



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CAMPAMENTO TURÍSTICO, EN LA COMUNIDAD MÚNDUG,
CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto Técnico

Presentar para optar al grado académico de:

INGENIERO EN ECOTURISMO

AUTOR: BRYAN ISAIAS BARRERA CHANGO

DIRECTOR: Ing. CARLOS RENATO CHÁVEZ VELÁZQUEZ, MSc.

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Bryan Isaías Barrera Chango

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, BRYAN ISAÍAS BARRERA CHANGO, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 30 de marzo de 2022.



Bryan Isaias Barrera Chango

C.I.: 1804535241

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto Técnico, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPAMENTO TURÍSTICO, EN LA COMUNIDAD MÚNDUG, CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**, realizado por la señor: **BRYAN ISAÍAS BARRERA CHANGO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Claudia Patricia Maldonado Erazo, MSc. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-03-30
Ing. Carlos Renato Chávez Velázquez, MSc. DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2022-03-30
Ing. Catalina Margarita Verdugo Bernal, MSc. MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2022-03-30

DEDICATORIA

El presente trabajo, quiero dedicarles a mis padres, quienes, con su consejo y deseos, siempre lograron hacerme sentir el calor de hogar y volver donde ellos, ante toda adversidad presentada. Se merecen el mundo entero.

Bryan

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que conocí en el tiempo de la universidad, sé que todos aportan para que el mérito nunca sea solo mío.

En especial a mi director de tesis, Ing. Carlos Renato Chávez, por su paciencia y gran apertura al compartir sus conocimientos, a mi asesora, Ing. Catalina Verdugo, quien fue el complemento exacto para poder culminar este trabajo con calidad. Siempre dos grandes personas que no solo me compartieron conocimiento, si no su ejemplo de una vida llena de valores.

Y por último agradezco a mis hermanos, al grande y al pequeño, hacen mi vida increíble, solo, gracias por existir.

Bryan

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. DIAGNOSTICO DELPROBLEMA.....	3
1.1. Problema.....	3

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	4
2.1. Ecoturismo.....	4
2.2. Camping.....	4
2.3. Material de camping.....	4
2.3.1. <i>Botiquín</i>	5
2.3.2. <i>Limpieza</i>	5
2.3.3. <i>Utensilios para acampar</i>	6
2.3.4. <i>Materiales de aseo</i>	6
2.3.5. <i>Prendas de vestir</i>	7
2.3.6. <i>Carpas</i>	7
2.3.7. <i>Campamento turístico</i>	8
2.4. Estudio de factibilidad.....	8
2.5. Estudio de mercado.....	9
2.5.1. <i>Segmentación del mercado</i>	9
2.5.2. <i>Análisis de la demanda</i>	10
2.5.3. <i>Análisis de la oferta</i>	10
2.6. Estudio técnico.....	11
2.6.1. <i>Localización del proyecto</i>	11
2.6.2. <i>Determinación del tamaño óptimo de la planta</i>	11

2.6.3.	<i>Estrategias de publicidad</i>	12
2.7.	Estudio legal administrativo	12
2.7.1.	<i>Estudio Legal</i>	12
2.8.	Estudio Administrativo	13
2.9.	Estudio económico y financiero	13
2.9.1.	<i>Determinación de Costos</i>	14
2.9.2.	<i>Inversión Total Inicial</i>	14
2.9.3.	<i>Depreciación y Amortización</i>	14
2.9.4.	<i>Capital de Trabajo</i>	14
2.9.5.	<i>Punto de Equilibrio</i>	14
2.9.6.	<i>Estado de Resultados</i>	14
2.9.7.	<i>Financiamiento</i>	15
2.9.8.	<i>Balance General</i>	15
2.10.	Marco legal	15
2.10.1.	<i>Del Ministerio de Turismo e Instrumentos Normativos Generales</i>	15
2.10.2.	<i>Requisitos para el funcionamiento del Campamento Turístico</i>	17
2.10.2.1.	<i>Permiso de Funcionamiento de Establecimientos de Servicios de Turismo por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria</i>	17
2.10.2.2.	<i>Requisitos para obtener la Patente Municipal</i>	18
2.10.2.3.	<i>Requisitos para obtención del R.U.C. (Registro Único de Contribuyentes) del Sistema Nacional de Rentas Internas</i>	18
2.10.2.4.	<i>Registro del establecimiento de alojamiento en el Sistema SIETE</i>	18

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	19
3.1.	Determinar la viabilidad comercial	19
3.1.1.	<i>Estudio de mercado</i>	19
3.1.1.1.	<i>Análisis de la demanda</i>	19
3.1.1.2.	<i>Demanda Actual:</i>	19
3.1.1.3.	<i>Demanda futura:</i>	19
3.1.1.4.	<i>Análisis de la oferta</i>	20
3.1.1.5.	<i>Competencia actual</i>	20
3.1.1.6.	<i>Competencia Futura</i>	20
3.1.2.	Confrontación demanda – oferta	21
3.1.2.1.	<i>Demanda insatisfecha para clientes</i>	21
3.1.3.	<i>Demandan insatisfecha para servicios</i>	21

3.1.4.	<i>Presupuesto para el área comercial</i>	21
3.1.5.	<i>Determinar la viabilidad técnica</i>	21
3.1.6.	<i>Planificación y diseño de la infraestructura turística</i>	21
3.1.6.1.	<i>Localización del proyecto</i>	21
3.1.6.2.	<i>Tamaño de la infraestructura</i>	22
3.1.6.3.	<i>Diseño de la infraestructura</i>	22
3.1.6.4.	<i>Rubro de la infraestructura</i>	22
3.1.6.5.	<i>Diseño del servicio</i>	22
3.1.6.6.	<i>Capacidad operativa</i>	22
3.1.7.	<i>Estrategias de promoción y publicidad</i>	22
3.1.8.	<i>Presupuesto para el área de producción</i>	22
3.1.9.	<i>Definir la viabilidad legal administrativa</i>	23
3.1.9.1.	<i>Estudio legal</i>	23
3.1.9.2.	<i>Estudio administrativo</i>	23
3.1.10.	<i>Presupuesto para el área legal y administrativa</i>	23
3.1.11.	<i>Evaluar la viabilidad económica – financiera del campamento turístico</i>	23
3.1.11.1.	<i>Estudio económico</i>	23
3.1.12.	<i>Estudio financiero</i>	24
3.1.13.	<i>Determinación del universo y la muestra</i>	24
3.1.14.	<i>Segmentación del mercado</i>	24
3.1.15.	<i>Técnica de investigación</i>	25
3.1.16.	<i>Análisis de los resultados del estudio de la demanda</i>	25
3.1.17.	<i>Análisis de la oferta</i>	27
3.2.	Presupuesto	27

CAPÍTULO IV

4.	RESULTADOS	28
4.1.	Viabilidad comercial del proyecto, Estudio de mercado	28
4.1.1.	<i>Presentación de Resultados, Análisis e Interpretación</i>	28
4.1.2.	<i>Perfil del turista</i>	38
4.1.3.	<i>Cálculo de la demanda actual</i>	38
4.1.4.	<i>Demanda por servicios</i>	39
4.1.5.	<i>Demanda de proyección futura</i>	39
4.1.6.	<i>Cálculo de la oferta</i>	40
4.1.7.	<i>Confrontación demanda oferta</i>	40
4.1.8.	<i>Cálculo de la demanda objetiva</i>	40

4.2.	Estudio técnico productivo	41
4.2.1.	<i>Consumo aparente por cliente</i>	41
4.2.2.	<i>Consumo aparente por producto</i>	41
4.2.3.	<i>Planificación y diseño de la infraestructura turística</i>	42
4.2.3.1.	<i>Ubicación geográfica</i>	42
4.2.3.2.	<i>Características climáticas</i>	42
4.2.3.3.	<i>Características ecológicas</i>	43
4.2.4.	<i>Diseño de la planta</i>	43
4.2.5.	<i>Diseño de infraestructura</i>	44
4.2.6.	<i>Rubro de la infraestructura</i>	44
4.2.6.1.	<i>Presupuesto de construcción del campamento</i>	44
4.2.7.	<i>Diseño del servicio</i>	45
4.2.7.1.	<i>Parqueadero</i>	45
4.2.7.2.	<i>Área gastronómica</i>	45
4.2.7.3.	<i>Área de descanso</i>	47
4.2.7.4.	<i>Área de actividades agroturísticas</i>	48
4.2.7.5.	<i>Área de camping</i>	48
4.2.8.	<i>Flujograma del proceso productivo general de servicios del proyecto turístico</i>	50
4.2.8.1.	<i>Flujograma de gastronomía</i>	50
4.2.8.2.	<i>Flujograma de Servicio de alimentación</i>	51
4.2.8.3.	<i>Flujograma Reservación de servicios</i>	52
4.2.8.4.	<i>Flujograma de servicios de camping</i>	53
4.2.9.	<i>Estrategias de Marketing</i>	54
4.2.9.1.	<i>Producto</i>	54
4.2.9.2.	<i>Precio</i>	54
4.2.9.3.	<i>Plaza</i>	54
4.2.9.4.	<i>Promoción</i>	54
4.2.9.5.	<i>Publicidad</i>	55
4.2.10.	<i>Logotipo</i>	55
4.2.11.	<i>Presupuesto de publicidad en redes sociales</i>	55
4.3.	Estructura legal y administrativa	56
4.3.1.	<i>Campamento turístico</i>	56
4.3.2.	<i>Requerimiento del área administrativa</i>	58
4.3.2.1.	<i>Organigrama Estructural</i>	58
4.4.	Estudio ambiental	64
4.4.1.	<i>Identificación de acciones que puedan causar impacto:</i>	64

4.4.2.	<i>Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptible a recibir impacto</i>	65
4.4.3.	<i>Matriz de impacto ambiental</i>	66
4.4.4.	<i>Interpretación de la matriz</i>	68
4.4.5.	<i>Medidas de mitigación</i>	68
4.4.6.	<i>Presupuesto de estudio ambiental</i>	69
4.5.	Estudio Económico Financiero	69
4.5.1.	<i>Inversión total inicial</i>	70
4.5.2.	<i>Fuentes de financiamiento</i>	70
4.5.3.	<i>Cálculo de pago de deuda</i>	71
4.5.4.	<i>Determinación de costos</i>	72
4.5.4.1.	<i>Costo de producción</i>	72
4.5.5.	<i>Depreciación de activos fijos</i>	74
4.5.6.	<i>Amortización de activos diferidos</i>	74
4.5.7.	<i>Estructura de costos y gastos</i>	74
4.5.8.	<i>Presupuestos de ingresos</i>	75
4.5.9.	<i>Estado de resultados</i>	76
4.5.10.	<i>Flujo de caja</i>	76
4.5.11.	<i>Valor actual neto</i>	77
4.5.11.1.	<i>Relación beneficio costo</i>	77
4.5.11.2.	<i>Punto de equilibrio</i>	78
4.5.11.3.	<i>Informe final</i>	78
	CONCLUSIONES	79
	RECOMENDACIONES	80
	GLOSARIO	
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Campamentos turísticos.....	25
Tabla 2-3:	Alojamiento y alimentación.....	25
Tabla 3-3:	Transporte terrestre.....	26
Tabla 4-3:	Conectividad y accesibilidad.....	26
Tabla 5-3:	Presupuesto.....	27
Tabla 1-4:	Cálculo de la demanda actual.....	39
Tabla 2-4:	Cálculo de la demanda por servicios.....	39
Tabla 3-4:	Demanda de proyección futura.....	39
Tabla 4-4:	Cálculo de la oferta.....	40
Tabla 5-4:	Confrontación demanda oferta.....	40
Tabla 6-4:	Cálculo de visitantes al cantón Patate.....	41
Tabla 7-4:	Demanda Objetiva.....	41
Tabla 8-4:	Consumo aparente por producto.....	42
Tabla 9-4:	Organización del espacio del Ecológico.....	44
Tabla 10-4:	Presupuesto de construcción del campamento.....	44
Tabla 11-4:	Áreas de terreno y construcción.....	44
Tabla 12-4:	Zona administrativa.....	45
Tabla 13-4:	Menesteres de zona de restaurante.....	45
Tabla 14-4:	Menesteres de Zona de Recepción.....	47
Tabla 15-4:	Enseres de Agronomía.....	48
Tabla 16-4:	Enseres de baños.....	48
Tabla 17-4:	Enseres de botiquín.....	49
Tabla 18-4:	Enseres de Camping.....	49
Tabla 19-4:	Redes sociales.....	55
Tabla 20-4:	Presupuesto Plan de Medios.....	55
Tabla 21-4:	Requisitos para el funcionamiento del establecimiento.....	56
Tabla 22-4:	Costos de requisitos para el funcionamiento del establecimiento.....	58
Tabla 23-4:	Características y requisitos de contratación Gerente general.....	60
Tabla 24-4:	Características y requisitos de contratación Recepcionista Polivalente.....	60
Tabla 25-4:	Características y requisitos de contratación cocinero.....	61
Tabla 26-4:	Características y requisitos de contratación Guía Turístico.....	62
Tabla 27-4:	Características y requisitos de contratación Contador.....	64
Tabla 28-4:	Sueldos del personal.....	64
Tabla 29-4:	Identificación de acciones que puedan causar impacto.....	64

Tabla 30-4:	Matriz de impacto ambiental.....	66
Tabla 31-4:	Medidas de mitigación de impactos.....	67
Tabla 32-4:	Medidas de mitigación.....	68
Tabla 33-4:	Presupuesto para medidas de mitigación	69
Tabla 34-4:	Inversiones del proyecto	70
Tabla 35-4:	Fuentes de financiamiento	70
Tabla 36-4:	Cálculo de pago de la deuda	71
Tabla 37-4:	Costo por plato seco de pollo.....	72
Tabla 38-4:	Enseres de cocina.....	73
Tabla 39-4:	Depreciación de activos fijos	74
Tabla 40-4:	Amortización de activos	74
Tabla 41-4:	Costos y gastos.....	74
Tabla 42-4:	Presupuestos de ingresos.....	75
Tabla 43-4:	Estado de resultados.....	76
Tabla 44-4:	Flujo de caja.....	76
Tabla 45-4:	Valor actual neto	77
Tabla 46-4:	Periodo de Recuperación	77
Tabla 47-4:	Relación beneficio costo	77
Tabla 48-4:	Punto de equilibrio.....	78
Tabla 49-4:	Informe final	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2:	Botiquín.....	5
Figura 2-2:	Materiales de limpieza.....	6
Figura 3-2:	Utensilios para acampar	6
Figura 4-2:	Materiales de aseo	7
Figura 5-2:	Prenda de vestir	7
Figura 6-2:	Carpas.....	8
Figura 1-4:	Ubicación geográfica.....	42
Figura 2-4:	Infraestructura de la planta	43
Figura 3-4:	Logotipo	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4:	Genero	28
Gráfico 2-4.:	Edad.....	29
Gráfico 3-4:	Lugar de residencia	30
Gráfico 4-4:	El motivo principal por el cual usted viaja	31
Gráfico 5-4:	Cuándo usted viaja como prefiere hacerlo	32
Gráfico 6-4:	Confirmación del campamento turístico	33
Gráfico 7-4:	Cuántas veces visitaría el campamento turístico, en la comunidad Mundug	34
Gráfico 8-4:	Qué servicio le gustaría que se incluya en el campamento turístico	35
Gráfico 9-4:	Cuánto tiempo estaría dispuesto a emplear, en las actividades del campamento turístico.....	36
Gráfico 10-4:	Cuánto estaría dispuesto a emplear económicamente, en las actividades del campamento turístico.	37
Gráfico 11-4:	Cuál es su forma de pago preferida	38
Gráfico 12-4:	Flujograma de gastronomía	50
Gráfico 13-4:	Flujograma de Servicio de alimentación	51
Gráfico 14-4:	Flujograma reservación de servicios	52
Gráfico 15-4:	Flujograma de servicios de camping	53
Gráfico 16-4:	Organigrama estructural	58
Gráfico 17-4:	Organigrama funcional.....	59

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ANEXO B: DISEÑO DE LA INFRAESTRUCTURA

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue: determinar la factibilidad para la creación de un campamento turístico, en el cantón Patate, provincia de Tungurahua; para lo cual se siguió cinco puntos: el estudio de mercado; para lo cual se aplicó encuestas a los turistas que visitan Patate, con el fin de conocer su deseo por que se implemente un campamento turístico en la comunidad Múndug. La viabilidad técnica; en donde se diseñó los planos arquitectónicos para cada área: campamento, cocina, recreación y actividades agro turísticas. Estudio de la viabilidad socio ambiental, para el impacto que genera el proyecto, se realizó las respectivas medidas de mitigación mediante la matriz de Leopold. Viabilidad legal-administrativa, se determinó lo indispensable para cada área y el personal necesario para el correcto funcionamiento de la empresa, además del plan de marketing. Finalmente se desarrolló el estudio económico financiero. Obteniendo como resultados que la inversión total es de 128048.2\$ dólares, financiado por los dos socios de la empresa y un crédito bancario, con un VAN (valor actual neto) de 348080.08\$ dólares, una TIR (tasa interna de retorno) del 68%, y una relación beneficio – costo resultó de 0.35\$ dólares. Se concluye que es un proyecto viable por el periodo de retorno de capital que es en 1,9 años. Se recomienda vincular el proyecto a convenios turísticos que posee el cantón Patate.

Palabras clave: <IMPACTO AMBIENTAL>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <IMPACTO SOCIAL>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <DEMANDA, TURISMO>.



D.B.R.A.
Ing. Cristian Castillo



1933-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

This study aimed to determine the feasibility of the creation of a tourist camp in Patate canton, Tungurahua province; for which five points were followed: in the market study surveys were applied to tourists who visit Patate, in order to know their desire for the implementation of a tourist camp in Múndug community. The technical feasibility; where architectural plans were designed for each area: camping, kitchen, recreation, and agro-tourism activities, In addition, the socio-environmental feasibility study, for the impact generated by the project, the respective mitigation measures were carried out using the Leopold matrix. Legal-administrative feasibility study, determining what is indispensable for each area and the necessary personnel for the correct operation of the Company, and the marketing plan. Finally, the economic-financial study was developed. We obtained the following results the total investment is 128048.2\$ dollars, financed by the two partners of the company and a bank loan, with an NPV (net present value) of \$348080.08, an IRR (internal rate of return) of 68%, and a benefit-cost ratio of \$0.35. To sum up, it is a viable project due to the capital return period of 1.9 years. So it is recommended to link the project to tourism agreements that Patate canton has.

Keywords: <ENVIRONMENTAL IMPACT>, <FACTIBILITY STUDY>, <SOCIAL IMPACT>, <MARKET STUDY>, <DEMAND, TOURISM>.



Mgs. Cristina Chamorro O.
DOCENTE INGLES TURISMO
0604237172

INTRODUCCIÓN

Ecuador, gracias a la mega diversidad en flora, fauna y cultura que posee, ha sido acreedor a varios galardones turísticos como los “Oscar del Turismo”, otorgados por la *World Travel Awards* (WTA), reconocida a nivel mundial por la relevante información que brinda de empresas turísticas que están superando los límites de la excelencia en la industria de viajes, turismo y hospitalidad global. Así, el Ministerio de Turismo de Ecuador (2015) menciona que: “Entre los premios que se adjudicaron se encuentran: Mejor destino líder verde de Suramérica, Destino líder de Suramérica”.

Esto ha convertido al país en un destino atractivo para los amantes de diferentes modalidades turísticas que se ofertan en la región, entre ellas y una de las más buscadas, es el Ecoturismo, el cual espera, con sus actividades, mantener una relación armoniosa entre la naturaleza y el ser humano, acoplando a turistas y visitantes que desean tener momentos de distracción, entretenimiento, tranquilidad y relax, con áreas naturales en un buen estado de conservación (Morillo, 2017, P. 67).

