000,00
TOTAL DE ACTIVOS	276.729,83	365.985,35	457.293,12	559.725,70	678.912,42	820.141,32
PASIVO	166.037,90	139.813,47	110.486,70	77.690,58	41.014,67	-
Corriente	26.224,42	29.326,77	32.796,13	36.675,91	41.014,67	-
No Corriente	139.813,47	110.486,70	77.690,58	41.014,67	-0,00	-
PATRIMONIO	110.691,93	226.171,88	346.806,42	482.035,13	637.897,75	820.141,32
Capital	110.691,93	110.691,93	110.691,93	110.691,93	110.691,93	110.691,93
Resultados del Ejercicio	-	115.479,95	120.634,54	135.228,71	155.862,62	182.243,57
Resultados Acumulados	-	-	115.479,95	236.114,49	371.343,20	527.205,82
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	276.729,83	365.985,35	457.293,12	559.725,70	678.912,42	820.141,32

Elaboración: Andrés Gómez.

Fuente: Tablas 57, 58, 59 y 63

4.2.7.2 Estado de resultados proyectados

Este estado es también conocido como el estado de pérdidas y ganancias, consta de un documento que detalla los ingresos y gastos de una organización y su beneficio o pérdida en un periodo de tiempo determinado.

Tabla 70: Estado de resultados proyectado (Dólares)

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	252.917,25	260.869,82	273.269,97	290.725,20	314.120,40
- Costo de Producción	-78.738,05	-82.180,69	-83.327,67	-83.896,56	-85.113,39
= Utilidad Bruta	174.179,20	178.689,13	189.942,30	206.828,64	229.007,01
- Gastos de Administración	-34.902,97	-37.236,04	-37.236,04	-37.236,04	-37.236,04
- Gastos de Ventas	-4.154,00	-4.278,62	-4.406,98	-4.539,19	-4.675,36
- Gastos Financieros	-19.642,28	-16.539,93	-13.070,58	-9.190,80	-4.852,04
= Utilidad Neta	115.479,95	120.634,54	135.228,71	155.862,62	182.243,57

Elaboración: Andrés Gómez.

Fuente: Tablas 64, 65, 66, 67 y 68

4.2.7.3 Flujo de efectivo.

El flujo neto de efectivo me permite conocer los movimientos de ingresos y gastos, en un determinado periodo de tiempo, para efecto del proyecto, el periodo será de 5 años.

Tabla 71: Flujo de efectivo (En dólares)

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
= Utilidad Neta		115.479,95	120.634,54	135.228,71	155.862,62	182.243,57
+ Depreciaciones		5.615,80	5.615,80	5.615,80	5.003,30	5.003,30
+ Amortizaciones		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
- Pago Préstamo (Capital)		-26.224,42	-29.326,77	-32.796,13	-36.675,91	-41.014,67
+ Valor de Salvamento						51.656,48
- Inversiones						
Fija	-161.550,60					
Diferida	-3.000,00					
Capital de Trabajo	-112.179,23					
= Flujo Neto de Efectivo	-276.729,83	95.471,32	97.523,56	108.648,38	124.790,01	198.488,67

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Anexo 35 y Tabla 60, Tabla 70

4.2.7.4 Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio me permite conocer cuál es la cantidad de paquetes que debo vender para satisfacer mis costos dentro de un periodo de tiempo.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

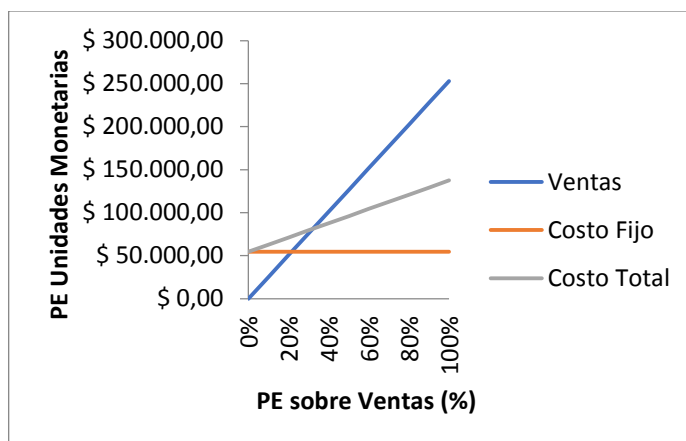
Tabla 72: Punto de equilibrio año 1

AÑO 1		
RUBROS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 78.738,05
Gastos Administrativos	\$ 34.902,97	
Gastos de Ventas		\$ 4.154,00
Gastos Financieros	\$ 19.642,28	
TOTALES	\$ 54.545,25	\$ 82.892,05
Ventas	\$ 252.917,25	
Punto de Equilibrio	\$ 81.137,59	
PE sobre Ventas (%)	32%	

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 70

Gráfico 41: Punto de equilibrio año 1



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 72

Análisis: La empresa finca turística “GOMCOMP” E.P. debe comercializar el 32% del servicio a los turistas para mantenerse en el mercado para mantenerse en un estatus equilibrado.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2

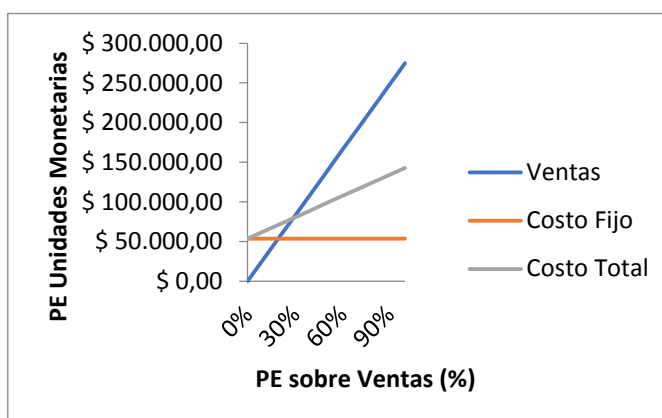
Tabla 73: Punto de equilibrio año 2

AÑO 2		
RUBROS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 82.180,69
Gastos Administrativos	\$ 37.236,04	
Gastos de Ventas		\$ 4.278,62
Gastos Financieros	\$ 16.539,93	
TOTALES	\$ 53.775,97	\$ 86.459,31
Ventas	\$ 260.869,82	
Punto de Equilibrio	\$ 80.443,96	
PE sobre Ventas (%)	31%	

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 70

Gráfico 42: Punto de equilibrio año 2



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 73

Análisis: La empresa finca turística “GOMCOMP” E.P. debe comercializar el 31% del servicio a los turistas para mantenerse en el mercado para mantenerse en un estatus equilibrado.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

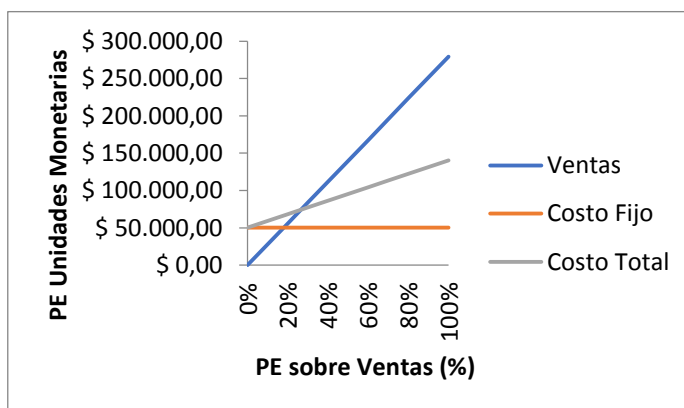
Tabla 74: Punto de equilibrio año 3

AÑO 3		
RUBROS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 83.327,67
Gastos Administrativos	\$ 37.236,04	
Gastos de Ventas		\$ 4.406,98
Gastos Financieros	\$ 13.070,58	
TOTALES	\$ 50.306,62	\$ 87.734,65
Ventas		\$ 273.269,97
Punto de Equilibrio		\$ 74.095,26
PE sobre Ventas (%)		27%