Hoy, el Ecoturismo, es una tendencia sostenible que permite realizar diferentes actividades al aire libre. Una de las tantas formas en que los turistas buscan dedicarse al esparcimiento es, por ejemplo, levantar una carpa en un espacio rodeado por naturaleza y disfrutar en familia; para eso, el cantón Patate, ofrece un lugar adecuado para dichos fines, ya que es un pueblo mágico que su territorio abarca un bosque subtropical con un clima primaveral durante todo el año (Delgado, 2017, P. 65). Es un nuevo y atractivo punto de encuentro para turistas amantes de la naturaleza, y que espera ser una de las zonas turísticas más demandadas después del confinamiento por la pandemia del covid-19.

Entre los atractivos naturales que posee el cantón Patate está la cascada Múndug, ubicada en la comunidad que lleva el mismo nombre y que, a su vez, se encuentra dentro del eco-ruta *Kuri Pishku* que posee un alto potencial avi-faunístico (Remache, 2016, P. 89). En la entrada al sendero que nos dirige a la cascada, de este espacio inundado de biodiversidad, se encuentra un área privada de 7540 metros cuadrados, en la cual se espera realizar adecuaciones pertinentes para implementar un servicio de camping para los turistas interesados en conocer la zona.

OBJETIVOS

General

Determinar la factibilidad para la implementación de un campamento turístico, en la comunidad Múndug, cantón Patate, provincia de Tungurahua.

Objetivos específicos

- Elaborar la viabilidad comercial para la implementación de un campamento turístico en la comunidad Múndug.
- Determinar la viabilidad técnica.
- Definir la viabilidad legal - administrativa.
- Definir la viabilidad ambiental del campamento turístico
- Evaluar la viabilidad económica – financiera del campamento turístico.

CAPÍTULO I

1. DIAGNOSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Problema

Según el Catastro de Servicios Turísticos que mantiene la dirección de turismo del cantón Patate, DITUR (2020): la ciudad no cuenta con un campamento turístico debidamente registrado en el reglamento de alojamiento turístico, y en el caso de existir, no han sido calificados por el MINTUR ya que no se han acogido a la normativa de regulación y control vigente, pues algunos terrenos no están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre.

Considerando estos aspectos, y la necesidad de invertir en nueva infraestructura que ofrezca distintas alternativas para turistas nacionales y extranjeros, la elaboración de un estudio de factibilidad para la implementación de un campamento turístico, con inversión propia en un predio de propiedad privada, resulta necesaria, pues posee una ubicación ventajosa, en la entrada del sendero que lleva a la cascada Múndug; el atractivo natural más conocido del cantón Patate. El exagerado aumento de visitantes a este lugar después de retirar las medidas restrictivas por la pandemia, provoca un impacto en el medio social y ambiental, la inversión privada busca en ese contexto, que se ofrezca servicios de ecoturismo y alojamiento, como respuesta alternativa a la actual demanda turística existente en el sector.

La creación del campamento turístico, en dicho lugar, ofrecerá a los visitantes nuevas experiencias vinculadas al turismo, haciendo que la oferta se incremente, de tal manera que se genere un beneficio económico propio y conjuntamente a ello, un ingreso económico para la cadena de valor que estará incluida en el emprendimiento, provocando que la economía local se fortifique.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Ecoturismo

El ecoturismo tiene como objetivo promover sitios con espacios naturales no industrializados, cuyos paisajes y sitios naturales son inigualables, pero deben ser preservados para disfrutar de especies vegetales y animales endémicas y en algunos casos sitios arqueológicos de importancia cultural, junto con las etnias de sus regiones, ante la tecnología desarrollo en el que vivimos hoy (Soto, 2012: p. 14).

Además, se puede agregar que “El ecoturismo se asocia con un sentido de moralidad porque, además del disfrute del viajero, busca promover el bienestar de la comunidad local (destinatarios del tour) y la protección del entorno natural. Los campamentos turísticos son lugares de actividades lúdicas y educativas que permiten a los visitantes disfrutar de su tiempo de ocio de una forma diferente a la habitual.” (Pérez y Merino, 2009, p. 67).

En conclusión, se puede definir al ecoturismo como aquel que vela por los intereses de las comunidades locales, de la naturaleza y el disfrute de los turistas o visitantes en donde se realizan diferentes tipos de actividades, buscando un bien común.

2.2. Camping

El camping es una actividad que se desarrolla al aire libre, en un entorno natural, la cual consiste en pasar una noche o más en una tienda para quienes sienten una verdadera atracción por la naturaleza por las maravillas que se brinda. Acampar quiere decir, parar y detenerse en una zona alejada de la ciudad, ubicándose en tiendas o carpas (Chimbo, et al, 2011, p. 56).

El campamento de verano se centra en la vida al aire libre y el contacto profundo con la naturaleza. Cada actividad está cuidadosamente diseñada, planificada e implementada para permitir a los participantes estar más en contacto con la naturaleza y aprender felices. Algunos de los objetivos de esta actividad son: Creatividad, trabajo en equipo, independencia y liderazgo personal y otros aspectos de la personalidad de cada persona.

2.3. Material de camping

Actualmente existe varios artículos, los cuales nos facilitan el desarrollo de esta actividad los mismos que se clasifican en: de seguridad, de limpieza, de cocina y personas los cual son

importantes e indispensables para la estadía por lo que presta un servicio a las personas que realizan la actividad de camping.

2.3.1. Botiquín

Dentro del equipo de seguridad está un botiquín con los medicamentos necesarios para una emergencia y para brindar primeros auxilios a los campistas. En el mismo debe constar, agua oxigenada, gasas, vendas, alcohol, ungüento para golpes, mascarillas y un tanque de oxígeno en caso de ser necesario), si es el caso de llevar personas con alergias llevar los medicamentos necesarios para contrarrestar la alergia.



Figura 1-2. Botiquín

Fuente: (Chimbo, et al, 2011).

2.3.2. Limpieza

Son aquellos los cuales nos van a permitir limpiar el lugar acampado, entre los materiales tenemos, escobas, funtas de basura, papel higiénico, entre otros.



Figura 4-2. Materiales de aseo

Fuente: (Serrano, 2017).

2.3.5. *Prendas de vestir*

Las prendas de vestir se las lleva acorde el clima se puede llevar ropa ligera y cómoda que le permita realizar cualquier actividad, también ropa para cubrirse del frío extremo, es recomendable llevar zapatos antideslizantes para evitar algún accidente, gafas, gorras, guantes, impermeables.



Figura 5-2. Prenda de vestir

Fuente: (Reyes, 2015).

2.3.6. *Carpas*

Es imprescindible llevar un impermeable la cual proteja la carpa en caso de lluvia.



Figura 6-2. Carpas

Fuente: (Flores, 2018).

2.3.7. Campamento turístico

En el Art. 12 de la clasificación de alojamiento y nomenclatura, del Reglamento de Alojamiento Turístico que establece el MINTUR (2016) define a un campamento turístico como:

Construir albergues turísticos, brindar servicios de hospedaje y pernoctar en tiendas de campaña, contar al menos con baños y aseos compartidos en las inmediaciones del campamento, y su terreno debidamente delimitado y dotado de instalaciones para la recreación al aire libre y el descanso. Dispone de instalaciones exteriores para la preparación de alimentos y descanso, además dispone de seguridad y señalización interior en todo el recinto. (p.9).

El campamento turístico es un espacio delimitado y acondicionado con las instalaciones y servicios requeridos por los campistas acorde a su categoría, llevado a cabo para quienes gustan del aire libre mediante el adecuado material para acampar, a quienes prestan un servicio a cambio de los servicios a cambio de un precio (Chimbo, et al. 2011).

2.4. Estudio de factibilidad

“Es una herramienta utilizada para determinar la viabilidad de una propuesta comercial. Aunque la estructura de un estudio de factibilidad puede variar, el análisis debe evaluar minuciosamente la propuesta de la empresa, con un enfoque particular en la viabilidad financiera y de mercado” (Drumm, et. al. 2004: p.86).

Luna y Chaves (2011), en La guía para elaborar estudios de factibilidad para proyectos ecoturísticos explican que el estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

“-Es bueno o malo el negocio propuesto y en qué condiciones debe desarrollarse para tener éxito?

-Si el negocio propuesto contribuye a la protección, conservación o restauración de los recursos naturales y el medio ambiente e” (p.1)

Para determinar el estudio de factibilidad se realiza un breve Estudio ambiental en el que se realizara la evaluación de la causa y efecto para afrontar el impacto del campamento a la naturaleza, mediante estrategias de riesgos ecológicos.

2.5. Estudio de mercado

“El estudio del mercado se basa en la obtención y análisis sobre la demanda y oferta, es decir, conocer si el producto o servicio a proporcionar tendrán sus posibles consumidores, así como cuáles son las empresas que actualmente lo ofrecen” (Pacheco y Pérez, 2016: p. 16).

“La investigación de mercados es la primera etapa de cualquier proyecto de inversión y consiste en una serie de técnicas y procedimientos útiles para obtener y analizar información sobre la demanda, oferta, precio y comercialización de un bien o servicio” (Gómez, 2013: p.3).

En este estudio de mercado se realizará el proceso de recopilar, planificar, analizar y comunicar los datos más relevantes con la finalidad de tomar una decisión y realizar acciones de marketing para un mercado específico, como son los turistas nacionales y extranjeros, por lo que se debe conocer a los consumidores, la competencia, la demanda y la actual oferta estableciendo marketing.

2.5.1. Segmentación del mercado

Una segmentación del mercado viable proporciona información concisa y clara que puede mejorar las ofertas para adaptarse a las necesidades no satisfechas, y como menciona Guala (2020) “Conocer el número de clientes y competidores lleva al interés de una empresa en restringir grupos específicos de personas o entidades, conocidos como segmentos”(p.10).

La segmentación es una herramienta esencial para la investigación de mercado y le elaboración y desarrollo del plan de marketing, por lo cual nos enfocamos en un mercado total o específico con la finalidad de llevar a cabo una estrategia comercial para de esta manera cumplir con las necesidades de los consumidores y satisfacer a la misma (Serrano, 2017).

Dentro del turismo, la segmentación del mercado ha revolucionado simultáneamente con las actuales necesidades de los demandantes. El mercado turístico enfrenta cambios notables en fundamentos primarios para la participación como los medios formales e informales de distribución, con una amplia oferta física y digital, el uso de la tecnología ha facilitado la información y comunicación para el proceso de publicidad y un amplio desarrollo de nuevos mercados. De tal manera, al obtener un mercado uniforme mediante la segmentación resultada complicado. Al no contar con el mercado homogéneo, resulta que no se puede aplicar de la misma

manera todos los clientes o posibles clientes. Es de gran importancia descubrir los grupos diversos que lo forman y entre ellos a los potenciales consumidores más sensibles (Mármol, et al. 2012).

2.5.2. *Análisis de la demanda*

Según Gómez (2013) indica que: “El análisis de la demanda es el proceso de identificar las condiciones que afectan y determinan el consumo de un bien o servicio a lo largo del tiempo. Nivel de ingresos del consumidor” (p.10). Así como también indica los factores más importantes que intervienen en la demanda de un bien o servicio:

El análisis de la demanda es el proceso de identificar las condiciones que afectan y determinan el consumo de un bien o servicio a lo largo del tiempo nivel de ingresos del consumidor.

Mediante el análisis de la demanda pretendemos analizar y saber cuáles es la apreciación y valoración sobre la creación de un campamento turístico, en la comunidad Múndug, donde la ciudadanía expondrá los servicios, necesidades y expectativas que exige, mediante los estudios de mercado, se podría señalar las variables básicas para analizar, los casos serian: afluencia de turistas, permanencia y estacionalidad en la afluencia de los mismos (Chimbo, et al. 2011).

2.5.3. *Análisis de la oferta*

“Los estudios de competitividad en la ordenación del territorio turístico aportan información valiosa para conocer las capacidades de los territorios y determinar cuáles pueden posicionarse como verdaderas ventajas competitivas” (Díez 2012: pp. 110-111).

Mientras, Francés (2003) citado en Díez (2012) menciona que: “La competitividad de los destinos turísticos se establece en función del atractivo que poseen, su gestión, organización, información y eficiencia” (p.11).

Según Gómez (2013: p. 27) establece que los principales factores que influyen en la oferta de un bien o servicio son:

- Precio de los factores que intervienen en la producción de un bien o servicio
- Tecnología empleada
- Costos de producción
- La organización del mercado
- Precio de los bienes o servicios afines

Dentro de la presente la oferta del cantón Patate se encuentra un sin número de atractivos naturales característicos del cantón, los mismos que se considera como competencia.

2.6. Estudio técnico

Este es el proceso de verificación de la posibilidad técnica de crear un proyecto. Una de las conclusiones más importantes que se extraen de este estudio es que se debe definir una función de producción que optimice el uso de los recursos disponibles en la producción de los bienes o servicios de un proyecto. Desde aquí puede obtener información sobre los requerimientos de capital, mano de obra y recursos materiales, incluyendo la puesta en marcha del proyecto y operaciones posteriores.

De esta forma, a través de la investigación técnica, es posible obtener los requerimientos de equipamiento de la planta para su operación y el monto de inversión correspondiente. Mediante el análisis de las características y especificaciones técnicas de las máquinas, se especificará su disposición en fábrica, lo que a su vez permitirá dimensionar los requerimientos de espacio físico para el desarrollo operativo de manera normal, teniendo en cuenta las normas y principios de gestión de la producción. (Sapag, 2008: p. 25).

A continuación, se da una descripción breve de los componentes del estudio técnico:

2.6.1. Localización del proyecto

El objetivo general de este estudio es identificar el sitio donde se crearía el proyecto para aprovechar al máximo el sitio. La ubicación óptima del proyecto incluye dos aspectos: Macro ubicación (ubicación de los mercados de consumo, materias primas disponibles y recursos laborales) y Micro ubicación (ubicación cerca de los mercados de consumo, instalaciones, infraestructura y servicios).

2.6.2. Determinación del tamaño óptimo de la planta

Hay que considerar que el estudio presente es un esquema el cual nos servirá para plantear una estrategia la cual prestará los servicios requeridos, por lo que analizará los factores específicos mediante el cual se definirá los recursos financieros y humanos, mediante la capacitación y reestructuración, para de esta manera determinar y establecer el tamaño real para iniciar con el proceso. Además, se estudiará los factores para tomar la decisión para el procedimiento y llegará a su optimización.

Se define a la capacidad instalada del campamento, en la cual expresa su valor en unidades de producción anual. Donde existen varios indicadores indirectos, como el monto de ocupación efectiva de mano de obra, el monto de la inversión o algún otro de sus efectos sobre la economía.

Se determina óptimo cuando opera con costos menores totales o la rentabilidad máxima económica.

2.6.3. Estrategias de publicidad

La publicidad es sólo un elemento de la mercadotecnia, mismo que sirve para que una empresa difunda su marca e imagen a través de medios publicitarios, así como también productos o servicios que ofertan.

Por lo tanto, una empresa debe contar con su marca e imagen, para que este se posicione en el mercado y pueda ser vendido. Por consiguiente, la planificación de medios, involucra las decisiones acerca de por donde se difundirá la publicidad. Entonces, es necesario, hacerse las siguientes preguntas: ¿Qué plataformas de redes sociales se utilizará? ¿Conviene incluir anuncios en radios, televisión, revistas? ¿Qué proporción del presupuesto publicitario se empleará en cada uno de los medios seleccionados? ¿Se trata de una estrategia local, nacional o internacional?

Por lo cual, para la selección de los medios publicitarios dependerá mucho del segmento de mercado de a quién va dirigido el producto o servicio a ofertarse.

La publicidad es un medio de comunicación, por medio de la cual se da a conocer u bien servicio con la finalidad de darse a conocer e influir a su servicio o compra, se considera necesaria la creación de publicidad para darse a conocer e integra la experiencia vivida en el campamento turístico como: videos, folletos promocionales, cuñas publicitarias etc. (Serrano, 2017).

2.7. Estudio legal administrativo

2.7.1. Estudio Legal

El marco legal del emprendimiento ayuda a que el campamento turístico de un buen funcionamiento y cumplimiento con todos los trámites necesarios, con el fin de que pueda ser construido y funcione sin problema alguno; tal y como afirma Lara (2011), que el marco legal se enfoca a “todos los requerimientos de orden legal y tributario necesario para el funcionamiento del proyecto”.

Este estudio da los requerimientos y disposiciones legales así también como las licencias, impuestos, registros, contribuciones y permisos para obtener la certificación y permiso de funcionamiento de este proyecto (Reyes, 2015).

2.8. Estudio Administrativo

En este proceso, es importante simular en detalle los procedimientos administrativos que se pueden realizar en el proyecto, de la misma manera que se pueden contratar directamente decisiones para desarrollar operaciones internas, seguidas de costos debido a la mayor cantidad de empleados. Que pueda ser necesario, mayor será la inversión en espacio y equipo de oficina, y mayor será el costo de los materiales y otros suministros. Como hemos visto, una decisión aparentemente secundaria involucra una gama de inversiones y costos que ningún estudio de proyecto puede darse el lujo de ignorar. (Sapag, 2008: p.25).

Estudiar la gobernanza de un proyecto de inversión proporciona herramientas que servirán de guía para quienes deberán gestionar dicho proyecto. En este estudio se abordan factores administrativos como los objetivos los planes estratégicos que definen la hoja de ruta y las acciones que se deben realizar para lograr de la empresa, por otro lado, otras herramientas como organigramas y planes, se identifican los recursos humanos para brindar un perfil adecuado y sigan siendo coherentes con la consecución de los objetivos comerciales. “Finalmente, se identifican los aspectos legales, tributarios, sociales y ecológicos que cada organización debe tener en cuenta para iniciar sus operaciones o para reorganizar sus actividades” (López, et al, 2000: p. 19).

Es el estudio de una síntesis cuantitativa la cual demuestra un borde de seguridad razonable, mediante el desarrollo del proyecto con la capacidad de pago de la empresa y los recursos programados. Mediante el cual se examina el aspecto organizacional del camping mediante las normas legales vigentes, también se mejoran los recursos mediante la toma de decisiones, aprovechando así el talento humano, de acuerdo al financiamiento del proyecto (Reyes, 2015).

2.9. Estudio económico y financiero

Es una asimilación cuantitativa la misma que señala un margen razonable para la realización del proyecto con los recursos programados y la capacidad de pago de la empresa. Mediante la elaboración de un estudio financiero la cual nos facilita para determinar si el proyecto es viable en corto o largo plazo, para determinar se analiza y se evalúa los aspectos diferentes para desarrollar (Chimbo, et al, 2011).

En la justificación económica, el problema es determinar, comparando los costos y beneficios estimados de un proyecto, si es conveniente su implementación y actividades posteriores. Para que esto sea posible, se reconocen tres etapas o niveles en los que se clasifican los estudios según su profundidad y la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la etapa final de esta etapa

la de factibilidad. El objetivo de la investigación económica es sistematizar y ordenar la información monetaria proporcionada por períodos anteriores y elaborar cuadros analíticos como base para la evaluación económica.

Para desarrollar el estudio económico es necesario analizar los siguientes componentes:

2.9.1. Determinación de Costos

El costo es un desembolso en efectivo o en especie de un hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o de forma virtual.

2.9.2. Inversión Total Inicial

La inversión inicial incluye la adquisición de todos los activos fijos y diferidos necesarios para comenzar las operaciones de la organización, excluyendo el capital de trabajo.

2.9.3. Depreciación y Amortización

La asignación de depreciación se aplica a los activos fijos, mientras que la depreciación se aplica a los activos diferidos o activos intangibles. Toda empresa en funcionamiento, para poder deducir la depreciación correspondiente, debe basarse en la ley tributaria.

2.9.4. Capital de Trabajo

Es en sí el capital con el que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa, esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

2.9.5. Punto de Equilibrio

Es una técnica necesaria para estudiar las relaciones entre los costos variables, costos fijos, y los beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son iguales a la suma de los costos variables y costos fijos.

2.9.6. Estado de Resultados

Su propósito es calcular el ingreso neto y los flujos de caja netos del proyecto, que generalmente es la ganancia real de las operaciones de la planta y se obtiene restando todos los costos incurridos por la planta de los ingresos y los impuestos que paga.

2.9.7. *Financiamiento.*

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas.

2.9.8. *Balance General*

El balance tiene como objetivo determinar anualmente cuál se considera que es el valor real de la empresa en ese momento. Un balance general está conformado por activos, que son cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivos, tipo de deuda u obligación que se tenga con terceros; y, capital, significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedad de los accionistas o propietarios directos de la empresa.

2.10. Marco legal

2.10.1. *Del Ministerio de Turismo e Instrumentos Normativos Generales*

En el Art. 43 de la Constitución examina la actividad turística en el Ecuador la se encuentra administrada por el Ministerio de Turismo, la cual “establecerá especialmente los rangos oficiales para cada actividad vinculada al turismo, las mismas que se deberán sujetarse a las leyes y normas de uso internacional, por lo cual se expedirá las reglas técnicas correspondientes.” (2008). En consecuencia, el Ministerio de Turismo organiza por medio de la Ley de Turismo, que va a la par con el Reglamento General de Actividades Turísticas, los cuales son instrumentos normativos generales para regularizar la actividad turística del país. Siendo aplicado para nuestra propuesta el Reglamento de Alojamiento Turístico en la cual se reconocen a los campamentos turísticos examinando que: El establecimiento de acopio turístico cuente con instalaciones que ofrezcan, el servicio de hospedaje para pasar la noche en tiendas de campaña; que disponga como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, mediante los terrenos estén debidamente definidos y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Disponga de facilidades exteriores para la preparación de comida y descanso, además ofrecer seguridad y señalética interna en toda su área. Por otra parte, en el Reglamento General de Actividades Turísticas, según el artículo 36, se clasifican a los campamentos turísticos por estrellas, por esta razón de los servicios que ofrecen y el personal con el que cuente el campamento. En el siguiente cuadro comparativo se observan las principales diferencias entre campamentos de una, dos y tres estrellas (García, et al. 2017).

Campamento de tres estrellas

Servicio

- De recepción
- De asistencia médica en caso de ser utilizada será con cargo al cliente, en la cual debe existir el servicio permanente de un enfermero titulado y un botiquín de primeros auxilios
- Telefónico con algún aparato en cabina aislada
- De lavandería, administrada por el propio alojamiento
- De vigilancia las 24 horas del día
- De recolección de basura, dos o más veces al día
- De custodia de valores
- De entrega y recepción diaria de correspondencia
- De venta de artículos y víveres de uso común, así como periódicos y revistas

Personal

- Mínimo un administrador
- Un recepcionista con conocimientos de los otros idiomas
- Guardianes en número suficiente para la debida vigilancia
- Personal encargado para el mantenimiento y limpieza.
- Todo el personal, excepto el administrador, deberá estar uniformado

Campamento de dos estrellas

Servicio

- De recepción
- Botiquín de primeros auxilios y prestación de asistencia médica en caso de ser asistido por el mismo, será con cargo al cliente
- Telefonía, con cabina aislada
- De vigilancia las 24 horas
- De recolección de basura, dos veces al día
- De custodia de valores en caja fuerte
- De recogida y entrega diaria de correspondencia en la recepción
- Venta de víveres y artículos de uso para los campistas, también periódicos y revistas

Personal

- Al menos un recepcionista capacitado
- Guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento
- Personal encargado de mantenimiento y limpieza.

- Todo el personal debe llevar su correspondiente distintivo.

Campamento de una estrella

Servicios

- De recepción
- De asistencia médica con cargo al cliente, un botiquín de primeros auxilios
- Telefónico con una cabina aislada
- De vigilancia todo el día
- De recolección de basura, dos veces al día
- De custodia de valores
- De recepción y entrega diaria de correspondencia en la recepción
- De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas.

Personal

- Un recepcionista capacitado
- Guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento
- Personal de mantenimiento y limpieza.
- Todo el personal deberá llevar el correspondiente distintivo.

2.10.2. Requisitos para el funcionamiento del Campamento Turístico

Para el correcto funcionamiento del campamento se debe obtener los siguientes permisos:

2.10.2.1. Permiso de Funcionamiento de Establecimientos de Servicios de Turismo por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

Según el Reglamento para conceder los Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario, los campamentos turísticos se categorizan dentro de los mismos Servicios de Turismo y Hospedaje, según el código 17.0., y el transcurso para la obtener el permiso es el siguiente:

- ❖ Creación de un usuario y contraseña en la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria a través del portal web: **www.arcsa.gob.ec**.
- ❖ Producir la solicitud para la obtener el permiso. En el cual solicitan los siguientes datos:
- ❖ Documento de identificación del representante legal (cedula)
- ❖ Información personal del representante legal.
- ❖ Información acerca de la actividad del establecimiento según su categoría conforme al certificado emitido por el Ministerio de Turismo.

- ❖ Luego de haber registrado el establecimiento, se deberá imprimir la orden de pago.
- ❖ Finalmente, después de la cancelación orden de pago, y la acreditación del mismo. El usuario podrá imprimir su Permiso de Funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, desde su propia cuenta.

2.10.2.2. *Requisitos para obtener la Patente Municipal*

- Solicitud dirigida a la máxima autoridad en una especie valorada.
- Certificado de no tener ninguna deuda pendiente al Municipio.
- Cuando es el comienzo de actividades, las personas naturales, deben señalar el capital o patrimonio del negocio, mientras que las personas jurídicas deberán presentar la escritura de Constitución de la empresa o negocio.
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia del RUC, (en caso de tenerlo)
- Para el pago de cada año, actualizar sus declaraciones presentando la documentación respectiva de Respaldo.

2.10.2.3. *Requisitos para obtención del R.U.C. (Registro Único de Contribuyentes) del Sistema Nacional de Rentas Internas*

- ❖ Presentar el original y la copia de la cédula de identidad o el pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- ❖ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- ❖ Entregar una copia del documento el cual certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

2.10.2.4. *Registro del establecimiento de alojamiento en el Sistema SIETE*

- ❖ Registro de usuario y contraseña a través del portal www.siete.turismo.gob.ec.
- ❖ Registrar los datos básicos del Establecimiento (RUC, Dirección, teléfono, mail, certificado de votación).
- ❖ Registrar el establecimiento con el número de R.U.C.
- ❖ Registrar la Actividad Turística, clasificación y la categoría de su establecimiento.
- ❖ Después de que el Ministerio realice la correspondiente inspección del establecimiento, se dirigirá al correo electrónico registrado el "Certificado de Registro de Establecimiento"

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Determinar la viabilidad comercial

3.1.1. Estudio de mercado

Para este estudio se realizará una revisión de fuentes secundarias acerca del perfil de la demanda turística del cantón Patate, para determinar los gustos y preferencias de los turistas, utilizaremos la aplicación *Survey Monkey* que, a través de encuestas en línea, recoge información de millones de personas, y junto con la segmentación del mercado descubriremos y proveyaremos lo que piensa nuestro público objetivo en este momento. Las encuestas de investigación de mercado hacen que sea fácil obtener opiniones de clientes potenciales y existentes, además de poner a prueba conceptos, medir el conocimiento de la marca y otras alternativas más, que podemos interpretar con los datos obtenidos. Así, también, se podrá tener una visión de los servicios requeridos para el campamento, de esta manera se interactuará, de forma digital con nuestros potenciales clientes en esta etapa de transición post-pandemia.

3.1.1.1. Análisis de la demanda

Para este análisis se determinarán los siguientes aspectos:

3.1.1.2. Demanda Actual:

- Por clientes: Para el cálculo, se multiplicará el porcentaje de aceptación del proyecto por el universo.
- Por servicios: Se multiplicará el porcentaje de cada servicio complementario por la demanda actual.

3.1.1.3. Demanda futura:

- Por clientes: Se calculará a través de la fórmula para determinar el crecimiento poblacional que establece la guía del Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, (Guía Para la presentación de proyectos: citado en Bolaños 2017: p.5).

$$D_t = D_o (1+i)^t$$

Donde:

D_t = Demanda proyectada con respecto al tiempo (t)

D_o = Demanda inicial

i = Tasa de incremento poblacional

t = Tiempo en años

- Por servicios: Se multiplicará los datos de la demanda futura de clientes por el porcentaje del servicio de mayor preferencia de los potenciales clientes.

3.1.1.4. Análisis de la oferta

Para este análisis se determinarán los siguientes aspectos:

3.1.1.5. Competencia actual

Se identificará la competencia a nivel local con sus respectivos servicios, mediante la revisión y análisis del catastro de establecimientos turísticos del cantón Patate, así como también, se seleccionarán los establecimientos que estén a un radio de 50 km del predio para el campamento, y ya que la competencia es casi se la considerara hasta su tercer grado de similitud con los servicios a ofertar.

3.1.1.6. Competencia Futura

- Por clientes: Se calculará a través de la fórmula para determinar el crecimiento poblacional que establece la guía del Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, (Guía Para la presentación de proyectos: citado en Bolaños 2017: p. 5).

$$D_t = D_o (1+i)^t$$

Donde:

D_t = Oferta proyectada con respecto al tiempo (t)

D_o = Oferta inicial

i = Tasa de incremento poblacional

t = Tiempo en años

- Por servicios: Se calculará a través de la fórmula para determinar el crecimiento poblacional que establece la guía del Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, (Guía Para la presentación de proyectos: citado en Bolaños 2017: p. 5).

$$DT=Do (1+i) ^t$$

Donde:

Dt = Oferta de servicios proyectada con respecto al tiempo (t)

Do = Oferta inicial de cada servicio

i = Tasa de incremento poblacional

t = Tiempo en años

3.1.2. Confrontación demanda – oferta

3.1.2.1. Demanda insatisfecha para clientes

Se obtendrá a través de la diferencia entre la demanda futura por clientes y la competencia futura por clientes.

3.1.3. Demandan insatisfecha para servicios

Se obtendrá a través de la diferencia entre la demanda futura por servicios y la competencia futura por servicios.

3.1.4. Presupuesto para el área comercial

Se determinará el presupuesto para el personal de talento humano, materiales e insumos, activos fijos y diferidos.

3.1.5. Determinar la viabilidad técnica

Se detallarán todos los recursos necesarios para el adecuado equipamiento y funcionamiento de los servicios a implementarse en el campamento turístico.

3.1.6. Planificación y diseño de la infraestructura turística

3.1.6.1. Localización del proyecto

Se georreferenciará al predio a nivel macro y micro.

3.1.6.2. Tamaño de la infraestructura

Se determinarán las dimensiones del terreno a través de la revisión de las escrituras legales.

3.1.6.3. Diseño de la infraestructura

Arquitectónico y civil, se contratará un arquitecto para el diseño del campamento y a su vez contendrá todos los planos de equipamientos e instalaciones de servicios básicos.

3.1.6.4. Rubro de la infraestructura

Un arquitecto emitirá el rubro del costo de la infraestructura.

3.1.6.5. Diseño del servicio

Para el diseño del servicio se realizará un manual de procedimientos y a su vez los flujogramas correspondientes del resort.

3.1.6.6. Capacidad operativa

Se determinará la capacidad del campamento turístico, basándose en las dimensiones del terreno y a su vez con el número de carpas que el establecimiento pueda ofrecer.

3.1.7. Estrategias de promoción y publicidad

- Canal de distribución

Se establecerá en función a los servicios que ofertará el campamento turístico

- Marca

Se creará un nombre, slogan, logotipo e identidad corporativa para posicionar al establecimiento en el mercado turístico.

- Promoción y publicidad

Se definirá los medios necesarios a utilizar para difundir el campamento turístico en función a mi mercado.

3.1.8. Presupuesto para el área de producción

Se determinará el presupuesto para el personal de talento humano, materiales e insumos, activos fijos y diferidos.

3.1.9. Definir la viabilidad legal administrativa.

Se definirá la estructura de la empresa, los pasos, requerimientos y permisos necesarios para la puesta en marcha del campamento turístico.

3.1.9.1. Estudio legal

Para definir la viabilidad legal, se analizará en base a los aspectos legales, los cuales definen el tipo de empresa a crearse, siguiendo las normas y leyes para su constitución según la Superintendencia de compañías.

3.1.9.2. Estudio administrativo

Para el estudio administrativo se elaborará la misión, visión, objetivos, estrategias y políticas del emprendimiento además de elaborar: organigramas funcionales y estructurales, el manual de funciones para cada área de trabajo, reglamentos, talento humano y salarios.

3.1.10. Presupuesto para el área legal y administrativa

Se determinará el presupuesto para el personal de talento humano, materiales e insumos, activos fijos y diferidos.

3.1.11. Evaluar la viabilidad económica –financiera del campamento turístico

3.1.11.1. Estudio económico

Este estudio nos permitirá conocer la cuantía de los recursos económicos necesarios para implementar el campamento turístico, integran los siguientes cálculos:

- Inversiones
- Fuentes de financiamiento y usos de fondo
- Cálculo de la deuda
- Depreciación de activos fijos
- Amortización de diferidos

- Presupuesto de egresos
- Punto de equilibrio
- Presupuesto de ingresos
- Estado de resultados
- Flujo de caja

3.1.12. Estudio financiero

Se calcula los siguientes aspectos:

- VAN, lo cual ayuda a determinar con seguridad si el proyecto genera o no flujo de caja.
- TIR, lo que permite identificar la rentabilidad que tiene el capital invertido.
- RBC, determina si el proyecto genera ganancia operativa entre VAN y TIR.
- Ratios e índices financieros

Capitulo IV, Resultados, Viabilidad comercial del proyecto, Estudio de mercado

3.1.13. Determinación del universo y la muestra

Para la determinación del universo se ha tomado como referencia el ingreso de los turistas al cantón Patate en el año 2018, siendo 211511 turistas que arribaron al cantón Patate.

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + p * q}$$

$$n = \frac{211511 * 0,5 * 0,5}{(211511 - 1) \left(\frac{0,07}{1,95}\right)^2 + 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{52877,75}{272,55 + (0,25)}$$

$$n = \frac{52877,75}{272,80}$$

$$n = 193,83$$

$$n = 194$$

Nos da como resultado que debemos aplicar 194 encuestas, a turistas con un margen de error del 7 % y un porcentaje de confianza de 93 %.

3.1.14. Segmentación del mercado.

El cantón Patate no es una zona desarrollada en turismo, por lo cual existe muy poco ingreso de turistas extranjeros, por esta razón la segmentación de mercado va dirigida a turistas nacionales e internacionales que realizan diferentes actividades turísticas como caminata, investigación, entre otros.

Patate, es una Cantón en proceso de desarrollo en el campo turístico, por lo que no existe un análisis de la demanda turística en el mismo, se ha optado por basarse en el ingreso de turistas al cantón Patate el año 2018

3.1.15. Técnica de investigación

La técnica de investigación será la encuesta, y como instrumento un cuestionario. (Anexo A)

3.1.16. Análisis de los resultados del estudio de la demanda

Para obtener los resultados de las encuestas que indican los gustos y preferencias de los turistas se realizará el análisis estadístico mediante la utilización del programa Excel.

Los datos obtenidos se presentarán en tablas y gráficos con su respectivo análisis. Posteriormente se proceder a determinar el perfil de los turistas nacionales y extranjeros.

3.1.17. Análisis de la oferta

Planta turística actual

En el catastro del cantón Patate, no se encuentran registrado ningún sitio como campamentos turísticos, por esta razón los establecimientos que ofrecen este servicio, no cuentan con permiso de funcionamiento, o se encuentran registrados con otra denominación.

Tabla 1-3. Campamentos turísticos

Establecimiento	Categoría	Ubicación	Plazas
El Nido del Ángel	s/c	Parroquia El triunfo	10 carpas
Ángel María	Mirador turístico	Caserío San Jorge	8 carpas
Total			18 carpas

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 2-3. Alojamiento y alimentación

Establecimiento	Categoría	Dirección	Persona Total
La Casta	Hostería	Barrio Quíntala	26
La Montaña	Hostería	Barrio San Francisco	60

Hacienda manteles	Hostería	Barrio Manteles	60
Hotel del valle	Hotel	La Matriz	30
Asadero los andes	Restaurante	Parroquia Los Andes	20
Asadero star	Restaurante	La Matriz	30
Casa vieja	Restaurante	La Matriz	25
La vieja viuda	Restaurante	Barrio la esperanza	20
Total			241

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 3-3. Transporte terrestre

Empresa	Dirección	Teléfono	Costo
Coop. Patate	Terminal terrestre	(3) 287 01 07	1.10 \$
Coop. Trans valle	Terminal Terrestre	(03) 252-0852	1.10 \$
Coop. Reina del valle	Terminal terrestre	32870316	3.00 \$
Coop. 4 de febrero	Terminal Terrestre	252-1073	3.00 \$
Coop. Sucre	Terminal terrestre	(03) 282-1131	3.00 \$

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 4-3. Conectividad y accesibilidad

Vía	Km.	Orden	Estado	Tiempo en horas
Quito – Patate	159	Primer orden	Bueno	3 horas
Ambato – Patate	35	Primer orden	Bueno	45 m
Baños – Patate	30	Primer orden	Bueno	40 m
Patate - Mundug	6	Segunde orden	Bueno	15 m
Múndug – 0.86	0.86	Tercer orden	Bueno	5 m

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

3.2. Presupuesto

Tabla 5-3. Presupuesto

Recursos	Unidad	Cantidad	Valor Unitario USD	Valor Total USD
Materiales de oficina				
Materiales de oficina	1	1	150,00	150,00
Equipos				
Computadora	1	1	500,00	500,00
Impresora	1	1	200,00	200,00
Cámara digital	1	1	350,00	350,00
Logística de actividades				
Entrevistas	Global	1	40,00	40,00
Alimentación	Global	1	30,00	30,00
Transporte	Global	1	100,00	100,00
Conexión a internet	Global	1	100,00	100,00
Total, antes de imprevistos				1620,00
Imprevistos 10%				162,00
Total				1782,00

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Viabilidad comercial del proyecto, Estudio de mercado

4.1.1. *Presentación de Resultados, Análisis e Interpretación*

Se analizó los resultados obtenidos de acuerdo a las preguntas realizadas en la encuesta dirigida a los turistas que visitan el cantón PATATE con la finalidad de conocer la tendencia de ir visitar un campamento turístico, en la comunidad Múndug, cantón Patate, provincia de Tungurahua.

1.- ¿Género?