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 70

Gráfico 43: Punto de equilibrio año 3



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 74

Análisis: La empresa finca turística “GOMCOMP” E.P. debe comercializar el 27% del servicio a los turistas para mantenerse en el mercado para mantenerse en un estatus equilibrado.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 4

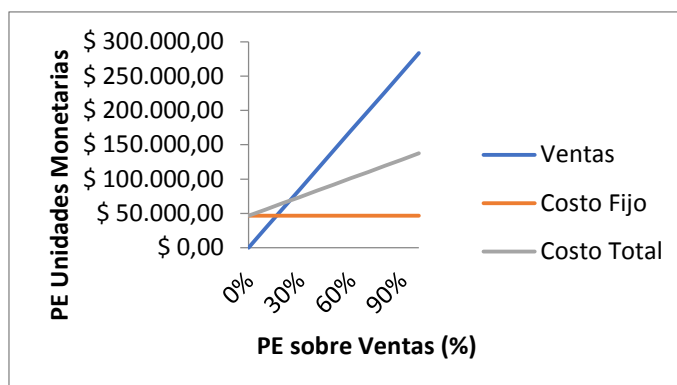
Tabla 75: Punto de equilibrio año 4

AÑO 4		
RUBROS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 83.896,56
Gastos Administrativos	\$ 37.236,04	
Gastos de Ventas		\$ 4.539,19
Gastos Financieros	\$ 9.190,80	
TOTALES	\$ 46.426,83	\$ 88.435,75
Ventas	\$ 290.725,20	
Punto de Equilibrio	\$ 66.723,45	
PE sobre Ventas (%)	23%	

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 70

Gráfico 44: Punto de equilibrio año 4



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 75

Análisis: La empresa finca turística “GOMCOMP” E.P. debe comercializar el 23% del servicio a los turistas para mantenerse en el mercado para mantenerse en un estatus equilibrado.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

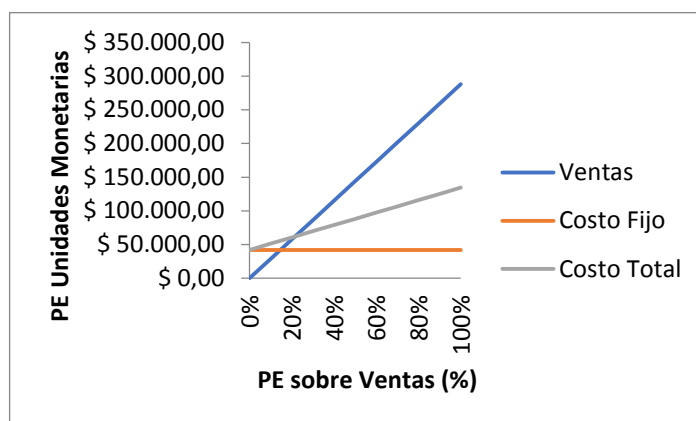
Tabla 76: Punto de equilibrio año 5

AÑO 5		
RUBROS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 85.113,39
Gastos Administrativos	\$ 37.236,04	
Gastos de Ventas		\$ 4.675,36
Gastos Financieros	\$ 4.852,04	
TOTALES	\$ 42.088,07	\$ 89.788,76
Ventas	\$ 314.120,40	
Punto de Equilibrio	\$ 58.933,83	
PE sobre Ventas (%)	19%	

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 70

Gráfico 45: Punto de equilibrio año 5



Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 76

Análisis: La empresa finca turística “GOMCOMP” E.P. debe comercializar el 19% del servicio a los turistas para mantenerse en el mercado para mantenerse en un estatus equilibrado.

4.2.7.5 Valor actual neto

Para el cálculo del Valor actual neto se estableció la siguiente formula:

$$VAN = (-) Inversion Inicial + \frac{FNE \text{ año } 1}{(1+i)^1} \dots \dots \frac{FNE \text{ año } n}{(1+i)^n}$$

Tabla 77: Valor actual neto

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 276.729,83	1,000000	-\$ 276.729,83	-\$ 276.729,83
1	\$ 95.471,32	0,800525	\$ 76.427,19	-\$ 200.302,63
2	\$ 97.523,56	0,640841	\$ 62.497,05	-\$ 137.805,58
3	\$ 108.648,38	0,513009	\$ 55.737,59	-\$ 82.067,99
4	\$ 124.790,01	0,410677	\$ 51.248,33	-\$ 30.819,66
5	\$ 198.488,67	0,328757	\$ 65.254,52	\$ 34.434,86

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 71

Luego de realizar el procedimiento para la obtención del valor actual neto se tomó en consideración un factor de actualización a partir del costo promedio ponderado del capital, generándose un factor de actualización el cual nos arroja como resultado un valor \$ 34.434,86 el mismo que al ser positivo establece que es viable el proyecto, desde el punto de vista económico financiero.

4.2.7.6 Tasa Interna de Retorno

Ecuación 4: Cálculo de la Tasa interna de retorno

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

$$TIR = 30\%$$

La tasa interna de retorno es del 30%, al ser la tasa interna de retorno mayor a la tasa del Costo Promedio Ponderado del Capital, se puede concluir que el proyecto es rentable, desde el punto de vista económico-financiero. Para el cálculo de la tasa interna de retorno se tomó en consideración el método de interpolación.

4.2.7.7 Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 78: Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS	
0	-\$ 276.729,83	1,000000	-\$ 276.729,83	-\$ 276.729,83	
1	\$ 95.471,32	0,800525	\$ 76.427,19	-\$ 200.302,63	
2	\$ 97.523,56	0,640841	\$ 62.497,05	-\$ 137.805,58	
3	\$ 108.648,38	0,513009	\$ 55.737,59	-\$ 82.067,99	
4	\$ 124.790,01	0,410677	\$ 51.248,33	-\$ 30.819,66	Z
5	\$ 198.488,67	0,328757	\$ 65.254,52	\$ 34.434,86	

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 71

Ecuación 5: Cálculo del periodo de recuperación de la inversión

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \wedge \left\{ \left(\frac{\text{Últimi Neg. FNE Act, y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del año Siguiete}} \right) * 12 \right\}$$

$$PRI = 4 \wedge \{ |-30.819,66/65.254,52| * 12 \}$$

$$PRI = 4,6$$

El periodo de recuperación de la inversión es extenso debido a la cantidad de dinero que se ha invierte, sin embargo, se encuentra dentro del periodo de vida del proyecto, la recuperación de la inversión será en 4 años 6 meses.

4.2.7.8 Relación Costo-Beneficio

Tabla 79: Relación costo beneficio del proyecto

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 276.729,83	\$ 0,00	-\$ 276.729,83
1	0,800525	\$ 95.471,32		\$ 76.427,19	\$ 0,00
2	0,640841	\$ 97.523,56		\$ 62.497,05	\$ 0,00
3	0,513009	\$ 108.648,38		\$ 55.737,59	\$ 0,00
4	0,410677	\$ 124.790,01		\$ 51.248,33	\$ 0,00
5	0,328757	\$ 198.488,67		\$ 65.254,52	\$ 0,00
				\$ 311.164,69	

Elaboración: Andrés Gómez

Fuente: Tabla 71

Ecuación 6. Cálculo relación Costo Beneficio

$$RB/C = \frac{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS + INVERSIÓN}$$
$$RB/C = \frac{311.164,69}{0,00 + 276.729,83}$$
$$RB/C = 1.12$$

Dentro de la relación costo-beneficio, podemos analizar que por cada dólar que se invierte en el proyecto, se obtendrá una utilidad de 12 centavos de dólar, la inversión se considera rentable desde el punto de vista económico-financiero.

CONCLUSIONES

- El turismo en el cantón Santa Clara es un rubro de negocio viable, realizado el estudio de mercado se pudo determinar que el cantón posee una demanda insatisfecha anual de 31.301 turistas que lo visitan buscan satisfacer sus necesidades de ocio, y turismo lo cual establece que la creación de la finca agroturística “GOMCOMP” E.P. es viable.
- Realizados los estudios: Administrativo, Técnico, se concluye que la infraestructura y la constitución de la empresa contribuirán al desarrollo del proyecto mismo que beneficiara al desarrollo del sector, a través de generación de empleo para la población del mismo.
- Efectuado el estudio de impacto ambiental se puede concluir que el proyecto es amigable con el medio ambiente, encontrándose en el rango de calificación estandarizado de compatible con el medio ambiente.
- Establecida la viabilidad del proyecto podemos obtener como resultados los siguientes: Valor actual neto de \$ 34.434,86 una Tasa Interna de Retorno de 30%, Periodo de Recuperación de 4 años 6 meses y una relación Costo-Beneficio de 12 centavos por cada dólar invertido.
- El proyecto de creación de la finca agroturística “GOMCOMP” E.P. contribuirá a mejorar la economía del sector, generando fuentes de empleo, de esta manera favorecerá a mejorar al desarrollo socio económico del sector, estableciéndose el cumplimiento de la idea a defender.

RECOMENDACIONES

- Establecida la demanda turística en el sector, se recomienda la ejecución del proyecto, el cual contribuirá a mejorar la calidad de vida de la población a través de la creación de fuentes de empleo.
- Realizada la ejecución del proyecto se recomienda, potenciar el Marketing físico y digital, el cual será el pilar para la atracción de turistas al lugar. Así como establecer estrategias para llegar a más mercados potenciales y a mercados internacionales.
- Establecer capacitaciones al personal en atención al cliente y en el rubro turístico, esto permitirá establecer un servicio de calidad al turista, estableciendo una mejora en los procesos propios de la finca.
- Establecida la factibilidad de la creación de la finca agroturística “GOMCOMP” E.P. se recomienda a los involucrados la puesta en marcha del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Aramburu, N., & Rivera, O. (2010). *Organización de empresas*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Araujo, D. (2012). *Proyectos de Inversión: Análisis, formulación y evaluación práctica*. (Primera ed.). Mexico D.F.: Trillas.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación* (2da. ed.). México D.F.: Pearson.
- Borja Vega, C. (2015). *Costo-efectividad y Costo-Beneficio para la toma de decisiones*. Obtenido de <http://pubdocs.worldbank.org/en/509811441745497901/M-12-Christian-Borja-Vega-Costo-efectividad-y-Costo-Beneficio-para-la-toma-de-decisiones.pdf>
- Burbano , D., & Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento*. Barcelona.: laburo.tv.
- Canales Salinas, R. J. (2015). *Valor Actual Neto*. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:qtqktRBtIkkJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5140002.pdf+&cd=11&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-b-ab>
- Carrasco, G., & Dominguez, J. (2011). *¿Que es la TIR de un proyecto de inversión?* Obtenido de http://www.extoikos.es/pdf/n2/extoikos2_tir.pdf
- Corchero, M. (2006). *La empresa turística: Conceptos, clases y ordenamiento juridico-administrativo*. Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:JQL4Mb7wUSoJ:dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/2388/0212-7237_20_73.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-b-ab
- Cuatrecajas, L. (2012). *Gestión de Proyectos*. Madrid.: Diaz de Santo.
- Del Cid, A. (2011). *INVESTIGACIÓN Fundamentos y Metodología* (2da ed.). Mexico D.F.: PEARSON.
- Editorialox. (2018). *Provincia de Pastaza*. Obtenido de <http://www.editorialox.com/pastaza.htm>
- Flórez, J. (2010). *Proyectos de inversión para las PYME* (Primera ed.). Bogotá: ECOE EDICIONES.

- G.A.D. Municipal de Pastaza. (2013). *Plan vial provincia de Pastaza*. Obtenido de <http://www.pastaza.gob.ec/leytransparencia/cpccs/PLAN%20VIAL%20DE%20LA%20PROVINCIA%20DE%20PASTAZA%202013-2025.pdf>
- G.A.D. Municipal de Santa Clara. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2014-2019*. Santa Clara.: GAD. Santa Clara.
- Galindo, C. (2011). *Formulación y evaluación de Planes de Negocio* (Primera ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Grande, I. (2005). *Marketing de los servicios* (Primera ed.). Pozuelo de Alarcon: ESIC.
- Henao, F. (2010). *Agroindustria*. Obtenido de <http://www.turismoecuador.com/espanol/articulospub/11.htm>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- International, C. (S/N de S/N de 2015). *conservation.org*. Obtenido de [conservation.org: https://outlook.live.com/owa/?mkt=es-es&path=/mail/inbox/rp](https://outlook.live.com/owa/?mkt=es-es&path=/mail/inbox/rp)
- Jijón, P. (2017). *Agroturismo*. Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/441998-agroturismo/>
- Lara, B. (2011). *Como elaborar proyectos de inversión*. (Primera ed.). Quito.: Oseas Espín.
- Lara, E. (2011). *Fundamentos de investigación* (Primera ed.). México D.F.: Alfaomega.
- Malo, G. (2016). *Turismo rural en crecimiento o decadencia en el Ecuador*. Recuperado el 26 de 01 de 2018, de <http://www.revistaelagro.com/turismo-rural-en-crecimiento-o-decadencia-en-ecuador/>
- Mete, M. R. (2014). *VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf
- Ministerio de Turismo. (2017). *Turismo cifras*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/feriados-nacionales/282>
- Miranda., J. (2007.). *GESTION DE PROYECTOS*. (5ta ed.). Bogotá.: Guadalupe.
- Molina, S. (1997). *TURISMO Metodología para su planificación*. . Mexico D.F.: Trillas S.A.
- Moreno, G. (2000). *INTRODUCCION A LA METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION EDUCATIVA* (Primera ed.). México D.F.: CeMpro.