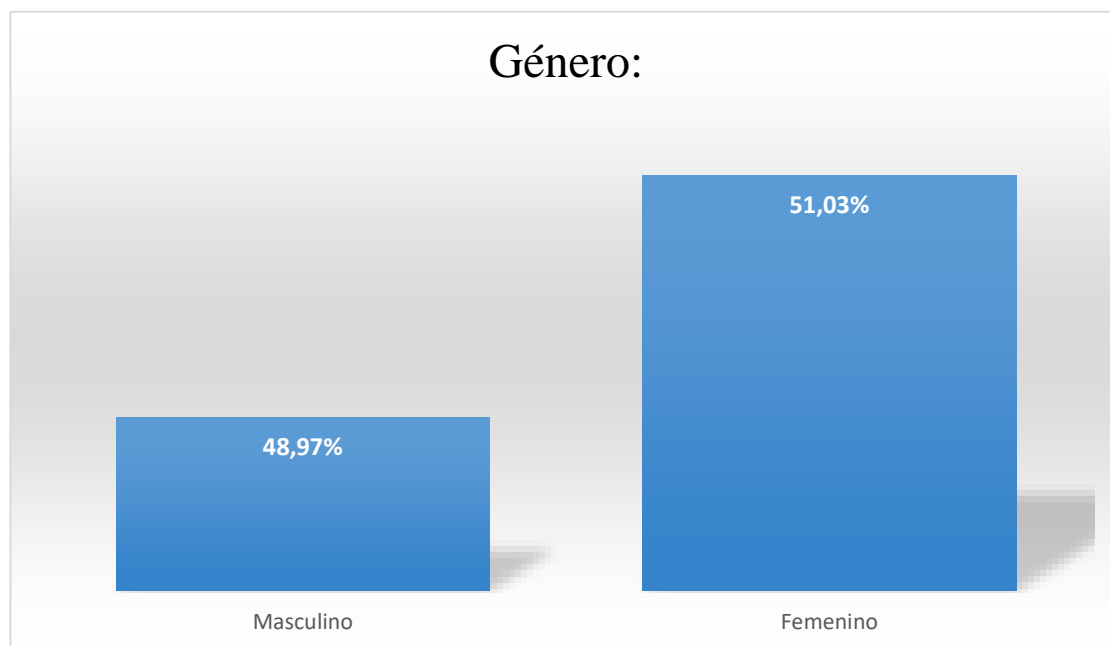


Gráfico 1-4. Genero

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Análisis e Interpretación

De acuerdo a la encuesta realizada los resultados obtenidos corresponden a un 51% de mujeres y un 49% de hombres.

Esto permite direccionar los servicios en su mayoría a mujeres.

2.- ¿Edad?

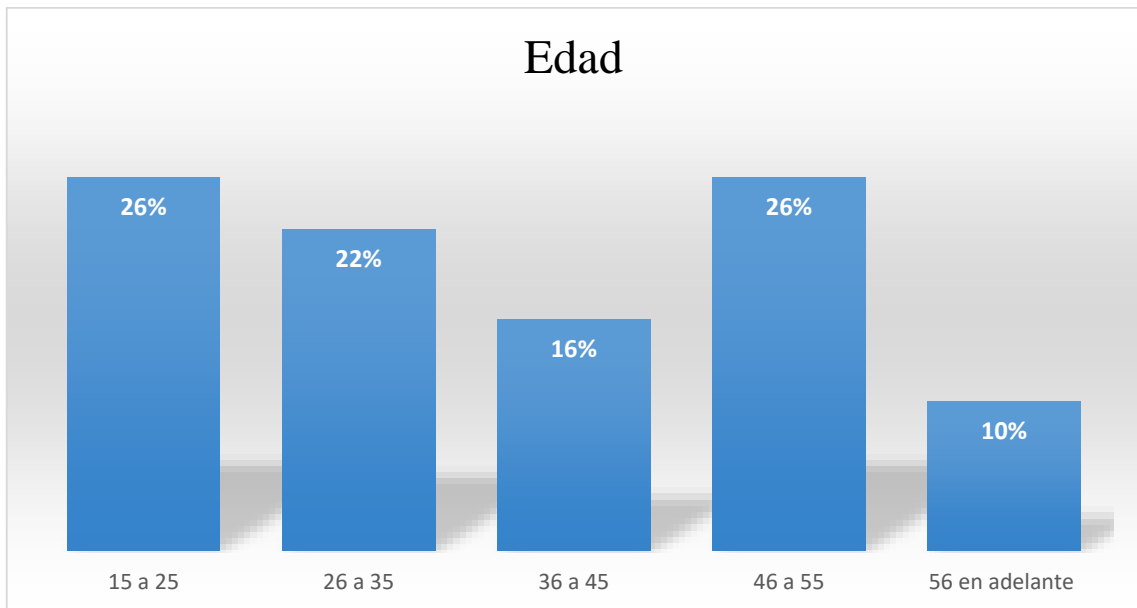


Gráfico 2-4. Edad

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Análisis e Interpretación

Mediante la encuesta realizada se observa que el 26% tienen una edad entre 15 a 25, el 22% tienen un rango de edad entre 26 a 35, el 16% tienen una edad entre 36 a 45, el 26% tienen una edad entre 46 a 55, y el 10% tienen una edad superior a 56 años.

En la cual se determina que el público objetivo, están en dos rangos de edades, la una de jóvenes entre 15 -25, y adultos de 46-55.

3.- ¿De qué lugar nos visita?

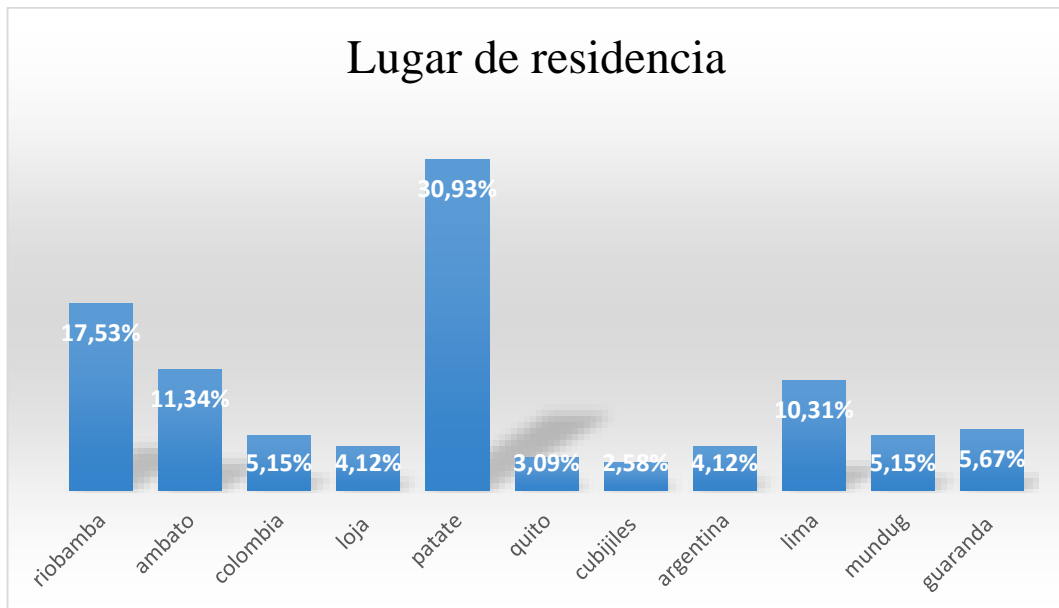


Gráfico 3-4. Lugar de residencia

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Análisis e Interpretación

Mediante la encuesta realizada se observa que el 17.53% es de Riobamba, el 11.34% Ambato, el 5.15% Colombia, el 4.12% Loja, el 30.93% Patate, el 3.09% Quito, el 2.58% Cubijjies, el 4.12% Argentina, 10.31% Lima, 5.15% Mundug, y el 5.67% Guaranda.

Esta información se enfoca en la creación de atractivos con pertinencia cultural para nuestros visitantes.

4.- ¿El motivo principal por el cual usted viaja es?

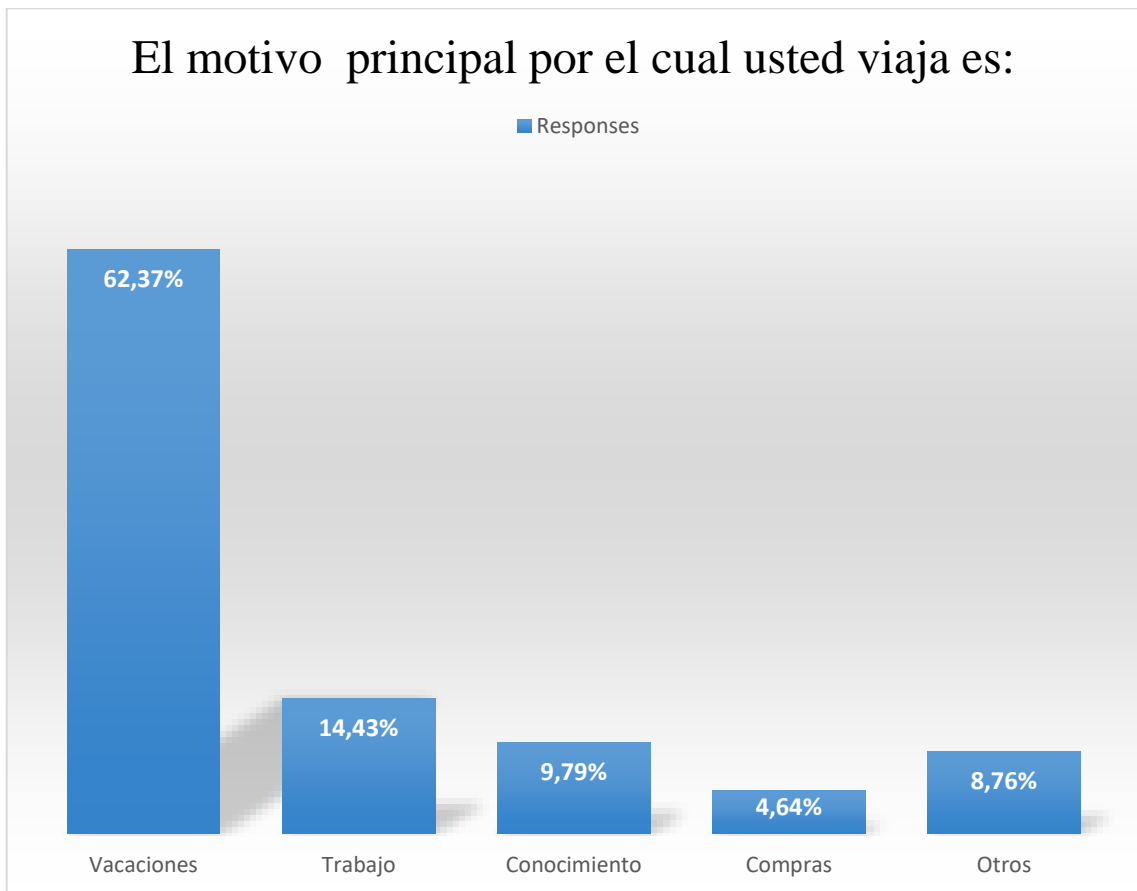


Gráfico 4-4. El motivo principal por el cual usted viaja

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Análisis e Interpretación

En los resultados obtenidos de 194 encuestados un 62.37% viaja por motivo de vacaciones, un 14.43% por trabajo, por conocer diversos lugares un 9.79%, un 4.364% viaja por realizar compras y un 8.76% viaja por otras circunstancias.

La empresa direccionara los servicios en cubrir necesidades de relajación y descanso.

5.- ¿Cuándo usted viaja como prefiere hacerlo?

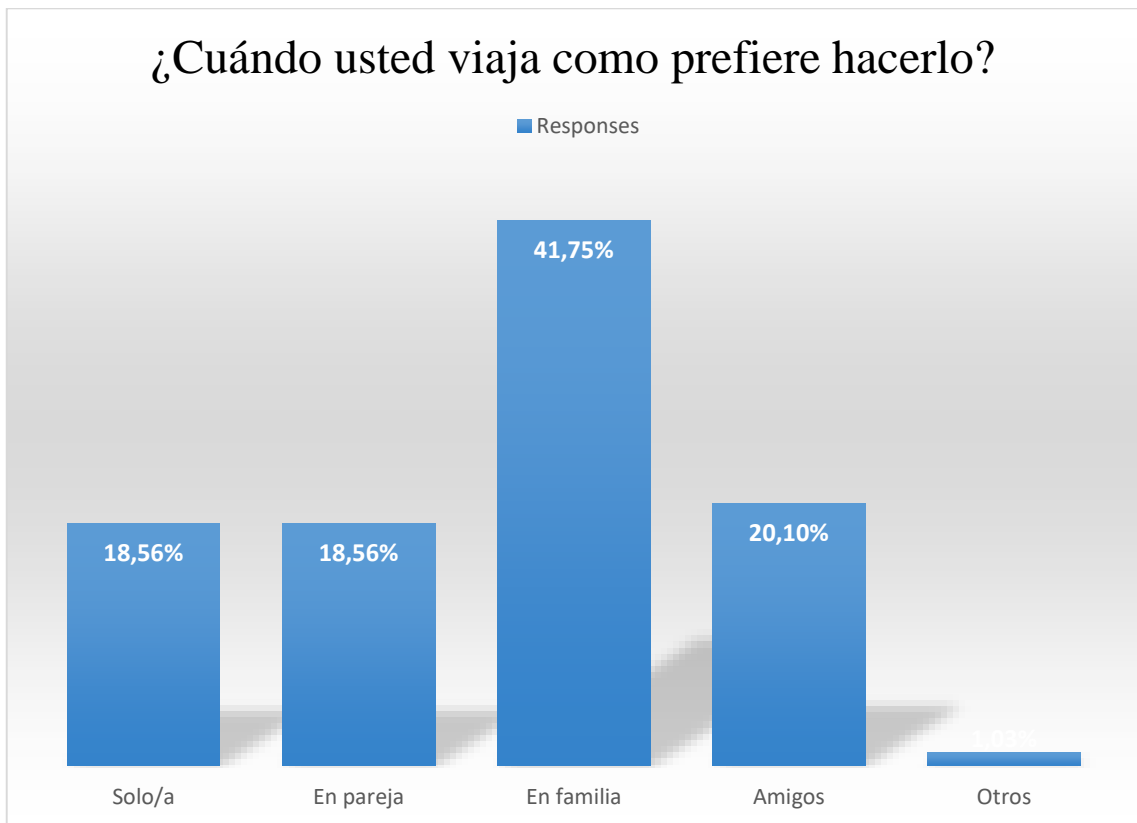


Gráfico 5-4. Cuándo usted viaja como prefiere hacerlo

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Análisis e Interpretación

Las personas que prefieren viajar solas son de un 18.56%, de la misma manera que con pareja es de un 18.56%, mientras que los que prefieren viajar en familia supera con el 41.75%, las personas que viajan con amigos es un 20.10% y tan solo un 1.03% con otros.

La mayor parte de los clientes viajan en familia, por lo que las instalaciones tendrán facilidades y espacios adecuados para su visita.

6.- ¿Le gustaría a usted que se implemente un campamento turístico, en la comunidad Múndug, para satisfacer necesidades del turista como: ¿hospedaje y recreación?

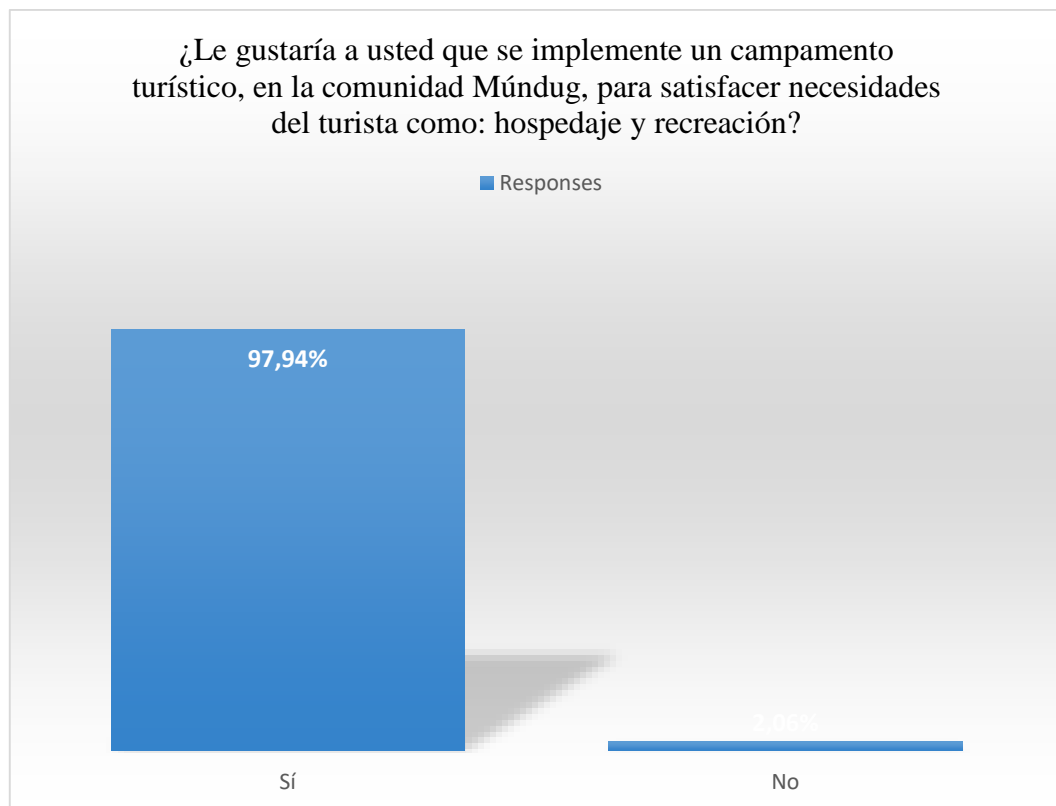


Gráfico 6-4. Confirmación del campamento turístico

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados un arrasador 97.94% le gustaría un campamento turístico en Mundug a diferencia que apenas un 2.06% que no desean.

El proyecto de factibilidad cubrirá la necesidad de un campamento turístico en la comunidad.

7.- ¿Cuántas veces visitaría el campamento turístico, en la comunidad Múndug?



Gráfico 7-4. Cuántas veces visitaría el campamento turístico, en la comunidad Múndug

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Análisis e interpretación

Mediante las encuestas realizadas se puede observar que el 77% desea visitar el campamento una vez al mes, muestra que el 21% desea visitar el campamento 1 vez cada 15 días y el 2% desea visitar el campamento una vez cada semana.

La rotación de clientes será de forma mensual.

8.- ¿Qué servicio le gustaría que se incluya en el campamento turístico?



Gráfico 8-4. Qué servicio le gustaría que se incluya en el campamento turístico

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Análisis e Interpretación

Al 31.44% de personas encuestadas le gustaría que en el campamento exista variedad gastronómica, un 15.98% le gustaría actividades agro turísticas, un 27.32% le gustaría hospedaje en carpas y el 25.26% querría áreas de recreación.

Incluir platos tradicionales al área gastronómica, permite que el visitante se apropie de la cultura local.

9.- ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a emplear, en las actividades del campamento turístico?