- Munch, L. (2007). *ADMINISTRACIÓN*. México D.F.: PEARSON.
- Nokes, S., & Greenwood, A. (2006). *Guía definitiva de la Gestión de Proyectos*. (Primera ed.). Madrid: Cofas.
- Ocaña, J. (2013). *Gestión de Proyectos con mapas mentales*. (Primera ed.). Alicante (España): Club Universitario.
- Ortega Aguaza, B. (2012). *Análisis Coste-Beneficio*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5583839>
- Ortega, A. (2006). *Proyectos de inversión* (Primera ed.). México D.F.: CECSA.
- Paguay, J. (2011). *Estudio agroturismo en el Ecuador*. Recuperado el 25 de 01 de 2018, de <https://jorgepaguay.wordpress.com/2011/10/14/agroturismo-en-ecuador/>
- Pastaza Travel. (2017). *Aventura, selva y tradiciones*. Obtenido de <https://pastaza.travel/>
- Puga Muñoz, M. (2011). *VAN y TIR*. Obtenido de <http://www.mpuga.com/docencia/Fundamentos%20de%20Finanzas/Van%20y%20Tir%202011.pdf>
- Rivas, J. (2012). *Organización, Gestión, y Creación de Empresas Turísticas* (Primera ed.). Oviedo: SEPTEM.
- Riveros, H., & Blanco, M. (2003). *El Agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustrial rural como mecanismo de desarrollo local*. Lima: PRODAR.
- Sampieri., R. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta. ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Sapag, N. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: Formulación y Evaluación* (2da ed.). Santiago de Chile: Pearson.
- Secretaría de Turismo México. (2005). *Estrategia para el Impulso y Desarrollo del Turismo de Naturaleza en México*. Recuperado el 24 de 01 de 2018, de <https://www.gob.mx/sectur/documentos/estrategia-para-el-impulso-y-desarrollo-del-turismo-de-naturaleza-en-mexico-138341?idiom=es>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2015). *Agenda Zonal: Zona 3*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-3.pdf>
- Smith, R. (2003). *Manual de Ecoturismo*. Sangolquí Ecuador.: Producciones Digitales Abya.
- Soto, N. (2012). *Ecoturismo*. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Ecoturismo.pdf

Varela, R. (2010). *Evaluacion economica de proyectos de inversión*. (Primera ed.). Bogotá.: McGraw-Hill.

Vertice Publicaciones. (2008). *Marketing Turistico* (Primera ed.). Málaga: Vertice.

VisitaPastaza. (2013). *Pastaza*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/visitapastaza/?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>

ANEXOS

ANEXO 1

Anexo 1: Encuesta de estudio de mercado

ENCUESTA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Objetivo: Analizar la factibilidad de la creación de una finca agroturística en el recinto San Jorge, Cantón Santa Clara, Provincia de Pastaza.

Instrucciones:

Lea con atención las preguntas y conteste marcando una señal en los espacios asignados.

Género: M ___ F ___ Lugar de procedencia: _____ Edad: Entre 15 a 20 años.
 Entre 21 a 30 años.
 Entre 31 a 40 años
 Entre 41 a más

1. ¿Reconoce usted al cantón Santa Clara como destino turístico de la provincia de Pastaza?

Sí No

2. ¿Conoce usted el significado el agroturismo?

Sí No

3. ¿Ha visitado usted un lugar destinado al agroturismo?

Sí No

4. Con que frecuencia usted ha visitado el canton Santa Clara?

Mas de dos veces al año. Una vez cada dos años.
Una vez al año.

5. Cuantas personas le acompañan a usted en su visita?

Solo. Dos.
Una. Tres o más.

6. Cual es el motivo del viaje al mencionado canton?

Turismo. Salud
Negocios. Posee propiedades.

7. Estaria usted dispuesto a visitar una finca agroturistica ubicada en el Recinto San Jorge perteneciente al canton Santa Clara que ofrezca y realice las siguientes actividades?

- Restaurante.
- Alojamiento.
- Caminata por senderos (mirador).
- Cosecha de productos de la finca.
- Pesca deportiva.
- Degustacion de productos de la finca.
- Rafting, tubing y kayak.
- Siembra de productos.

Si No

8. Cuanto tiempo estaria usted dispuesto a permanecer en las instalaciones de la finca agroturistica?

Unas horas. Dos dias.
Un dia. Mas de tres dias.

9. Cuanto estaria usted dispuesto a pagar por motivo de alojamiento diario?

Entre 10 y 20 dolares
Entre 25 y 30 dolares
35 dolares o mas.

10. Cuanto estaria usted dispuesto a pagar por motivo de alimentacion diaria por plato?

159

Entre 2.50 y 5 dolares.
Entre 5 y 10 dolares.
10 dolares o mas.

11. Cuanto estaria usted dispuesto a pagar por la realizacion de las actividades turisticas y de recreacion? tales como:

- Caminata por senderos (mirador).
- Cosecha de productos de la finca.
- Siembra de productos de la finca.
- Degustacion de productos de la finca.
- Rafting, tubing y kayak.
- Pesca desportiva.

Entre 10 a 20 dolares
Entre 20 a 30 dolares.
Mas de 30 dolares

12. Porque medio quisiera recibir informacion acerca de la finca agroturistica?

Radio.
Paginas web.
Redes sociales.
Publicidad TV.

Gracias por su colaboración.

ANEXO 2

Anexo 2: Trabajo de campo 1 (Encuesta)



ANEXO 3

Anexo 3: Trabajo de campo 2 (Encuestas)



ANEXO 4

Anexo 4: Trabajo de campo 3 (Encuestas)



ANEXO 5

Anexo 5: Trabajo de campo 4 (Encuestas)



ANEXO 6

Anexo 6: Trabajo de campo 5 (Encuestas)



ANEXO 7

Anexo 7: Definición de empresa pública

TITULO II DE LA DEFINICION Y CONSTITUCION DE LAS EMPRESAS PUBLICAS

Art. 4.- DEFINICIONES.- Las empresas públicas son entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la República, personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión. Estarán destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y en general al desarrollo de actividades económicas que corresponden al Estado.

Fuente: Ley Orgánica de Empresas Públicas.

ANEXO 8

Anexo 8: Constitución de empresa pública Ley Orgánica de Empresas Publicas

Art. 5.- CONSTITUCION Y JURISDICCION.- La creación de empresas públicas se hará:

1. Mediante decreto ejecutivo para las empresas constituidas por la Función Ejecutiva;
2. Por acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados; y,
3. Mediante escritura pública para las empresas que se constituyan entre la Función Ejecutiva y los gobiernos autónomos descentralizados, para lo cual se requerirá del decreto ejecutivo y de la decisión de la máxima autoridad del organismo autónomo descentralizado, en su caso.

Las universidades públicas podrán constituir empresas públicas o mixtas que se someterán al régimen establecido en esta Ley para las empresas creadas por los gobiernos autónomos descentralizados o al régimen societario, respectivamente. En la resolución de creación adoptada por el máximo organismo universitario competente se determinarán los aspectos relacionados con su administración y funcionamiento.

Se podrá constituir empresas públicas de coordinación, para articular y planificar las acciones de un grupo de empresas públicas creadas por un mismo nivel de gobierno, con el fin de lograr mayores niveles de eficiencia en la gestión técnica, administrativa y financiera.

Las empresas públicas pueden ejercer sus actividades en el ámbito local, provincial, regional, nacional o internacional.

La denominación de las empresas deberá contener la indicación de "EMPRESA PUBLICA" o la sigla "EP", acompañada de una expresión peculiar.



El domicilio principal de la empresa estará en el lugar que se determine en su acto de creación y podrá establecerse agencias o unidades de negocio, dentro o fuera del país.

En el decreto ejecutivo, acto normativo de creación, escritura pública o resolución del máximo organismo universitario competente, se detallarán los bienes muebles o inmuebles que constituyen el patrimonio inicial de la empresa (sic), y en un anexo se listarán los muebles o inmuebles que forman parte de ese patrimonio.

Fuente: Ley Orgánica de Empresas Publicas.

ANEXO 9

Anexo 9: Registro único de contribuyentes GAD municipal Santa Clara

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**

NUMERO RUC: 1660000680001
RAZON SOCIAL: GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE SANTA CLARA
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: ESPECIAL
REPRESENTANTE LEGAL: SANMARTIN TORRES FREDDY ALBERTO
CONTADOR: YUMBO VARGAS RITA ESELENDY

FEC. INICIO ACTIVIDADES:	02/01/1992	FEC. CONSTITUCION:	02/01/1992
FEC. INSCRIPCION:	20/07/1994	FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	08/01/2016

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
ACTIVIDADES REALIZADAS POR MUNICIPIOS.


DOMICILIO TRIBUTARIO:
Provincia: PASTAZA Cantón: SANTA CLARA Parroquia: SANTA CLARA Barrio: NUEVO AMANECER Calle: LLANGANATES
Número: S/N Intersección: REDENTORISTAS Referencia ubicación: A UNA CUADRA DEL COLEGIO A DISTANCIA JUAN MONTALVO Telefono Trabajo: 032783006 Email: mallopez@hotmail.com Telefono Trabajo: 032783062 Fax: 032783063
Telefono Trabajo: 032783007 Web: WWW.SANTA CLARA.GOB.EC


DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA
- * IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 004	ABIERTOS:	3
JURISDICCION:	\ ZONA 3\ PASTAZA	CERRADOS:	1


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se derivan (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: NIAZ010211 Lugar de emisión: PUYOCESLAO MARIN Y 9 DE Fecha y hora: 08/01/2016 10:01:10

Página 1 de 3

Fuente: G.A.D. Municipal de Santa Clara.

ANEXO 10

Anexo 10: Principios empresa publicas

Art. 3.- PRINCIPIOS.- Las empresas públicas se rigen por los siguientes principios:

1. Contribuir en forma sostenida al desarrollo humano y buen vivir de la población ecuatoriana;
2. Promover el desarrollo sustentable, integral, descentralizado y desconcentrado del Estado, y de las actividades económicas asumidas por éste.
3. Actuar con eficiencia, racionalidad, rentabilidad y control social en la exploración, explotación e industrialización de los recursos naturales renovables y no renovables y en la comercialización de sus productos derivados, preservando el ambiente;
4. Propiciar la obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, universalidad, accesibilidad, regularidad, calidad, continuidad, seguridad, precios equitativos y responsabilidad en la prestación de los servicios públicos;
5. Precautelar que los costos socio-ambientales se integren a los costos de producción; y,
6. Preservar y controlar la propiedad estatal y la actividad empresarial pública.

Fuente: Ley Orgánica de Empresas Publicas.

ANEXOS 11

Anexo 11: Costo de producción desayuno

DESAYUNO						
DETALLE	CANTIDAD	CANTIDAD POR UNIDAD	COSTO TOTAL	COSTO UNIT.	CANTIDAD POR DESAYUNO	COSTO DESAYUNO
HUEVOS	1 Cubeta	30 Huevos	\$ 3,00	\$ 0,10	2 Unidades	\$ 0,20
PAN	2 Decenas	20 Panes	\$ 3,00	\$ 0,15	1 Unidad	\$ 0,15
CAFÉ	1 Tarro	170 Gramos	\$ 3,50	\$ 0,02	10 Gramos	\$ 0,20
LECHE	6 Litros	1000 mililitros	\$ 3,00	\$ 0,00050	250 Mililitros	\$ 0,13
AZÚCAR	1 Funda	1000 Gramos	\$ 1,50	\$ 0,00150	30 Gramos	\$ 0,05
FRUTAS	10 libras de fruta	15000 Mililitros	\$ 5,00	\$ 0,00033	300 Mililitros	\$ 0,10
QUESO	1 Queso	200 Gramos	\$ 1,00	\$ 0,005	20 Gramos	\$ 0,10
MERMELADA	1 Pomo	500 Gramos	\$ 3,00	\$ 0,006	30 Gramos	\$ 0,18
					COSTO DESAYUNO	\$ 1,10
					MARGEN DE GANANCIA	\$ 1,90
					PRECIO DESAYUNO	\$ 3,00

Fuente: Restaurant “Valle del Anzu”-San Jorge.

ANEXO 12

Anexo 12: Costo de producción almuerzo

ALMUERZO						
DETALLE	CANTIDAD	CANTIDAD POR UNIDAD	COSTO TOTAL	COSTO UNIT.	CANTIDAD POR CADA ALMUERZO	COSTO DEL ALMUERZO
ARROZ	4 libras	4000 Gramos	\$ 2,40	\$ 0,0006	250 gramos	\$ 0,15
POLLO	8 libras	8000 Gramos	\$ 12,00	\$ 0,002	500 Gramos	\$ 0,80
CARNE	4 libras	4000 Gramos	\$ 8,00	\$ 0,0020	100 Gramos	\$ 0,20
LECHUGA	1 lechuga	250 Gramos	\$ 0,40	\$ 0,0016	20 Gramos	\$ 0,03
CEBOLLA	3 libras	3000 Gramos	\$ 1,50	\$ 0,0005	20 Gramos	\$ 0,01
PIMIENTO	3 libras	3000 Gramos	\$ 1,50	\$ 0,0005	20 Gramos	\$ 0,01
ZANAHORIA	3 libras	3000 Gramos	\$ 1,50	\$ 0,0005	20 Gramos	\$ 0,01
TOMATE	3 libras	3000 Gramos	\$ 1,50	\$ 0,0005	20 Gramos	\$ 0,01
PAPAS	8 libras	8000 Gramos	\$ 1,60	\$ 0,0002	30 Gramos	\$ 0,006
GELATINA	1 sobre	50 Gramos	\$ 0,50	\$ 0,0100	3 Gramos	\$ 0,03
ACEITE	1 sobre	500 Mililitros	\$ 1,50	\$ 0,0030	2 Mililitros	\$ 0,006
LENTAJA	1 libra	1000 Gramos	\$ 2,00	\$ 0,0020	20 Gramos	\$ 0,04
AJO	1 libra	1000 Gramos	\$ 1,00	\$ 0,0010	5 Gramos	\$ 0,005
FRUTAS	10 libras	15000 mililitros de jugo	\$ 5,00	\$ 0,0003	300 Mililitros	\$ 0,10
AZÚCAR	1 funda	1000 Gramos	\$ 1,50	\$ 0,0015	30 Gramos	\$ 0,05
					COSTO ALMUERZO	\$ 1,45
					MARGEN DE GANANCIA	\$ 1,55
					PRECIO TOTAL	\$ 3,00

Fuente: Restaurant Valle del Anzu – San Jorge.