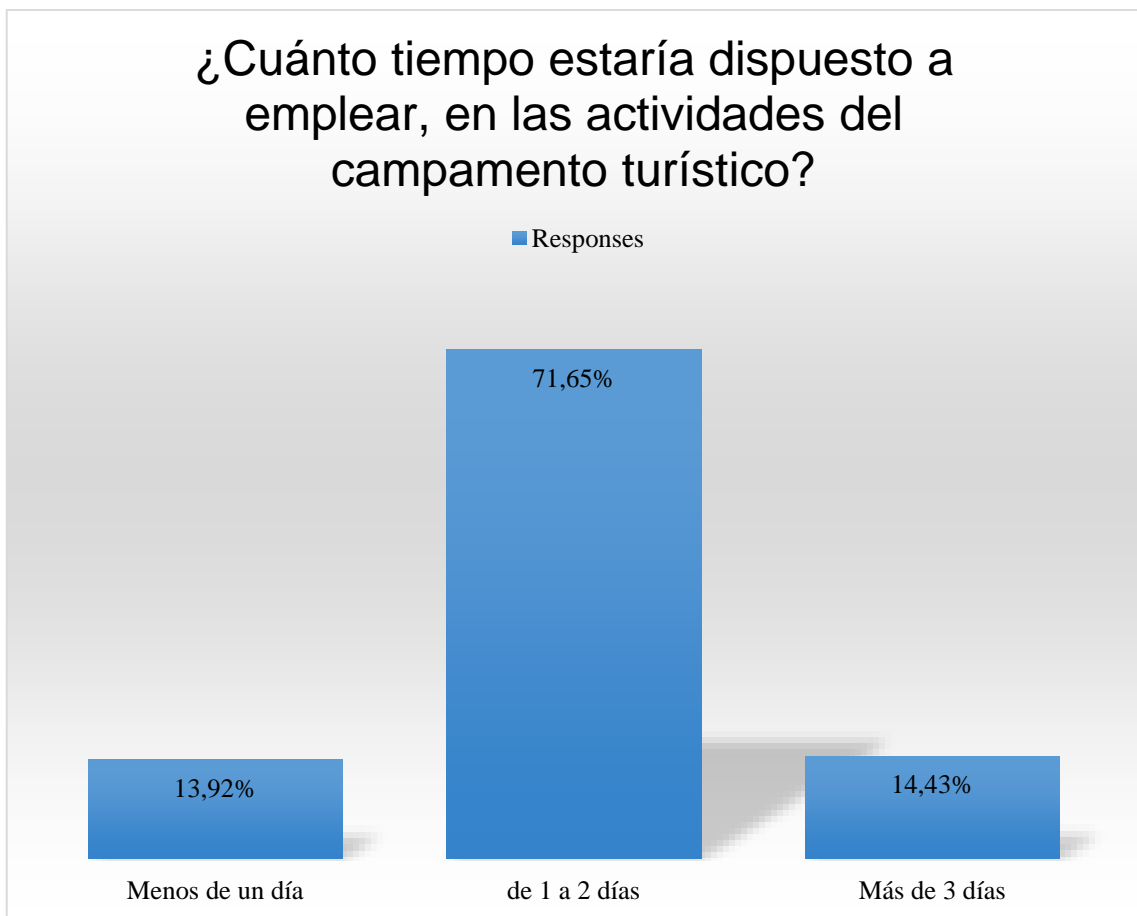


Gráfico 9-4. Cuánto tiempo estaría dispuesto a emplear, en las actividades del campamento Turístico.

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Análisis e Interpretación

El tiempo que las personas les gustaría pasar en el campamento es de menos un día con un 13.92% mientras que el 71.65% le gustaría pasar de 1 a 2 días y solo el 14.43% pasaría más de 3 días. La estancia del turista será de dos días en su mayoría, para lo cual se crean facilidades para satisfacer sus necesidades.

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a emplear económicamente, en las actividades del campamento turístico?

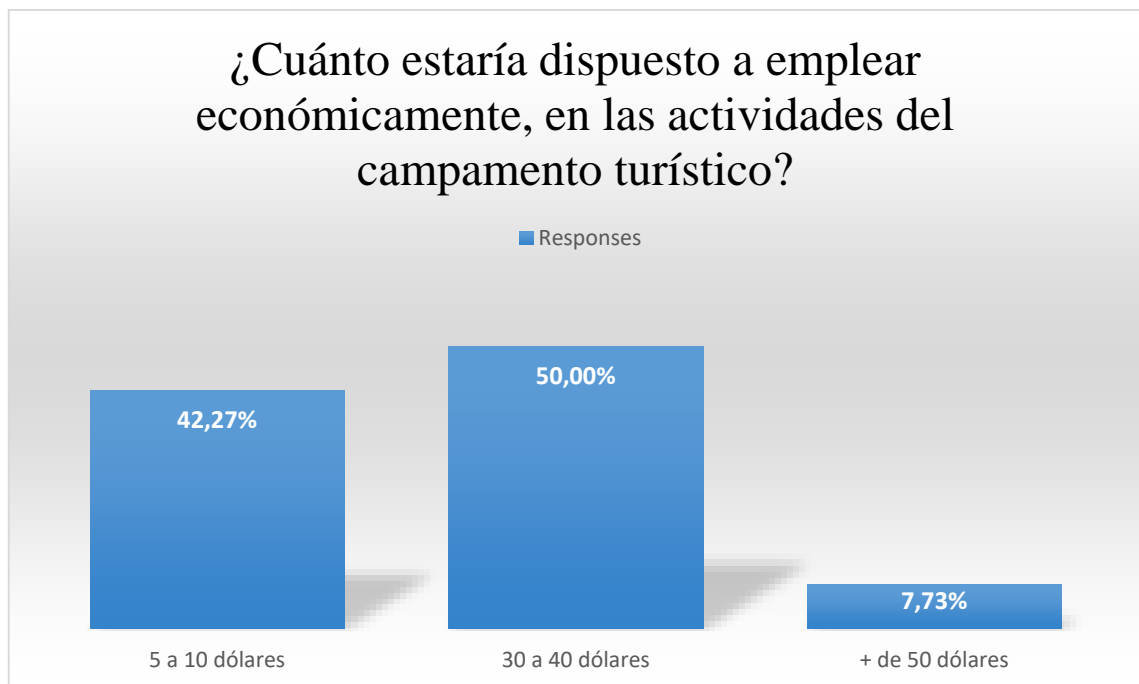


Gráfico 10-4. Cuánto estaría dispuesto a emplear económicamente, en las actividades del campamento turístico.

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Análisis e Interpretación

El valor que estarían dispuestos a pagar por el campamento es de (5 a 10 dólares) un 42.27%, de (30 a 40 dólares) un 50%, mientras que solo el 7.73% pagaría más de 50 dólares.

El valor del servicio será proyectado entre 30 y 40 dólares.

11.- ¿Cuál es su forma de pago preferida?

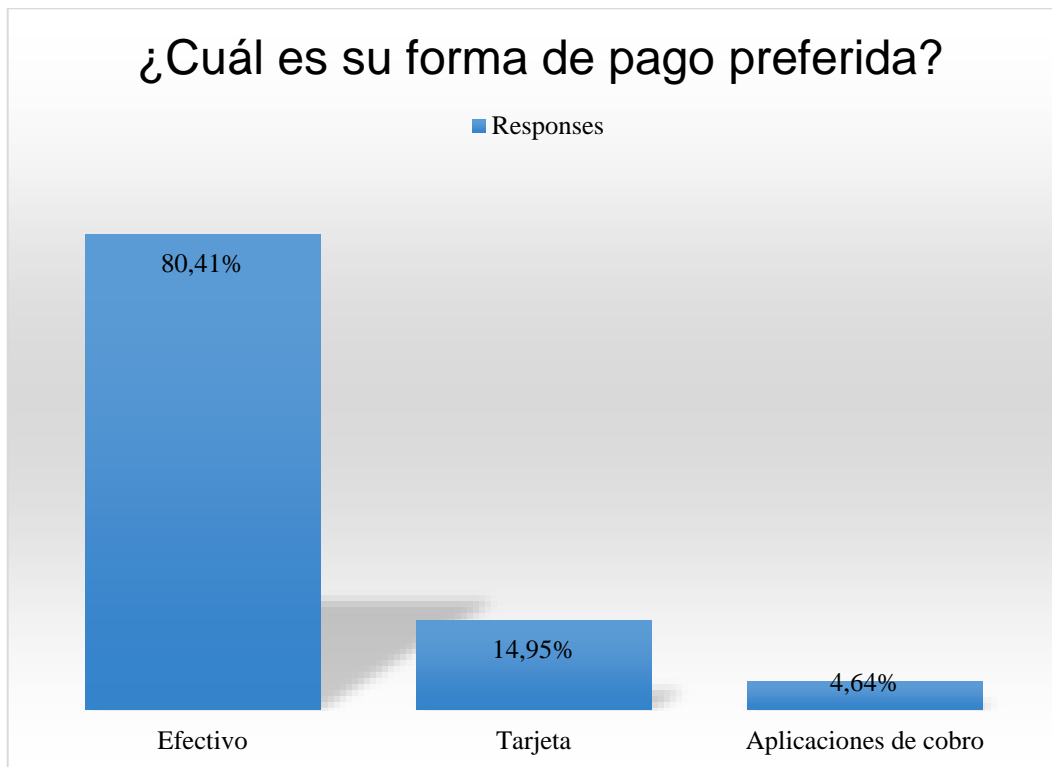


Gráfico 11-4. Cuál es su forma de pago preferida

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Análisis e Interpretación

Las personas dispuestas a cancelar en efectivo la estadía del campamento serían el 80.41%, el 14.95% cancelaría con tarjeta y el 4.64% cancelaría con otras aplicaciones de cobro.

Adquirir una caja fuerte para la seguridad del dinero en efectivo.

4.1.2. Perfil del turista

La mayoría de turistas encuestados corresponde en un 50,3 mujeres, con edades comprendidas entre los 19 y 29 años, provenientes tanto de lugares como, Riobamba, Ambato, Patate y Quito generalmente viajan en familia comúnmente viajan en vacaciones (10%), por estudios (49%) y el 28% por visitar a la familia un 43,43%, y entre amigos un 20,57%, de los cuales el 93% está.

4.1.3. Cálculo de la demanda actual

El cálculo de la demanda se determinó mediante la población finita y el 97% de aceptación de la creación del campamento.

Tabla 1-4. Cálculo de la demanda actual

Universo finito	Aceptación del campamento en porcentaje	Demanda actual
211511	97.94%	207153.87

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.1.4. Demanda por servicios

El cálculo de la demanda por servicios se determinó mediante la población y la aceptación de los servicios más cotizados del campamento.

Tabla 2-4. Cálculo de la demanda por servicios

Actividades del campamento	Porcentaje de aceptación de servicios	Demanda actual	Demanda por servicio
Gastronomía	31%	207153.87	65129.1778
Actividades agroturísticas	16%		33103.189
Hospedaje en carpas	27%		56594.4382
Áreas de recreación	25%		52306.353

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.1.5. Demanda de proyección futura

La demanda futura se realizó mediante la el cálculo de la demanda actual y el crecimiento de la población a nivel nacional que es el 1.5%.

Tabla 3-4. Demanda de proyección futura

Años	Demanda actual	Crecimiento poblacional en %	Demanda futura
2021	207153.873	1.5	310730.81
2022	310730.81		466096.215
2023	466096.215		699144.323
2024	699144.323		1048716.48
2025	1048716.48		1573074.73
2026	1573074.73		2359612.09

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.1.6. Cálculo de la oferta

El cálculo de la oferta se determinó mediante los establecimientos que ofertan servicios iguales o similares en la mismo que es que a nivel anual 94535, así mismo se realizó el cálculo de la población futura según el crecimiento anual que es el 1.5%.

Tabla 4-4. Cálculo de la oferta

Años	Oferta		Oferta de proyección futura
2021	94535	1.5	141802.5
2022	141802.50		212703.75
2023	212703.75		319055.63
2024	319055.63		478583.44
2025	478583.44		717875.16
2026	717875.16		1076812.73

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.1.7. Confrontación demanda oferta

Para la confrontación de la demanda y la oferta se realizó el cálculo

Entre la demanda actual proyectada a futuro y la oferta actual proyectada a futuro mediante la operación de sustracción.

Tabla 5-4. Confrontación demanda oferta

Años	Demanda de proyección futura	Oferta de proyección futura	Demanda potencial insatisfecha
2021	310730.81	141802.5	168928.31
2022	466096.22	212703.75	253392.47
2023	699144.32	319055.63	380088.70
2024	1048716.48	478583.44	570133.05
2025	1573074.73	717875.16	855199.57
2026	2359612.09	1076812.73	1282799.35

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.1.8. Cálculo de la demanda objetiva

Mediante el cálculo de la demanda objetiva se determina la cantidad anual, así mismo se determinará las personas diarias que visitan el cantón Patate.

Tabla 6-4. Cálculo de visitantes al cantón Patate

Años	Demanda potencial insatisfecha	Ménsula	Semanal	Diario
2021	168928,31	14077,4	3519,3	502,8
2022	253392,47	21116	5279	754,1
2023	380088,7	31674,1	7918,5	1131,2
2024	570133,05	47511,1	11877,8	1696,8
2025	855199,57	71266,6	17816,7	2545,2
2026	1282799,35	106899,9	26725	3817,9

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2. Estudio técnico productivo

Para la realización del estudio técnico productivo iniciaremos con el tamaño de la planta

4.2.1. Consumo aparente por cliente

Para el establecimiento de la demanda objetiva se calcula el porcentaje de captación de la empresa que puede cubrir y satisfacer las necesidades de los clientes.

Tabla 7-4. Demanda Objetiva

Demanda Objetiva			
Años	Personas diarias	Porcentaje	Demanda objetiva
2021	502,8	15%	75,4
2022	754,1		113,1
2023	1131,2		169,7
2024	1696,8		254,5
2025	2545,2		381,8
2026	3817,9		572,7

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Por lo cual se puede observar que la capacidad total es de 75.4 personas en el año 2021.

4.2.2. Consumo aparente por producto

Mediante el cálculo de la demanda objetiva se procede a realizar el cálculo por Consumo aparente por producto en la se enfoca en la determinación del porcentaje de aceptación de cada servicio de la cantidad del porcentaje realizando la multiplicación con el total de la demanda objetiva del año 2021.

Tabla 8-4. Consumo aparente por producto

Actividades turísticas	Aceptación en %	Demanda objetiva actual	Total, demanda objetiva por actividad
Gastronomía	31,44%	75.4	23,7
Actividades agroturísticas	15,98%		12,1
Hospedaje en carpas	27,37%		20,6
Áreas de recreación	25,26%		19,0

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.3. Planificación y diseño de la infraestructura turística

4.2.3.1. Ubicación geográfica

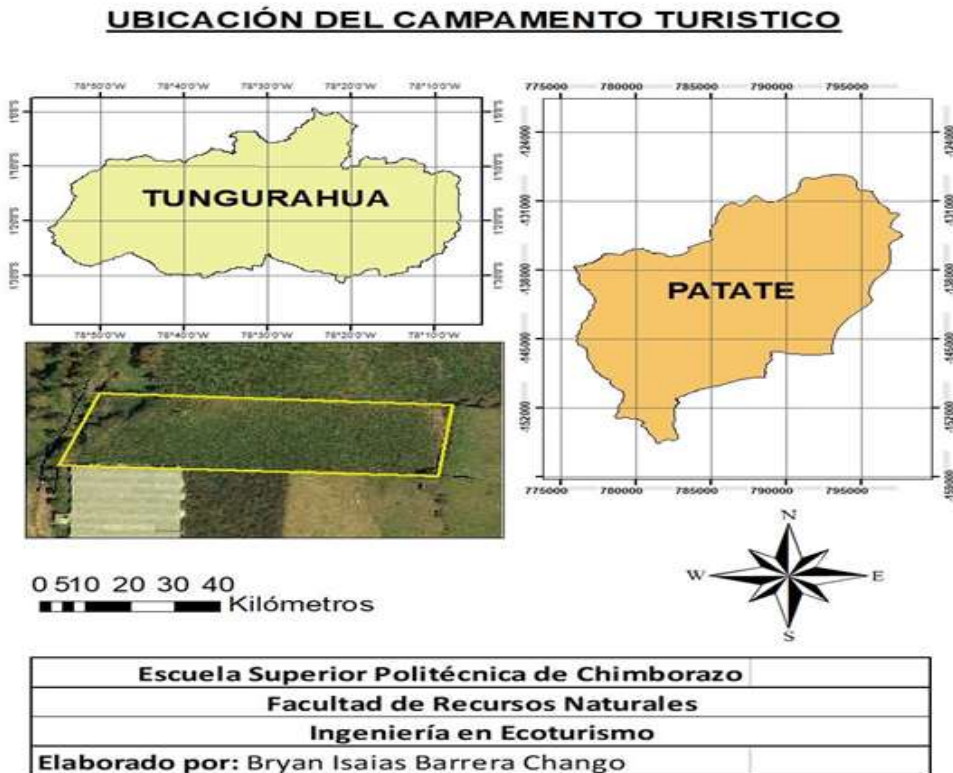


Figura 1-4. Ubicación geográfica

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.3.2. Características climáticas

Patate tiene un clima cálido, una temperatura media de 16 grados en todo el año.

4.2.3.3. Características ecológicas

Dentro del cantón Patate en el sector de Mundug existe una variedad extensa de flora y fauna nativa la misma que a la vez varía dentro del espacio natural y las características de estos, por lo que se puede encontrar plantas nativas como: Arupo, jacaranda, jazmín tropical, cepillo, begonias, aretes rojos, jebes, níspero, zapote blanco, rosas de varios colores, claveles, nardos, cucarlas, buganvilla y hasta coles.

4.2.4. Diseño de la planta

El diseño de la planta se enfoca en los servicios a ofrecer a los diferentes clientes captados según el estudio de la oferta y la demanda.

En primera instancia se realizará el diseño de la infraestructura y sus divisiones de la misma.

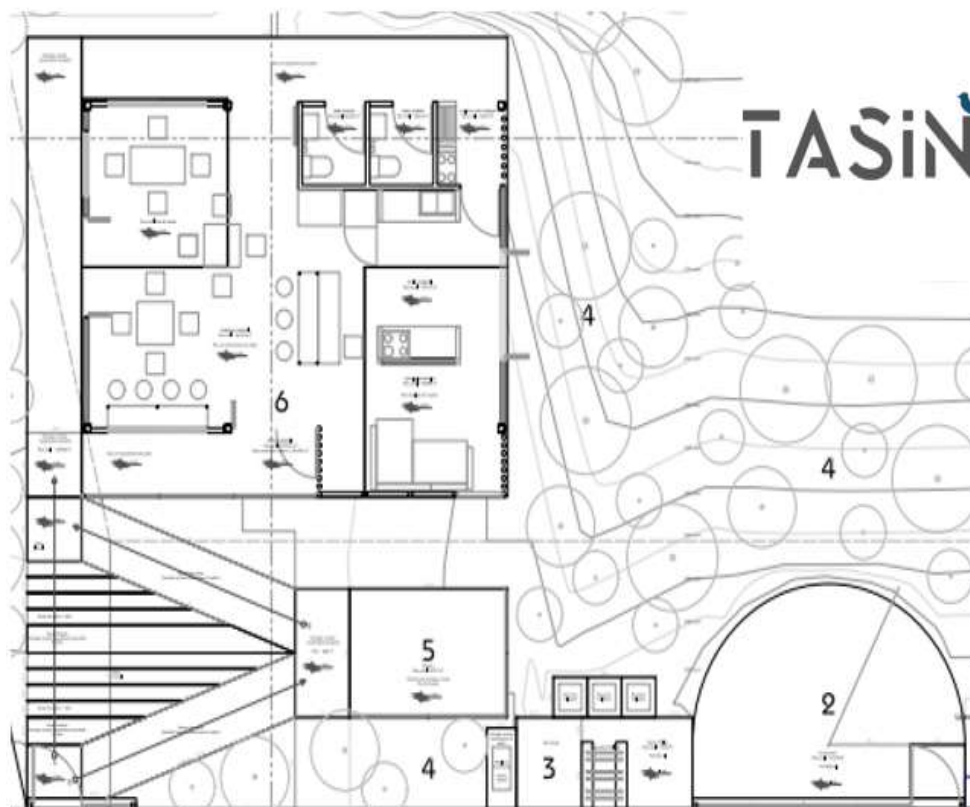


Figura 2-4. Infraestructura de la planta

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

La viabilidad administrativa se determinará a los clientes se determinaron en el cálculo de la oferta y la demanda mismos que se enfocará en los clientes diarios.

Por consiguiente, se realizará la división de la estructura como se puede observar en la tabla 11.

4.2.5. Diseño de infraestructura

El conjunto de instalaciones técnicas, servicios e instalaciones necesarias para el crecimiento de una explotación o el uso de un lugar.