ANEXO 13

Anexo 13: Costo de producción merienda

MERIENDA						
DETALLE	CANTIDAD	CANTIDAD POR UNIDAD	COSTO TOTAL	COSTO UNIT.	CANTIDAD POR CADA MERIENDA	COSTO DE LA MERIENDA
ARROZ	4 libras	4000 Gramos	\$ 2,40	0,0006	250 Gramos	\$ 0,150
POLLO	8 libras	8000 Gramos	\$ 12,00	0,002	400 Gramos	\$ 0,80
LECHUGA	1 lechuga	250 Gramos	\$ 0,40	0,0016	10 Gramos	\$ 0,016
CEBOLLA	3 libras	3000 Gramos	\$ 1,50	0,0005	10 Gramos	\$ 0,005
PIMIENTO	3 libras	3000 Gramos	\$ 1,50	0,0005	10 Gramos	\$ 0,005
ZANAHORIA	3 libras	3000 Gramos	\$ 1,50	0,0005	10 Gramos	\$ 0,005
TOMATE	3 libras	3000 Gramos	\$ 1,50	0,0005	10 Gramos	\$ 0,005
PAPAS	8 libras	8000 Gramos	\$ 1,60	0,0002	30 Gramos	\$ 0,006
ACEITE	1 sobre	500 Mililitros	\$ 1,50	0,003	2 Gramos	\$ 0,006
AJO	1 libra	1000 Gramos	\$ 1,00	0,001	5 Gramos	\$ 0,005
PAN	2 Decenas	2 decenas	\$ 3,00	0,15	1 unidad	\$ 0,150
CAFÉ	1 Tarro	170 Gramos	\$ 3,50	0,02	20 Gramos	\$ 0,40
AZÚCAR	1 funda	1000 Gramos	\$ 1,50	0,0015	30 Gramos	\$ 0,045
					COSTO MERIENDA	\$ 1,60
					MARGEN DE GANACIA	\$ 1,40
					PRECIO MERIENDA	\$ 3,00

Fuente: Restaurant Valle del Anzu – San Jorge.

ANEXO 14

Anexo 14: Costo por metro cuadrado de construcción

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Área de Alojamiento	Metros cuadrados	365	\$ 70	\$ 25.550
Área Administrativa	Metros cuadrados	55	\$ 85	\$ 4.675
Área de Alimentación	Metros cuadrados	113	\$ 85	\$ 9.605
Área de Entretenimiento.	Metros cuadrados	6725	\$ 2	\$ 13.450
TOTAL				\$ 53.280,00

Fuente: Cámara de la construcción Puyo.

ANEXO 15

Anexo 15: Costo terreno

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	Hectáreas	13	5.000	65.000,00
TOTAL				65.000,00

Fuente: Cotización GAD municipal Santa Clara.

ANEXO 16

Anexo 16: Maquinaria y equipo área administrativa (Dólares)

CANTIDAD.	DETALLE.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
2	Ventiladores con pedestal.	60,00	120,00
2	TV plasmas 32"	300,00	600,00
1	Generador eléctrico mediano.	680,00	680,00
IMPREVISTOS 5%			70,00
TOTAL			1470,00

Fuente. Electrodomésticos Artefacta.

ANEXO 17

Anexo 17: Maquinaria y equipo área de alimentación (Dólares)

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Cocina Industrial 4 Quemadores	180,00	180,00
1	Cocina con horno de 4 quemadores	480,00	480,00
1	Refrigeradora 18 pies	890,00	890,00
2	Congeladores	780,00	1560,00
1	Microondas	80,00	80,00
2	Licadoras	68,00	136,00
1	Batidora	22,00	22,00
1	Asadero	460,00	460,00
1	Extractor de jugos	90,00	90,00
1	Máquina registradora.	1600,00	1600,00
IMPREVISTOS 5%			274,90
TOTAL			5772,90

Fuente: Electrodomésticos Artefacta.

ANEXO 18

Anexo 18: Maquinaria y equipo área de alojamiento (Dólares)

CANTIDAD.	DETALLE.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
9	Ventiladores con pedestal	60,00	360,00
IMPREVISTOS 5%			18,00
TOTAL			378,00

Fuente: Electrodomésticos Artefacta.

ANEXO 19

Anexo 19: Maquinaria y equipo área de entretenimiento (Dólares)

CANTIDAD.	DETALLE.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
1	Motoguadaña	250,00	250,00
1	Fumigadora	200,00	200,00
IMPREVISTOS 5%			22,50
TOTAL			472,50

Fuente: Ferretería Aldaz Puyo.

ANEXO 20

Anexo 20: Muebles y enseres área administrativa (Dólares)

CANTIDAD.	DETALLE.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
9	Sillas de madera tapizadas	30,00	270,00
3	Silla amueblada de madera.	45,00	135,00
3	Escritorio	580,00	1740,00
4	Vitrina panorámica	150,00	600,00
1	Mesa de madera cuadrada	200,00	200,00
1	Estantería.	250,00	250,00
1	Mueble esquinero sillón	140,00	140,00
1	Sillón	400,00	400,00
3	Archivadores metálicos de 4 servicios.	200,00	600,00
IMPREVISTOS 5%			216,75
TOTAL			4551,75

Fuente: Mega Muebles-Puyo.

ANEXO 21

Anexo 21: Muebles y enseres área de alimentación (Dólares)

CANTIDAD.	DETALLE.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
9	Mesas cuadradas de madera.	200,00	1800,00
4	Mesas rectangulares de madera	250,00	1000,00
46	Sillas plásticas.	11,00	506,00
2	Vitrinas	150,00	300,00
2	Closets de cocina.	120,00	240,00
2	Estanterías	250,00	500,00
IMPREVISTOS 5%			217,30
TOTAL			4563,30

Fuente: Mega Muebles – Puyo.

ANEXO 22

Anexo 22: Muebles y enseres área alojamiento (Dólares)

CANTIDAD.	DETALLE.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
8	Sofás	200,00	1600,00
6	Camas de una plaza.	150,00	900,00
2	Camas de dos plazas	250,00	500,00
6	Literas plaza y media	300,00	1800,00
16	Mesas de noche	60,00	960,00
8	Cómodas	150,00	120,00
IMPREVISTOS 5%			294,00
TOTAL			5880,00

Fuente: Mega Muebles – Puyo.

ANEXO 23

Anexo 23: Muebles y enseres área de entretenimiento (Dólares)

CANTIDAD.	DETALLE.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
1	Mesa cuadrada	200,00	200,00
1	Estantería	90,00	90,00
IMPREVISTOS 5%			14,50
TOTAL			304,50

Fuente: Mega Muebles – Puyo.

ANEXO 24

Anexo 24: Equipo de cómputo (Dólares)

CANTIDAD.	DETALLE.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
2	Computadoras de escritorio	650,00	1300,00
2	Impresoras	220,00	440,00
2	Reguladores de voltaje	25,00	50,00
IMPREVISTOS 5%			87,50
TOTAL			1837,50

Fuente: Electrodomésticos Artefacta.

ANEXO 25

Anexo 25: Otros activos suministros área administrativa (Dólares)

CANTIDAD.	DETALLE.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
3	Folders	2,75	8,25
2	Cajas de lápices	1,80	3,60
5	Resmas de Papel	3,25	16,25
6	Carpetas de cartón.	0,25	1,50
6	Esferográficos.	0,30	1,80
1	Pizarrón Tiza líquida mediano.	20,00	20,00
3	Cuadernos Universitarios	1,00	3,00
1	Cuaderno contable	2,10	2,10
1	Caja de marcadores tiza líquida.	0,50	0,50
1	Borrador marcador tiza líquida.	0,60	0,60
3	Papeleras de dos servicios.	13,00	39,00
3	Grapadoras	2,00	6,00
3	Perforadoras	1,50	4,50
3	Saca grapas	0,30	0,90
3	Cajas de grapas	1,00	3,00
2	Teléfono	21,00	42,00
3	Extintores	12,00	36,00
3	Botiquines de primeros auxilios	20,00	60,00
IMPREVISTOS 5%			12,46
TOTAL			249,25

Fuente: Librería Casa Blanca – Santa Clara.

ANEXO 26

Anexo 26: Otros activos suministros área alimentación (Dólares)

CANTIDAD.	DETALLE.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
2	Juego de cuchillos	18,00	36,00
4	Docenas de vasos	10,00	40,00
15	Juegos de vajillas	15,00	225,00
2	Ollas industriales tamaño 40	40,00	80,00
2	Ollas industriales tamaño 38	35,00	70,00
2	Ollas industriales tamaño 30	30,00	60,00
1	Olla a presión 10 litros	55,00	55,00
1	Olla arrocera	45,00	45,00
1	Olla tamalera	20,00	20,00
4	Juegos de ollas mediana.	50,00	200,00
1	Juego de coladores	10,00	10,00
1	Juego de tablas de picar	8,00	8,00

2	Sartenes grandes	12,40	24,80
2	Sartenes pequeños	7,00	14,00
1	Juego de cucharones	10,00	10,00
1	Platillero	25,50	25,50
12	Bandejas plásticas	2,40	28,80
12	Tazones de vidrio	12,49	149,88
12	Tazones de plástico	1,00	12,00
4	Docenas de cucharas	18,15	72,60
4	Docenas de cuchillos de mesa	17,99	71,96
4	Docenas de cubiertos	16,99	67,69
16	Manteles de tela cuadrados	4,00	64,00
4	Manteles rectangulares	8,00	32,00
8	Uniformes para personal.	25,00	200,00
10	Saleros	2,35	23,50
10	Dispensador de azúcar.	2,50	25,00
10	Canastillas para cubiertos	5,00	50,00
IMPREVISTOS 5%			86,04
TOTAL			1720,73

Fuente: Electrodoméstico Artefacta.

ANEXO 27

Anexo 27: Otros activos suministros área de alojamiento (Dólares)

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
8	Cortinas	25,00	200,00
20	Colchones de una plaza	80,00	960,00
2	Colchones de dos plazas.	96,00	192,00
22	Almohadas	3,00	42,00
22	Juegos de sábanas	38,00	532,00
22	Cobijas.	8,00	112,00
22	Edredones	50,00	700,00
10	Suministros de aseo.	5,00	50,00
IMPREVISTOS 5%			139,40
TOTAL			2927,40

Fuente: Electrodomésticos Artefacta.

ANEXO 28

Anexo 28: Otros activos suministros área de entretenimiento (Dólares)

CANTIDAD.	DETALLE.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
5	Rótulos	20,00	100,00
2	Rastrillos	4,00	8,00
2	Palas comunes	11,00	22,00
1	Pala de jardinería	10,00	10,00
1	Machete	15,00	15,00
8	Chalecos salvavidas	28,00	224,00
8	Cascos	19,00	152,00
1	Bote para rafting	8000,00	8000,00
2	Bote para kayak	1800,00	3600,00
6	Remos de rafting	29.99,00	179,94
2	Remos de kayak	11.99,00	23,98
4	Cañas de pescar.	35,00	140,00
1	Boya salvavidas	8,00	8,00
4	Tablas salvavidas	8,50	34,00
IMPREVISTOS 5%			625,85
TOTAL			13142,77

Fuente: Estudio de campo electrodomésticos Artefacta.

ANEXO 29

Anexo 29. Costo de producción (Materia prima anual y mensual en dólares)

DE TA LL E	N° Perso nas a atend er	CANTID AD DIARIA DE COMIDA S	DE SA YU NO S	AL MU ER ZO S	ME RI EN DA S	CANTI DAD DE DESAY UNOS	CANTI DAD DE ALMUE RZOS	CANTI DAD DE MERIE NDAS	TOT AL DESA YUN OS	TOTA L ALM UERZ OS	TOT AL MERI END AS	COSTOS TOTALES ALIMENT ACIÓN	COST OS MENS UALES
Pers ona s 1 día	2397	3	1	1	1	2397	2397	2397	\$ 2.634,2 2	\$ 3.482,7 4	\$ 3.830,2 9	\$ 32.399,11	\$ 2.699,9 3
Pers ona s 2 días	1901	6	2	2	2	3802	3802	3802	\$ 4.178,4 2	\$ 5.524,3 4	\$ 6.075,6 3		
Pers ona s 3 días	83	9	3	3	3	248	248	248	\$ 272,51	\$ 360,28	\$ 396,24		
Por Hor as	3885	1	0	1	0	0	3885	0	\$ 0	\$ 5.644,4 4	\$ 0		
TO TA L	8265					6447	10332	6447	\$ 7.085,1 5	\$ 15.011, 80	\$ 10.302, 16		

Fuente: Anexo 13, 14 y 15.

ANEXO 30

Anexo 30: Costo mano de obra de producción del servicio (Dólares)

DETALLE	SALARIO	TOTAL SALARIO ANUAL	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL AÑO 1	PROMEDIO MENSUAL
Cocinero (a)	400,00	\$ 4.800,00	\$ 583,20	\$ 400,00	\$ 386,00	\$ 6.169,20	\$ 556,92
Aux. de Cocinera.	386,00	\$ 4.632,00	\$ 562,79	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 5.966,79	\$ 538,65
Mesero.	386,00	\$ 4.632,00	\$ 562,79	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 5.966,79	\$ 538,65
Guía Turístico 1	386,00	\$ 4.632,00	\$ 562,79	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 5.966,79	\$ 538,65
Guía Turístico 2.	386,00	\$ 4.632,00	\$ 562,79	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 5.966,79	\$ 538,65
Consejero	386,00	\$ 4.632,00	\$ 562,79	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 5.966,79	\$ 538,65
TOTAL						\$ 36.003,14	

ANEXO 31

Anexo 31: Costos indirectos de fabricación del servicio (Dólares)

DETALLE	Costo Mes	Costo Año 1	Costo mes	Costo Año 2	Costo mes	Costo Año 3	Costo Mes	Costo Año 4	Costo mes	Costo Año 5
Luz	100,00	1.200,00	103,00	1236,00	106,09	1273,08	109,27	1311,27	112,55	1350,61
Paquete (Teléfono, Internet y DIRECTV)	60,00	720,00	61,80	741,60	63,65	763,85	65,56	786,76	67,53	810,37
Mantenimiento	200,00	2.400,00	206,00	2472,00	212,18	2546,16	218,55	2622,54	225,10	2701,22
Permisos	8,33	100,00	8,58	103,00	8,84	106,09	9,11	109,27	9,38	112,55
Seguros	25,00	300,00	25,75	309,00	26,52	318,27	27,32	327,82	28,14	337,65
Total costos indirectos del servicio	393,33	4.720,00	405,13	4861,6	417,29	5007,45	429,81	5157,67	442,70	5312,40

Fuente: Investigación de campo cabañas Piatua.