Se establecerá el diseño de la infraestructura en donde se detalla en el Anexo A.

4.2.6. Rubro de la infraestructura

Tabla 9-4. Organización del espacio del Ecológico

Recepcionista	Detalle
Zona recepción	recepción- bodega- sala común- área de ventas
Zona de Restaurante	cocina -bodega-comedor-recepción- baños
Zona de alimentación	El hospedaje está establecido para 20 personas, (hospedaje en campo).
Zona de estacionamiento	El estacionamiento está referido para 10 automóviles
Zona de huertos y cultivo	plantas de consumo

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.6.1. Presupuesto de construcción del campamento

Tabla 10-4. Presupuesto de construcción del campamento

Ítem	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Terreno y construcción	1	21500,00	21500,00
2	Zona Recepción	1	1511,00	1511,00
3	Zona Restaurante	1	6421,37	6421,37
4	Zona de baños, duchas. vestidores	1	1153,84	1153,84
5	zona administrativa	1	339	339
6	zona de cultivo	1	908,5	908,5
7	Zona de ventas o alquiler del camping	1	6798,00	6798,00
			TOTAL	38631,71

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 11-4. Áreas de terreno y construcción

Áreas de terreno y construcción			
Zonas	valor unitario	costo	total
departamento administrativo	1	\$1.500,00	\$1.500,00
zona de restaurante	1	\$3.000,00	\$3.000,00
zona de bodega y lavandería	1	\$2.000,00	\$2.000,00
zona de recepción	1	\$3.500,00	\$3.500,00
zona de ventas y arriendo de artículos para camping	1	\$2.000,00	\$2.000,00
zona de recreación	1	\$3.000,00	\$3.000,00
zona de parqueo	1	\$3.500,00	\$3.500,00
zona de actividades turísticas	1	\$3.000,00	\$3.000,00
total			\$21.500,00

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 12-4. Zona administrativa

zona administrativa			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Departamento administrativo			
Escritorio de madera	1	\$170,00	\$170,00
Silla giratoria	1	\$45,00	\$45,00
Sillas con espaldar	2	\$23,00	\$46,00
Archivadores aéreos	1	\$78,00	\$78,00
TOTAL			\$339,00

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.7. *Diseño del servicio*

4.2.7.1. *Parqueadero*

Dicha área está enfocada para automóviles, camiones, camionetas entre otros en las cuales pueden trasladarse los visitantes que se dirijan al campamento, dicho lugar tendrá la capacidad para 10 automóviles, mismo que contará con una persona encargada de la seguridad de los vehículos.

4.2.7.2. *Área gastronómica*

Se implementará un área en donde los visitantes puedan degustar de nuestra gastronomía ofreciendo un menú variado y apetecible con platos tradicionales y típicos del sector, ofreciendo también platos a la carta.

Tabla 13-4. Menesteres de zona de restaurante

Menesteres De Zona De Restaurante			
Descripción	Cantidad	Precio U	Costo T,
Congelador horizontal Luxor	1	\$600,00	\$600,00
Refrigeradora Durex	1	\$500,00	\$500,00
Cocina industrial 6 quemadores	1	\$550,00	\$550,00
Horno industrial	1	\$450,00	\$450,00
Tostadora	1	\$24,00	\$24,00
Licuadaora 14 velocidades Oster	2	\$90,00	\$180,00
Caja registradora	1	\$400,00	\$400,00
Batidora extreme 2ltr, Base y recipiente	1	\$25,00	\$25,00
Equipo de sonido	1	\$120,00	\$120,00
Chaleco de mesero	5	\$10,00	\$50,00
Manteles de mesa	40	\$4,20	\$168,00
Cubre mantel	40	\$4,90	\$196,00

Servilletas de tela	200	\$1,35	\$270,00
Achiotero de aluminio	1	\$3,00	\$3,00
Aislante de calor grande de aluminio	1	\$7,35	\$7,35
Balde de plástico 10 lts, Con tapa	1	\$3,60	\$3,60
Balde de plástico 12 lts,	1	\$2,00	\$2,00
Balde de plástico 8 lts,	1	\$2,00	\$2,00
Banco de plástico	3	\$3,05	\$9,15
Cesto de plástico calado	2	\$2,70	\$5,40
Colador de hierro	2	\$2,15	\$4,30
Ensaladera de acero inoxidable	2	\$1,30	\$2,60
Escurreidor de plástico 27 cm,	2	\$1,30	\$2,60
Espátula de madera mediana	2	\$1,10	\$2,20
Exprimidor de limón de aluminio	1	\$4,30	\$4,30
Canasta de plástico	2	\$4,00	\$8,00
Basureros de metal	2	\$3,90	\$7,80
Tacho de plástico mega fuerte	5	\$6,55	\$32,75
Tanques de gas	4	\$35,00	\$140,00
Jarra plástica 1 lt,	4	\$0,89	\$3,56
Jarra plástica 2 lt,	4	\$2,79	\$11,16
Sartén mediano de teflón	2	\$7,00	\$14,00
Sartén asador 28 cm,	1	\$32,00	\$32,00
Juego de sartenes de 20 y 24 cm,	1	\$29,99	\$29,99
Cuchillos tramontina med,	3	\$11,00	\$33,00
Cuchillos tramontina grandes	3	\$15,00	\$45,00
Set de toallas de cocina x 3 unidades	4	\$6,59	\$26,36
Paila gruesa	2	\$21,20	\$42,40
Olla Umco 32	2	\$39,00	\$78,00
Olla Umco 36	2	\$57,00	\$114,00
Olla Umco 40	1	\$69,00	\$69,00
Set de cuchillos + tabla	2	\$10,00	\$20,00
Vasos de vidrio liso 14 onz,	20	\$0,42	\$8,40
Jarra de vidrio	25	\$2,93	\$73,25
Copas de cristal	20	\$0,89	\$17,80
Servilletero	40	\$0,99	\$39,60
Ajicero	40	\$1,99	\$79,60
Salero y pimentero	40	\$2,00	\$80,00
Envase para salsa	40	\$0,59	\$23,60
Envase para mayonesa	40	\$0,59	\$23,60
Tenedores x 12	20	\$11,25	\$225,00
Cuchillos x 12	20	\$13,50	\$270,00
Cucharas para sopa x 12	20	\$11,25	\$225,00
Cucharas para postre x 12	20	\$6,75	\$135,00
Plato base de 30 cm diámetro	20	\$6,50	\$130,00

Plato llano de 27 cm diámetro	20	\$4,80	\$96,00
Plato medio de 25 cm diámetro	20	\$4,00	\$80,00
Plato medio de 17,5 cm de diámetro	20	\$2,00	\$40,00
Plato hondo de 18,7 cm de diámetro	20	\$2,10	\$42,00
Plato para pan de 16 cm de diámetro	20	\$1,80	\$36,00
Plato de 8 cm de diámetro	20	\$1,50	\$30,00
Plato de 16 cm de diámetro	20	\$1,90	\$38,00
Tazas	20	\$2,25	\$45,00
Plato base para taza	20	\$1,50	\$30,00
MESAS	5	\$25,00	\$125,00
SILLAS	20	\$12,00	\$240,00
TOTAL			\$6.421,37

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.7.3. Área de descanso

Existe un área de descanso para que puedan disfrutar de la sala en la cual pueden visualizar en la ventana el hermoso paisaje, o visualizar canales deportivos vía cable.

Tabla 14-4. Menesteres de Zona de Recepción

Menesteres De Zona De Recepción			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Mueble tipo recepción con divisiones	1	\$250,00	\$250,00
computadora	1	\$550,00	\$550,00
Sillas de madera	2	\$13,00	\$26,00
caja fuerte	1	\$350,00	\$350,00
Estante para llaves de cabañas	1	\$80,00	\$80,00
Juegos de sillones	1	\$230,00	\$230,00
Mesa de centro	1	\$25,00	\$25,00
TOTAL			\$1.511,00

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.7.4. Área de actividades agroturísticas

Existirá un área de cultivo donde las personas podrán experimentar como se cultiva en la cual podrá desarrollar habilidades de cultivo general obteniendo así su propio alimento.

Tabla 15-4. Enseres de Agronomía

enseres de agronomía			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	TOTAL
Cuerda 100mts	12	\$50,00	\$600,00
Ponchos de agua	12	\$3,50	\$42,00
Botas de caucho	12	\$5,00	\$60,00
Azadón	12	\$5,00	\$60,00
Recipiente de plástico	12	\$0,50	\$6,00
total			\$768,00

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.7.5. Área de camping

Se establecerá un área de campamento muy cerca de la cabaña en la cual podrán realizar todo tipo de actividades que sean permitidas por el sector: fogatas, acampar con sleeping, visualizar las estrellas entre otros.

Así mismo se podría realizar visitas mediante un guía del campamento, por lo cuales podrán visitar lugares exóticos y hermosos como la cascada de Mundug.

Tabla 16-4. Enseres de baños

Enseres de baños				
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo mensual	Costo anual
Esponja mixta estrella 10g	12	\$0,50	\$0,50	\$6,00
Estropajo de alambre estrella x3	12	\$0,70	\$0,70	\$8,40
Cloro ajax 2000cc	48	\$2,43	\$9,72	\$116,64
Limpiador pato tanque pastilla 48g	200	\$2,84	\$47,33	\$568,00
Desinfectante fresklin 100cc	24	\$2,65	\$5,30	\$63,60
Detergente deja 1000g	48	\$2,50	\$10,00	\$120,00
Jabón lava todo 6250g x 2	48	\$1,10	\$4,40	\$52,80

Lavavajilla axion 900g	24	\$2,85	\$5,70	\$68,40
Fundas para basura x 10	300	\$0,50	\$12,50	\$150,00
TOTAL				\$1.153,84

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 17-4. Enseres de botiquín

Enseres de botiquín			
Implementos para botiquín	Unidades	Contos en dólares	Total
Alcohol	20	\$0,50	\$10,00
Yodo	20	\$0,75	\$12,50
Gasas	20	\$0,10	\$2,00
Aspirinas	2 cajas	\$8,00	\$16,00
Esparadrapo	2 cajas	\$5,00	\$10,00
Total, gastos			\$50,50

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 18-4. Enseres de Camping

Enseres de Camping			
Implementos para acampar	Unidades	Contos en dólares	Total
Mochila	22	\$30,00	\$660,00
Linterna	22	\$6,00	\$132,00
Toalla de secado rápido	22	\$2,00	\$44,00
Bolsa de dormir	22	\$80,00	\$1.760,00
Repelente	22	\$1,00	\$22,00
Protector solar	22	\$2,00	\$44,00
Papel higiénico	22	\$1,00	\$22,00
Carpa	22	\$70,00	\$1.540,00
Parasoles	22	\$20,00	\$440,00
Carpa	22	\$96,00	\$2.112,00
Candado	22	\$1,00	\$22,00
Total, gastos			\$6.798,00

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Facilidad de alquiler

- Alquiler de carpas
- Alquiler de sleeping
- Alquiler de otros implementos para acampar
- Alquiler de instrumentos deportivos

4.2.8. Flujograma del proceso productivo general de servicios del proyecto turístico

El presente proyecto turístico brinda cuatro servicios principales: Gastronomía, Actividades Agroturísticas, Hospedaje en carpas y Áreas de recreación la cual los clientes tienen la factibilidad o la facilidad de escoger dichas actividades.

4.2.8.1. Flujograma de gastronomía

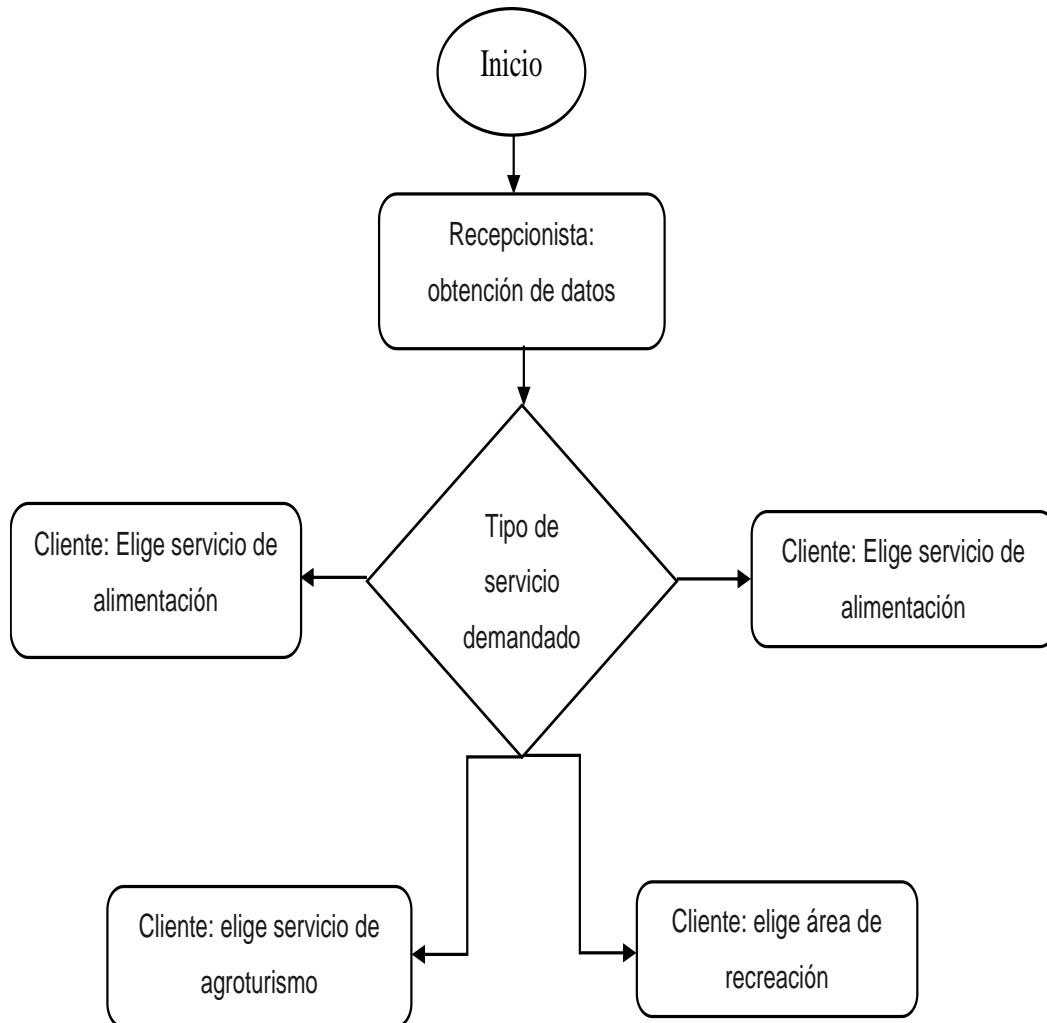


Gráfico 12-4. Flujograma de gastronomía

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.8.2. Flujograma de Servicio de alimentación

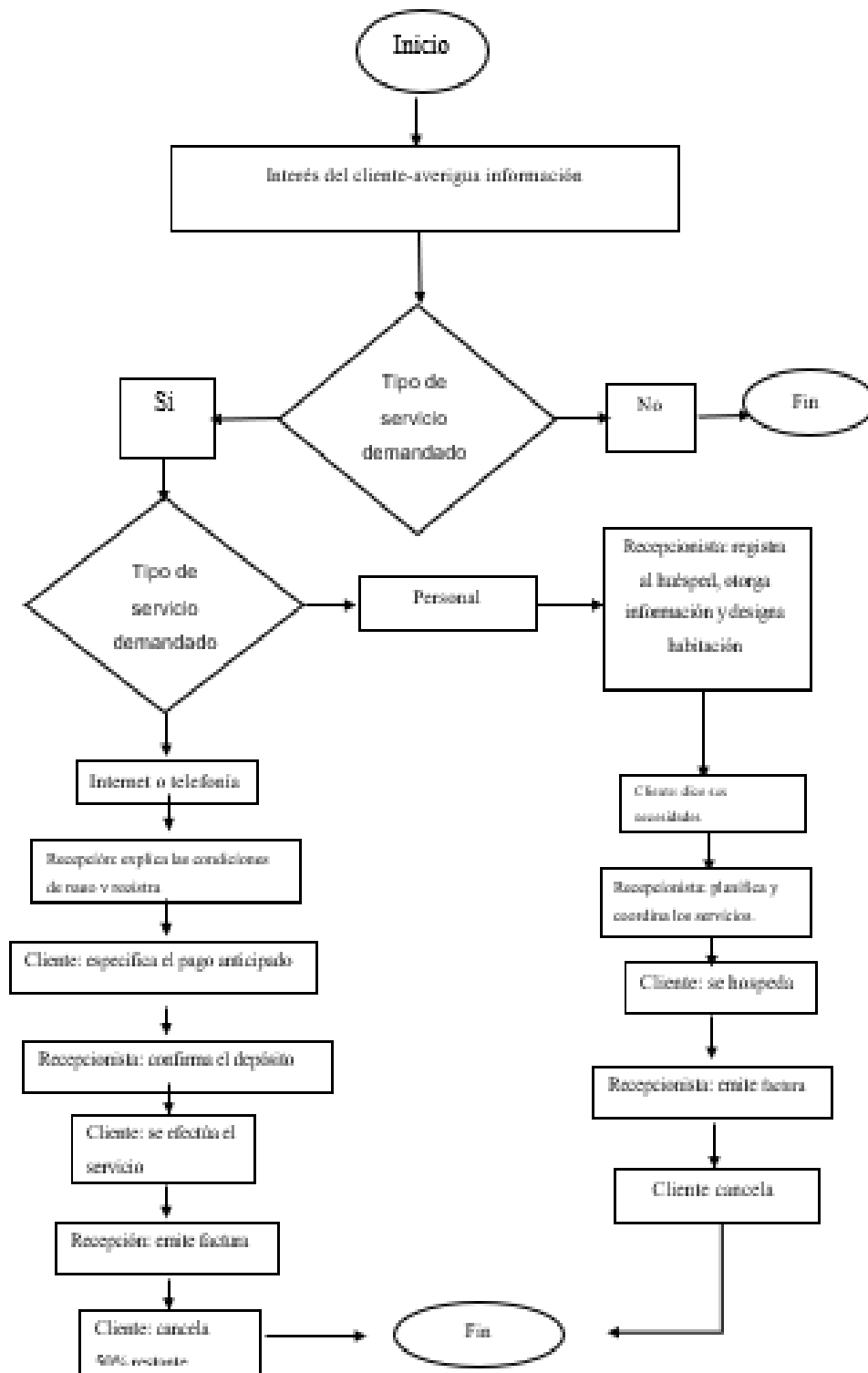


Gráfico 13-4. Flujograma de Servicio de alimentación

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.8.3. Flujograma Reservación de servicios

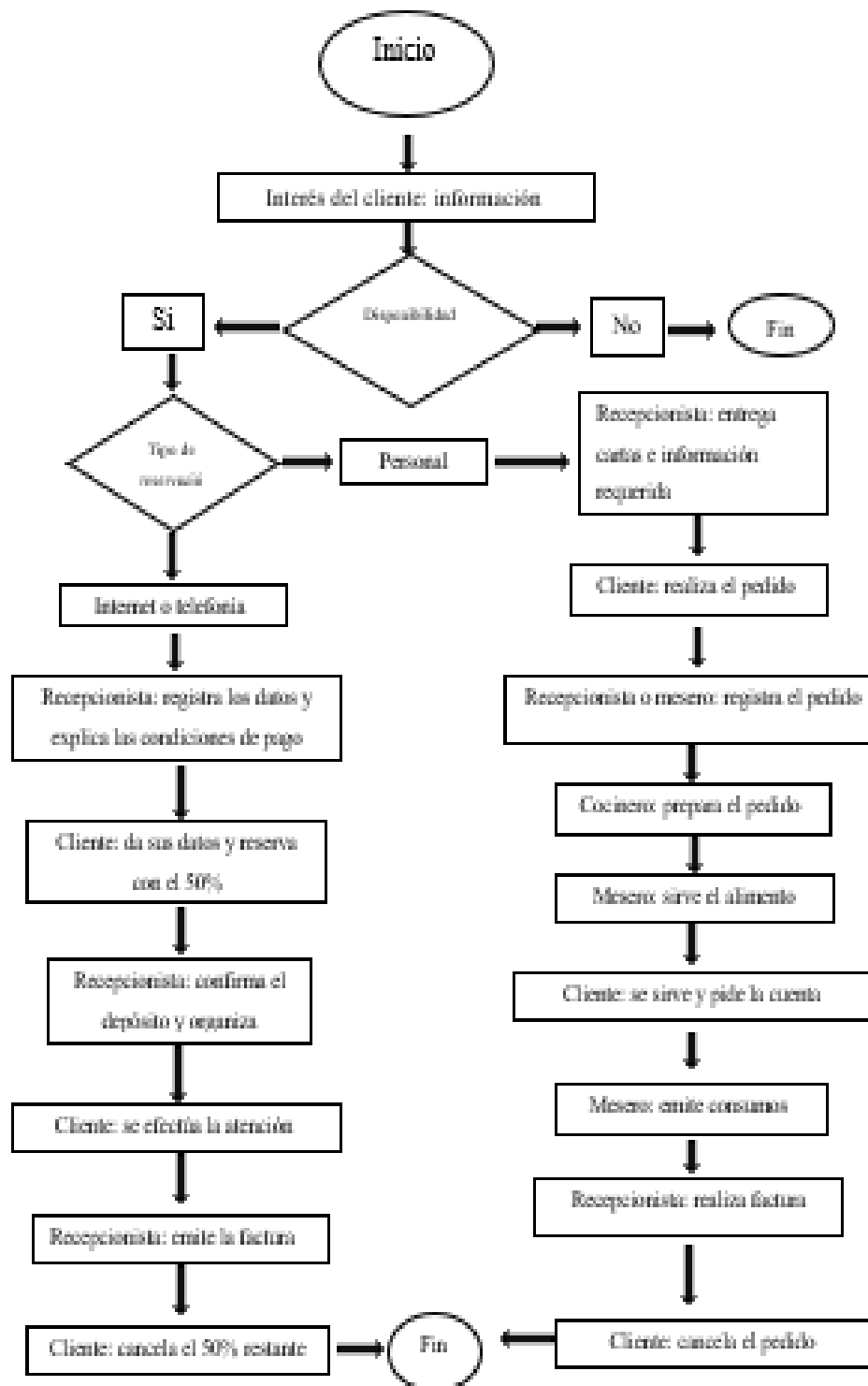


Gráfico 14-4. Flujograma reservación de servicios

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.8.4. Flujograma de servicios de camping

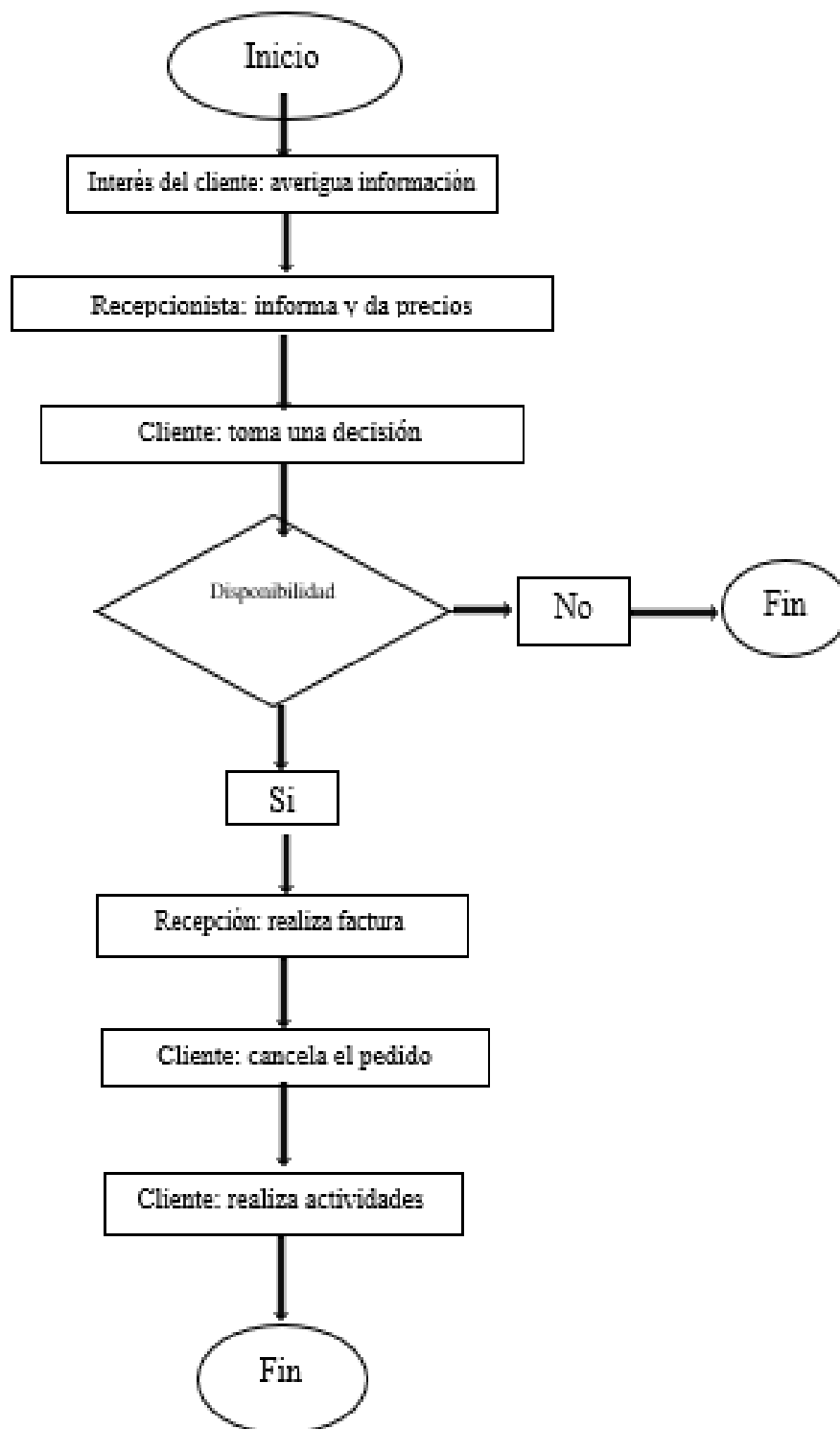


Gráfico 15-4. Flujograma de servicios de camping

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.9. Estrategias de Marketing

Realizamos el análisis de los aspectos distintos acerca de la estrategia de marketing como: producto, precio, plaza y promoción para llegar a cumplir con los objetivos expuestos en este proyecto a corto o largo plazo y a si ser conocidos en el mercado, para aumentar la visita y estadía del turista, también llegara a superar las expectativas del cliente siendo cortés y brindando un buen servicio llenando sus expectativas. Por lo que tiene como fin ofrecer los servicios que sean de satisfacción para los consumidores y lograr la rentabilidad deseada.

4.2.9.1. Producto

TASIN CAMPAMENTO TURÍSTICO, cuyo nombre fue nos hemos basado en tres parámetros uno internacional uno nacional y uno local en el ámbito internacional, la palabra tasín en quichua significa nido, y al utilizar una palabra en quichua remarcamos la apropiación cultural de nuestro país.

4.2.9.2. Precio

El precio de los servicios que brindará el campamento ecológico TASIN, tendrá unos precios acordes a las necesidades del mercado dichos precios se establecen mediante el estudio de la competencia.

4.2.9.3. Plaza

Estamos ubicados en la entrada al sendero Kuri Pishku en el Cantón Patate provincia de Tungurahua el mismo que posee una gran biodiversidad de flora y fauna sobresaliendo la variedad de aves las mismas que tienen un nido en donde vivir a la cual se le llama TASIN.

4.2.9.4. Promoción

La principal promoción se la realizara por medio de las redes sociales, por lo que abarcan un mercado muy extenso y la gran mayoría de personas utilizan estos medios para conocer las promociones de los servicios. Otro medio de promoción será la difusión de volantes en centros comerciales y aeropuertos. Además, cada 8 meses se realizará la publicación en revistas de turismo.

4.2.9.5. Publicidad

Para la publicidad se creó el logotipo mediante el nombre de la empresa mismo que se llamara TASIN, además que se creara paginas promocionales mediante la plataforma más utilizadas en las redes sociales como es Facebook e Instagram.

4.2.10. Logotipo



Figura 3-4. Logotipo

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 19-4. Redes sociales

<i>Fanpage</i>	TASIN_campurist@facebook.com
<i>Instagram</i>	Instagram.comTASIN_campurit

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.2.11. Presupuesto de publicidad en redes sociales

Se debe tener en consideración un presupuesto para el desarrollo del plan de medios, y así lograr los objetivos mencionados para la empresa. A continuación, se presentará el detalle sobre el presupuesto necesario:

Tabla 20-4. Presupuesto Plan de Medios

Presupuesto Plan de Medios						
Actividad	Estrategia	Costo	Unidad	Tiempo	Responsable	Total
Página Web	Publicidad	15	1	12 meses	Gerente	180
Redes sociales	Publicidad	20	2	12 meses	Gerente	480
TOTAL						660

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.3. Estructura legal y administrativa

Para la conformación de la empresa se define como un ente jurídico, quedando como “sociedad anónima”.

4.3.1. Campamento turístico

El funcionamiento del campamento turístico estará sujeto al "Reglamento General de Actividades Turísticas" promulgado en 2002, debido a que esta es la única ley que no ha sido revisada por el actual gobierno y sirve de referencia para cumplir con los requisitos y obligaciones mínimos del campamento.

Art. 35. - Campamento de turismo o camping. - Los campamentos turísticos son aquellas tierras que han sido debidamente delimitadas y ajustadas para promover la vida al aire libre, pasan la noche bajo carpas (carpas) o remolques habitables y deben pagar.

Los campamentos turísticos creados por empresas privadas, agencias estatales o entidades de derecho privado, que sean utilizados para uso exclusivo de sus miembros o socios, y que no tengan fines lucrativos, no estarán sujetos a las normas de este Reglamento. Estos campamentos solo necesitan informar previamente al Ministerio de Turismo de sus condiciones de apertura, y adjuntar una memoria descriptiva de sus características.

El campamento se registrará por las leyes promulgadas por la nueva constitución, para no violar ninguna ley y ser sancionado, y convertirse en una organización dedicada a brindar servicios que ayuden al desarrollo económico de la comunidad.

Dentro de la estructura legal se encuentran una serie de requisitos que se necesitarán para la constitución de la empresa y para su correcto funcionamiento dentro de los cuales vamos a mencionar:

Tabla 21-4. Requisitos para el funcionamiento del establecimiento

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.
<ul style="list-style-type: none">➤ Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.➤ Copia del registro único de contribuyentes (RUC).➤ Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.➤ Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.➤ Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos.➤ Plano topográfico.➤ Croquis de ubicación del establecimiento.➤ Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.➤ Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por el Ministerio de Salud Pública.

<p>Requisitos para obtener el certificado de registro en el Ministerio de Turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Copia de la escritura de constitución. ➤ Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil. ➤ Copia del R.U.C. ➤ Copia de la cédula de identidad del representante. ➤ Copia de la papeleta de votación del representante. ➤ Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI. ➤ Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado. ➤ Lista de Preciso de los servicios ofertados (original y copia). ➤ Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1por mil.
<p>Requisitos para obtención del R.U.C. del SRI.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Original y copia de la cédula de identidad. ➤ Original y copia del último pago de la planilla de agua del domicilio. ➤ Original y copia del último pago de la plantilla de agua del negocio.
<p>Requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Copia Certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de Personas Jurídicas. ➤ Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil, tratándose de Personas Jurídicas. ➤ Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC). ➤ Fotocopia de la Cédula de identidad, según sea la Persona Natural Ecuatoriana o extranjera. ➤ Fotocopia del contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar la razón social. ➤ Certificado del Instituto de Propiedad Intelectual (IEPPI). ➤ Copia del Certificado de Votación. ➤ Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en el juzgado de Inquilinato. ➤ Lista de precios de los servicios ofertados, (Original y Copia) ➤ Licencia de uso de suelo otorgada por el Municipio.
<p>Requisitos para obtener la Patente Municipal de Patate.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Copia de la cedula y papeleta de votación ➤ Copia del R.U.C ➤ Copia permiso del cuerpo de Bomberos ➤ Formulario de Patente de actividades económicas.
<p>Requisitos para afiliación en la Cámara de Turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Permiso anual de funcionamiento otorgado por el Ministerio de Gobierno y Policía. ➤ Permiso de funcionamiento emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Patate. ➤ Permiso de funcionamiento por parte del Ministerio de Salud Pública. ➤ Pago de patentes municipales. ➤ Copia del Registro Único de Contribuyentes emitido por el SRI. ➤ Certificado de registro del Ministerio de Turismo. ➤ Pago de aportaciones de los empleados al Institución Ecuatoriano de Seguridad Social. ➤ Ficha de afiliación a la Cámara de Turismo de Tungurahua. ➤ Copia de las escrituras de la compañía. ➤ Copia del nombramiento del representante legal ➤ Copia de la cedula de identidad representante legal

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 22-4. Costos de requisitos para el funcionamiento del establecimiento

Requisitos	Costo
Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.	20
Requisitos para obtener el certificado de registro en el Ministerio de Turismo.	35
Requisitos para obtención del R.U.C. del SRI.	15
Requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento.	20
Requisitos para obtener la Patente Municipal de Patate.	50
Requisitos para afiliación en la Cámara de Turismo.	30
Total	170

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.3.2. *Requerimiento del área administrativa*

4.3.2.1. *Organigrama Estructural y funcional*

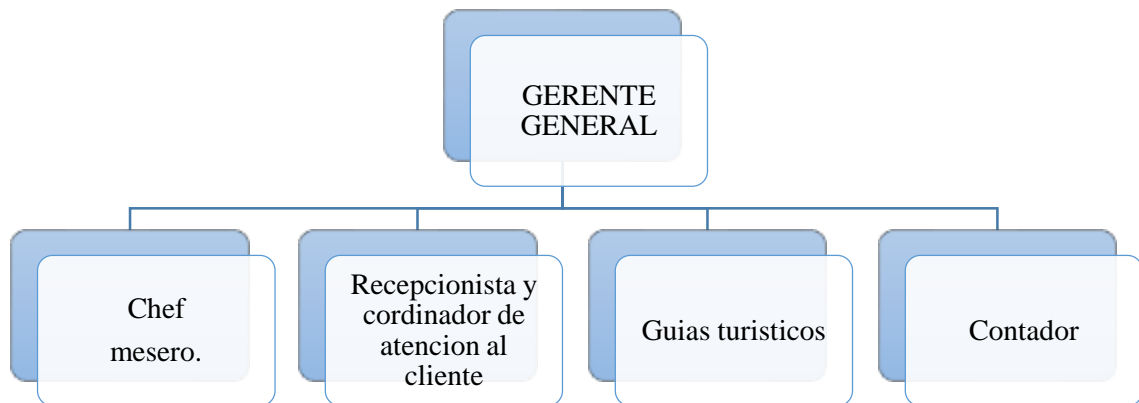


Gráfico 16-4. Organigrama estructural

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

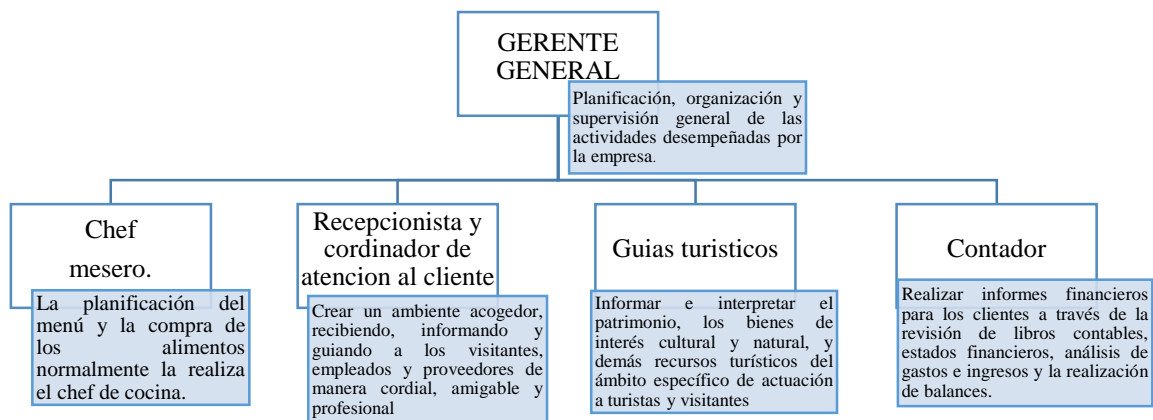


Gráfico 17-4. Organigrama funcional

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Misión

Somos una empresa de experiencias al aire libre, donde la calidad del servicio y nuestras prácticas sostenibles, cubren las expectativas de nuestros clientes, de una empresa comprometida con el medio ambiente.

Visión

Llegar en cinco años a posicionarnos en el país, como una empresa con prácticas ambientales responsables, que sean replicables en todos los espacios que ofrecen actividades turísticas.

Objetivos valores

- **Honestidad:** Ser íntegro y leal con los demás y con uno mismo, tratando con respeto y no actuando con maldad.
- **Trabajo en Equipo:** Propiciando el compañerismo, valorando el esfuerzo y el trabajo de cada uno de los trabajadores. Nadie es mejor que el otro.
- **Voluntad de Servicio:** La colaboración sin interés alguno, haciéndolo con cortesía, actitud positiva, dinamismo para el bienestar de los demás
- **Compromiso y desarrollo personal:** Cumpliendo las funciones designadas con conocimiento, seriedad, compromiso y entrega, además de buscar la superación personal.

Tabla 23-4. Características y requisitos de contratación Gerente general

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO GERENTE GENERAL DE ALOJAMINETO REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL	NTE INEN
	OBJETO	
Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el administrador de empresas de alojamiento.		
ALCANCE		
Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como administrador de empresas de alojamiento del sector turístico.		
CARACTERÍSTICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar objetivos a medio y largo plazo ➤ Gestionar los recursos humanos ➤ Aplicar estrategias de ventas ➤ Garantizar el cumplimiento de las normas de salud seguridad e higiene ➤ Administrar presupuestos ➤ Gestionar inspecciones de equipos ➤ Gestionar las operaciones de mantenimiento ➤ Contratar personal ➤ Programar turnos ➤ Observar la legislación relevante sobre salud seguridad higiene y otros relativa a las comidas ➤ Gestionar objetivos a medio plazo ➤ Supervisar el trabajo para eventos especiales ➤ Asegurar la cooperación entre departamentos ➤ Elaborar estrategias de comercialización ➤ Mantener las instalaciones de acampada ➤ Gestionar las operaciones de atención al público ➤ Gestionar reclamaciones de clientes 		

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 24-4. Características y requisitos de contratación Recepcionista Polivalente

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO RECEPCIONISTA POLIVALENTE REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL.	NTE INEN
	OBJETO	
Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el administrador de empresas de alojamiento.		
ALCANCE		
Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como administrador de empresas de alojamiento del sector turístico.		
CARACTERÍSTICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones: ➤ Actitud. Disposición de ánimo manifestada exteriormente. ➤ Artículos promocionales (amenities). Artículos que promocionan al establecimiento y que son útiles para el huésped. ➤ Cliente importante (VIP). Persona importante o recomendada que recibe un trato preferencial, dado de acuerdo a las políticas del establecimiento de alojamiento. ➤ Competencia. Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas, para cumplir con los requisitos establecida 		

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimiento. Noción, idea, información, es el saber. ➤ Función polivalente. Persona que posee un conocimiento básico de algunas funciones, sin ser especialista en alguna de ellas. ➤ Habilidad. Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer. ➤ Huésped. Cliente que se aloja en un establecimiento de alojamiento. ➤ Ocupación. Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios. ➤ Proceso de salida del huésped (check out). Proceso de facturación y salida del huésped del establecimiento de alojamiento. ➤ Registro de ingreso del huésped (check in). Proceso de registro del huésped al ingresar al establecimiento de alojamiento. ➤ Resultados esperados. Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral. ➤ Vocabulario técnico. Conjunto de palabras de un idioma pertenecientes al uso de una actividad determinada.