ANEXO 32

Anexo 32: Gastos administrativos (Dólares)

CARGO	SALARIO BÁSICO	TOTAL ANUAL BÁSICO	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL 1	PROMEDIO MENSUAL
Gerente General	\$ 1.212,00	\$ 14.544,00	\$ 1.767,10	\$ 1.212,00	\$ 386,00	\$ 17.909,10	\$ 1.616,74
Secretaria.	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 729,00	\$ 500,00	\$ 386,00	\$ 7.615,00	\$ 687,44
Contadora	\$ 622,00	\$ 7.464,00	\$ 906,88	\$ 622,00	\$ 386,00	\$ 9.378,88	\$ 846,68
TOTAL						\$34.902,97	

Fuente: Investigación de campo GAD municipal Santa Clara.

ANEXO 33

Anexo 33: Costos de ventas (Dólares)

DETALLE	COSTO /MES	COSTO /AÑO
Tarjetas de presentación	1,67	20
Hojas volantes	14,50	174
Publicidad en Facebook	30,00	360
Publicidad en radio	300,00	3600
TOTAL, GASTOS GENERALES DE VENTAS	\$ 346,17	\$ 4154,00

Fuente: Investigación de campo

ANEXO 34

Anexo 34: Tasa interés créditos BanEcuador

CIRCULAR DE TASAS DE INTERÉS GF-006-2018 Para el período de: JUNIO 2018			TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTES PARA JUNIO 2018					
TIPO DE CRÉDITO	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA	TASAS REFERENCIALES PARA EL SEGMENTO		% ANUAL	TASAS MAXIMAS PARA EL SEGMENTO		% ANUAL
	BANECUADOR S.F.	BANECUADOR S.F.	TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL	TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL	TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL	TASA ACTIVA EFECTIVA MAXIMA	TASA ACTIVA EFECTIVA MAXIMA	TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL
CRÉDITOS PRODUCTIVOS								
Crédito Productivo Empresarial	9,76%	10,21%	Productivo Corporativo	7,31	9,33	Productivo Corporativo	9,82	10,21
Crédito Productivo Pymes	9,76%	10,21%	Productivo PYMES	10,19	11,83	Productivo PYMES	7,93	11,83
CRÉDITOS COMERCIALES			Comercial Ordinario	7,93	9,33	Comercial Ordinario	9,64	10,21
Comercial Prioritario Empresarial	9,76%	10,21%	Comercial Prioritario Corporativo	7,33	11,83	Comercial Prioritario Corporativo	10,43	13,30
Comercial Prioritario Pymes	9,76%	10,21%	Comercial Prioritario Empresarial	9,64	17,30	Comercial Prioritario PYMES	16,59	17,30
CRÉDITOS DE CONSUMO			Comercial Prioritario PYMES	10,43	19,50	Consumo Ordinario	9,48	11,33
Consumo Prioritario	15,20%	16,30%	Consumo Ordinario	16,59	4,99	Consumo Prioritario	10,38	11,33
Consumo Ordinario	15,20%	16,30%	Consumo Prioritario	16,65	28,50	Educativo	8,00	23,50
MICROCREDITOS			Educativo	9,48	4,99	Microcrédito Minorista	26,91	28,50
Microcrédito Minorista	5,00%	5,12%	Inmobiliario	10,38	25,50	Microcrédito de Acumulación Simple	23,78	25,50
Crédito de Desarrollo Humano CDH	15,00%	16,08%	Vivienda de Interés Público	4,88	23,50	Microcrédito de Acumulación Ampliada	20,10	23,50
Microcrédito Comercio y Servicios	11,00%	11,57%	Microcrédito Minorista	26,91	9,33	Inversión Pública	8,00	9,33
Microcrédito de Producción	11,00%	11,57%	Microcrédito de Acumulación Simple	23,78				
Microcrédito Comercio y Servicios	15,00%	16,08%	Microcrédito de Acumulación Ampliada	20,10				
Microcrédito de Producción	11,00%	11,57%	Inversión Pública	8,00				
Créditos Setedis	9,62%	10,06%						
Microcrédito Sector Turismo	9,76%	10,21%						
Microcrédito de Acumulación Ampliada	15,00%	16,08%						
Microcrédito Comercio y Servicios	11,00%	11,57%						
Microcrédito de Producción	9,62%	10,06%						
Créditos Setedis	9,76%	10,21%						
Microcrédito Sector Turismo	9,76%	10,21%						

OTRAS TASAS REFERENCIALES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR	
Tasa Pasiva Referencial	5,11
Tasa Activa Referencial	7,33
Tasa Legal	7,33
Tasa Máxima Convencional	9,33

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - Tasa de interés efectiva 2018

TASAS PASIVAS PARA PERSONAS NATURALES Y EMPRESAS PRIVADAS										
Categoría: Personas físicas										
MONTO	31-60	61-90	91-120	121-150	151-180	181-360	Más de 360	DE	HASTA	TASA
500,00	2,000,00	3,50%	4,40%	4,80%	5,10%	5,25%	5,50%	5,00%	5,75%	
2,000,00	10,000,00	3,65%	4,50%	5,00%	5,25%	5,40%	5,70%	6,00%		
10,000,00	20,000,00	3,85%	4,70%	5,20%	5,50%	5,65%	6,10%	5,00%	5,00%	0,75%
20,000,00	40,000,00	4,05%	4,85%	5,40%	5,70%	5,85%	6,25%	10,00%	50,000,00	0,30%
40,000,00	100,000,00	4,25%	4,95%	5,60%	5,85%	6,00%	6,50%	50,000,00	En adelante	0,75%
100,000,00	En adelante	4,25%	5,00%	5,80%	6,00%	6,15%	6,50%			

Categoría: Personas jurídicas									
MONTO	DE	HASTA	TASA	DE	HASTA	TASA			
500,00	5,000,00	0,00%		500,00	5,000,00	0,75%			
5,000,00	10,000,00	0,20%		10,000,00	50,000,00	1,25%			
10,000,00	50,000,00	0,30%		50,000,00	En adelante	1,50%			
50,000,00	En adelante	0,75%		5,000,00	En adelante	2,00%			

Fuente: BanEcuador.

ANEXO 35

Anexo 35: Depreciaciones de activos (Dólares)

DEPRECIACIONES								
Activo	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Depreciación Anual					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
Edificios y obras de ingeniería civil	53.280,00	20	\$ 2.664,00	\$ 2.664,00	\$ 2.664,00	\$ 2.664,00	\$ 2.664,00	\$ 39.960,00
Maquinaria y equipos	8.093,40	10	\$ 809,34	\$ 809,34	\$ 809,34	\$ 809,34	\$ 809,34	\$ 4.046,70
subtotal			\$ 3.473,34	\$ 3.473,34	\$ 3.473,34	\$ 3.473,34	\$ 3.473,34	\$ 44.006,70
Muebles y enseres	15.299,55	10	\$ 1.529,96	\$ 1.529,96	\$ 1.529,96	\$ 1.529,96	\$ 1.529,96	\$ 7.649,78
Equipo de computo	1.837,50	3	\$ 612,50	\$ 612,50	\$ 612,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
subtotal			\$ 2.142,46	\$ 2.142,46	\$ 2.142,46	\$ 1.529,96	\$ 1.529,96	\$ 7.649,78
TOTAL			\$ 5.615,80	\$ 5.615,80	\$ 5.615,80	\$ 5.003,30	\$ 5.003,30	\$ 51.656,48

Fuente: Investigación de campo.