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 25-4. Características y requisitos de contratación cocinero

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO COCINERO. REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL.	NTE INEN
	OBJETO	
Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el administrador de empresas de alojamiento.		
ALCANCE		
Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como administrador de empresas de alojamiento del sector turístico.		
CARACTERÍSTICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones: ➤ Actitud. Disposición de ánimo manifestada exteriormente. ➤ Autoservicio (self – service). Servicio mediante el cual el cliente se atiende por sí solo. ➤ Banquete. Servicio de comidas prestado por los hoteles, restaurantes y otros similares que tengan infraestructura para ello, y que constituye una fuente de ingresos complementaria. Consiste en la preparación de comida para un gran número de comensales. ➤ Caza. Conjunto de animales comestibles que viviendo en estado salvaje se cazan en determinadas épocas y se comercializan. ➤ Competencia. Capacidad de movilizar, desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas para cumplir con los requisitos establecidos. ➤ Conocimiento. Noción, idea, información, es el saber. ➤ Existencia (stock). Existencia de productos en almacenamiento bajo los parámetros y las políticas mínimas y máximas de provisión requeridas, de acuerdo a los consumos realizados en un período determinado de tiempo. ➤ Flambear. Técnica que se aplica en la preparación de recetas y consiste en rociar un plato con licor y prenderle fuego para dejar el sabor y aroma en el preparado. ➤ Fondos. Son preparaciones básicas de distinta naturaleza, se refieren a distintos caldos obtenidos de la cocción de materias primas nutritivas, unas procedentes de animales, otras aromáticas y vegetales como cebolla, zanahoria, puerro y apio. ➤ Función polivalente. Persona que posee un conocimiento básico de algunas funciones, sin ser especialista en alguna de ellas. ➤ Garnish. Guarnición preparada de manera decorativa. 		

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guisar. Preparar o cocinar los alimentos sometiéndolos a la acción del fuego. Preparar los alimentos haciéndolos cocer, después de rehogados en una salsa compuesta de grasa, agua o caldo, cebolla y otros condimentos. ➤ Gratinar. Acción de dorar en un horno determinadas preparaciones, con o sin salsa, pero generalmente espolvoreadas de queso rallado y algo de mantequilla.
--

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 26-4. Características y requisitos de contratación Guía Turístico

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO GUIA TURISTICO REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL.	NTE INEN
	OBJETO	
	Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el administrador de empresas de alojamiento.	
	ALCANCE	
	Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como administrador de empresas de alojamiento del sector turístico.	
	CARACTERÍSTICAS	
	<p>El guía nacional se ocupa, principalmente, de acompañar, orientar y transmitir información a personas o grupos, durante el trayecto de la excursión, adoptando todas las atribuciones de naturaleza técnica y administrativa necesarias para la fiel ejecución del programa, lo que comprende recibir, trasladar y acomodar al turista.</p> <p>Resultados esperados El guía nacional certificado para obtener los resultados esperados en base a esta norma debe cumplir como mínimo con los siguientes requisitos:</p> <p>Organizar su trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) programar las actividades a realizar; b) asegurar la comunicación con la operadora y reportar cualquier incidente, imprevisto o solicitud cambio; c) verificar y asegurar material y equipos necesarios para las actividades programadas; d) estudiar y ajustar itinerarios en función de las vías de acceso, condiciones de seguridad, horario, puntos de paradas y necesidades especiales de los turistas. <p>Cumplir los procedimientos administrativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) recibir y mantener la carpeta con documentación de la operadora y del turista, que puede incluir orden de trabajo, etiquetas para maletas, comprobante de servicios (Boucher o comprobantes), entradas, lista con nombres y distribución de habitaciones (listas de pasajeros), nacionalidades, número de documento de identidad, restricciones alimenticias y condiciones médicas del grupo. b) elaborar reportes de gastos con sus respectivos documentos de soporte; c) reportar novedades, alteraciones de itinerarios y/o servicios, quejas y sugerencias de los pasajeros, informes o evaluaciones sobre el viaje; d) gestionar la entrada y salida de los pasajeros en los diferentes servicios turísticos; e) controlar el equipaje; f) comprar boletos de servicios que no hayan sido previamente adquiridos por la operadora; g) pagar propinas e imprevistos. <p>Conducir y mantener el control del grupo</p> <ul style="list-style-type: none"> a) recibir a los turistas de acuerdo con el protocolo de servicios establecido; b) Impartir a los turistas las instrucciones y recomendaciones acerca de la actividad a desarrollar, garantizando el bienestar de las mismas y el cumplimiento del programa; c) desarrollar la actividad de acuerdo a lo establecido; d) propiciar reglas de convivencia; e) mantener el liderazgo y la unidad del grupo; f) resolver desacuerdo en los servicios; g) supervisar el embarque y desembarque de los turistas; h) verificar la cantidad de participantes permanentemente y mantener el contacto visual y/o auditivo con los turistas; i) orientar sobre los riesgos y formas de comportamiento. <p>Orientar al conductor de transporte turístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) orientar y coordinar itinerario, horario y punto de parada; 2) alertar sobre aspectos de seguridad, confort, limpieza y velocidad adecuados al interés del grupo; 3) sugerir comportamientos al conductor; 4) supervisar la actitud y responsabilidad del conductor de transporte turístico. <p>Cuidar del servicio a bordo del transporte turístico:</p>	

- a) desarrollar la conferencia a bordo, cuando sea necesario;
 - b) servir agua embotellada, refrigerios;
 - c) distribuir almohadas y cobijas, cuando sea necesario;
 - d) supervisar la limpieza e higiene del transporte;
 - e) asegurar que los pasajeros no olviden sus pertenencias en el transporte.
- Dominar itinerarios de excursión:
- a) demostrar capacidad para guiar turistas en visita, viaje y trayecto;
 - b) prestar información y asistencia al turista en los servicios de acompañamiento, recepción, traslado, hospedaje, alimentación y entretenimiento.
- Apoyar al guía especializado:
- a. recomendar viajes e itinerarios específicos;
 - b. preparar al turista para las actividades programadas con el guía especializado; c. brindar información al guía especializado; d. colaborar con el guía especializado.
- Asegurar el bienestar del turista:
- a) ajustar la excursión al perfil y solicitud del turista;
 - b) viabilizar actividades de entretenimiento e integración;
 - c) fomentar relaciones positivas entre los miembros del grupo;
 - d) mantener al turista motivado e interesado en la programación;
 - e) mantener informado al turista sobre el programa a realizar;
 - f) gestionar reclamos y sugerencias;
 - g) ayudar a las personas con necesidades especiales;
 - h) celebrar cumpleaños y fechas importantes para los turistas;
 - i) gestionar retornos anticipados;
 - j) acompañar y asistir al turista en trámites administrativos;
- Asegurar la calidad de los servicios:
- a) inspeccionar la calidad de los medios de transporte utilizados y reportar anomalías a la operadora al momento de detectarlas;
 - b) inspeccionar la calidad de los servicios de alojamiento, alimentación y otros utilizados y reportar anomalías a la operadora al momento de detectarlas.
- Actuar en emergencias:
- a) identificar alternativas de solución;
 - b) solicitar auxilio;
 - c) controlar situaciones de pánico;
 - d) proveer primeros auxilios básicos;
 - e) identificar puntos de auxilio
- Cuidar de la imagen de la operadora contratante:
- a) demostrar confianza en la operadora y profesionalismo en el caso de equivocación;
 - b) asegurar la fidelidad del cliente.
- Cuidar de la apariencia personal y postura profesional:
- a) cuidar de la higiene, apariencia, postura corporal y disposición física;
 - b) evitar relacionarse íntimamente con el turista;
 - c) manejar situaciones incómodas;
 - d) usar el lenguaje y trato apropiados.
- Promover el turismo:
- a) recomendar opciones de interés para el turista;
 - b) sugerir otros itinerarios;
 - c) recomendar puntos de compra y paseos adicionales

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 27-4. Características y requisitos de contratación Contador

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO CONTADOR REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL.	NTE INEN
OBJETO		
Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el administrador de empresas de alojamiento.		
ALCANCE		
Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como administrador de empresas de alojamiento del sector turístico.		
CARACTERÍSTICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de análisis y síntesis ➤ Razonamiento matemático ➤ Inclinación por la computación y la tecnología ➤ Habilidad para jerarquizar información ➤ Competencias para el trabajo en equipo ➤ Ética ➤ Pasión por los negocios ➤ Liderazgo ➤ Creatividad ➤ Compromiso ➤ Responsabilidad ➤ Trabajar en equipo 		

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Una vez realizado el análisis estructural de la organización se plantea el gasto tal de administración en la tabla 28-4.

Tabla 28-4. Sueldos del personal

Cargo	N°	Costo mensual	Costo anual
Administrador	1	600	7200
Recepcionista	2	400	4800
Chef	1	500	6000
Guía turístico	2	500	6000
Contador	2	500	6000
		TOTAL	30000

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.4. Estudio ambiental

4.4.1. Identificación de acciones que puedan causar impacto:

Tabla 29-4. Identificación de acciones que puedan causar impacto

Fase de instalación	Fase de Operación
Movimiento de tierras	Operación Turística
Montaje de la obra	Actividades turísticas
	Actividades recreacionales
	Educación ambiental
	Eliminación de desechos
	Fuentes de trabajo

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.4.2. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptible a recibir impacto

- ❖ Aire
- ❖ Suelo
- ❖ Agua
- ❖ Flora y fauna
- ❖ Socio – económico
- ❖ Paisaje

4.4.3. Matriz de impacto ambiental

Tabla 30-4. Matriz de impacto ambiental

Componente ambiental	Actividades							Impacto	Criterio de evaluación										
	Movimiento de tierras	Montaje de la obra	Operación Turística	Actividades turísticas	Actividades recreacionales	Educación ambiental	Eliminación de desechos		Fuentes de trabajo	Naturaleza	Magnitud	Importancia	Certeza	Tipo	Reversibilidad	Duración	tiempo en aparecer	considerado en proyecto	Ponderación
Aire	x	x	x						Emisión de gases contaminantes	(-)	2	1	C	Pr	2	3	C	N	7
Suelo	x	x							Compactación	(-)	2	1	D	Pr	2	3	M	N	7
	x	x		x	x		x		Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	(-)	2	1	C	Sc	1	3	C	N	6
Agua					x	x			Revalorización de la naturaleza	+	1	3	D	Pr	1	1	C	S	5
Flora y fauna	x	x					x		Modificación del hábitat	(-)	2	2	C	Pr	1	1	C	N	6
	x	x		x	x		x		Alejamiento de especies de fauna	(-)	2	2	C	Sc	2	2	C	N	8
	x	x		x					Pérdida de flora	(-)	2	2	C	Sc	2	3	C	N	9
		x			x				Reforestación de especies nativas	+	1	3	C	Pr	2	1	M	S	6
Socio económico				x	x	x			Aumento de turismo en la zona	+	2	3	D	Pr	2	3	L	S	1
					x	x			Sensibilización de turistas	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
				x	x	x			Intercambio cultural	+	2	1	C	Pr	2	3	M	S	7
	x	x	x	x	x			x	Dinamización de la economía local	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
					x				Esparcimiento	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
Paisaje	x	x		x	x		x		Generación y eliminación de basura	(-)	2	2	D	Pr	1	1	C	N	6
	x	x		x	x				Perturbación por ruido	(-)	1	1	D	Pr	1	1	C	N	3
	x	x					x		Modificación del entorno	(-)	2	2	C	Pr	1	3	C	N	8

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 31-4. Medidas de mitigación de impactos

Componente ambiental	Actividades								Total (+)	Total (-)	Total
	Movimiento de tierras	Montaje de la obra	Operación Turística	Actividades turísticas	Actividades recreacionales	Educación ambiental	Eliminación de desechos	Fuentes de trabajo			
Aire	-7	-8	-8							-23	23
Suelo	-13	-13		-6	-6		-6			-44	44
Agua		6			5	5	-14		16	-14	30
Flora y fauna	-23	-23		-17	-8	6			6	-71	77
Socio – económico	9	9	9	27	45	27	-14	7	133	-14	147
Paisaje	-17	-17		-9					27	-43	70
Total +	9	15	9	27	50	38		7	155		155
Total -	-60	-61	-8	-32	-14		-34	0		-209	209
Total	69	76	17	59	64	38	34	7			364

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Mediante el estudio de análisis sobre el impacto ambiental se determina que se procederá a realizar actividades para mantener el medio ambiente en un estado.

4.4.4. Interpretación de la matriz

Como observamos en el cuadro anterior las labores son respectivamente negativas; con valores negativos de 209 y de 155 de valores positivos ya que se inicia el proyecto de factibilidad desde los inicios de la construcción.

Otra variable tenemos de puntaje de 50 positivo, en la cual es la actividad principal que se enfoca en la recreación, mediante esto se genera nuevas gentes de trabajo ya que es un factor socio cultural, reduciendo el desempleo, dando a conocer al turista sobre la naturaleza y poder concientizarlo para proteger el medio ambiente.

En cambio, las actividades de menor relevancia son las que afectan al medio ambiente son: montaje de la obra y el movimiento de la tierra, ya que estos tienen un puntaje de 60, tomando en cuenta que las actividades para realizar la obra se utilizara técnicas para el cuidado de la misma.

A nivel socio-económico por otro lado se visualiza el componente ambiental se paró en un nivel de 133, dando como el mejor beneficioso, ya que brinda una mejor oportunidad de fuentes de empleo para el sector.

4.4.5. Medidas de mitigación

Tabla 32-4. Medidas de mitigación

Impacto	Acciones
Emisión de gases contaminantes	Utilizar químicos no muy nocivos y con mucha precaución La maquinaria que se use deberá estar en perfecto estado y con sus mantenimientos al día.
Alejamiento de especies por ruido	La persona o empresa contratada deberá cumplir con lo establecido en el COA no sobrepasar los 55dB
Contaminación por desechos	Creación de composta
Mal tratamiento aguas residuales	Tratamiento de aguas residuales mediante un estaque con plantas limpiadoras.
Aculturación por turistas	Rescatar las manifestaciones culturales, folklóricas y tradiciones de la parroquia y la cultura.

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.4.6. Presupuesto de estudio ambiental

Tabla 33-4. Presupuesto para medidas de mitigación

Mantenimiento De Las Áreas Vedes	
Dólares Anuales	
Compra de plantas	\$1.000,00
Compra de abono	\$450,00
Limpieza de la maleza	\$450,00
Sembrío de plantas	\$550,00
Riego de plantas	\$150,00
Otros gastos	\$450,00
Sub total	\$3.050,00
Actividades internas	
Plan de revitalización cultural	\$1.500,00
Creación de dos estanques para composta	\$500,00
Tiramiento de aguas residuales con plantas limpiadoras	\$500,00
Sub total	\$2.500,00
	\$5.550,00

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5. Estudio Económico Financiero

Mediante el estudio de viabilidad económica se definirá, los beneficios y costos estimado para el proyecto y si es recomendable para llevar a cabo y luego ejecutar el proyecto. En la ejecución de este proyecto se considerará los estudios a profundidad, con la calidad y cantidad de información obtenida, siendo estas las etapas para considerar la factibilidad del proyecto (Flores, 2018).

El estudio económico es “sistematizar y ordenar la información monetaria que generan las etapas mencionadas anteriormente y desarrollando los cuadros analíticos que nos servirán para la evaluación económica” (Baca, 2010).

Según (Baca, 2010) menciona que para el desarrollo del estudio económico es imprescindible analizar los siguientes elementos:

4.5.1. Inversión total inicial

Tabla 34-4. Inversiones del proyecto

Inversiones	Inversiones propias	Inversiones financiera	Total
Activos fijos	\$43.343,36	\$38.631,71	\$81.975,07
Terreno	\$25.000,00		\$25.000,00
Construcción y edificación		\$38.631,71	\$38.631,71
Maquinaria y equipos	\$15.036,37		\$15.036,37
Muebles y enseres	\$1.226,00		\$1.226,00
Insumos y suministros	\$2.080,99		\$2.080,99
Activos diferidos	\$6.880,00		\$6.880,00
Gasto de organización y constitución	\$170,00		\$170,00
Promoción y publicidad	\$660,00		\$660,00
Gasto de impacto ambiental	\$5.550,00		\$5.550,00
Estudios de investigación	\$500,00		\$500,00
Capital de trabajo	\$39.193,13		\$39.193,13
sueldos y salarios	\$30.000,00		\$30.000,00
Servicios básicos	\$1.440,00		\$1.440,00
Materia prima	\$7.753,13		\$7.753,13
Contingencia			\$500,00
Total			\$128.048,20

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5.2. Fuentes de financiamiento

En este punto de especificará las fuentes de financiamiento que aportaron para la realización del proyecto.

Tabla 35-4. Fuentes de financiamiento

Total, de la inversión	\$128.048,20
Detalle	
Accionista 1	\$44.708,24
Accionista 2	\$44.708,24
BanEcuador	\$38.631,71


Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Para el desarrollo del proyecto se realizó una inversión mediante 2 accionistas mismos que invertirá un cantidad de 44708.24 por cada uno, así mismo se realizará un préstamo en la entidad financiera BanEcuador de un total de 38631.71.

4.5.3. Cálculo de pago de deuda

Mediante le prestamos realizado en BanEcuador de una cantidad de 38631.71, préstamo adquirido de tipo PYME en la cual se procederá a pagar a un tiempo de 4 años con una cuota fija de 971.80, una tasa de nominal del 9.76%, y una tasa efectiva de 10.21%.

Tabla 36-4. Cálculo de pago de la deuda

				
<i>Detalle Simulación de Crédito</i>				
<i>Tipo</i>	<i>PYME</i>			
<i>Destino</i>	<i>Activo Fijo</i>	<i>Tasa Nominal(%)</i>		9.76
<i>Sector Económico</i>	<i>N/A</i>	<i>Tasa Efectiva(%)</i>		10.21
<i>Facilidad</i>	<i>Asociaciones</i>	<i>Monto(USD)</i>		38,491.00
<i>Tipo Amortización</i>	<i>Cuota Fija</i>	<i>Plazo(Años)</i>		4
<i>Forma de Pago</i>	<i>Mensual</i>	<i>Fecha Simulación</i>		2022-02-18
<i>Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.</i>				
Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
\$1,00	\$37.832,26	\$658,74	\$313,06	\$971,80
\$2,00	\$37.168,16	\$664,10	\$307,70	\$971,80
\$3,00	\$36.498,66	\$669,50	\$302,30	\$971,80
\$4,00	\$35.823,72	\$674,94	\$296,86	\$971,80
\$5,00	\$35.143,28	\$680,43	\$291,37	\$971,80
\$6,00	\$34.457,31	\$685,97	\$285,83	\$971,80
\$7,00	\$33.765,77	\$691,55	\$280,25	\$971,80
\$8,00	\$33.068,59	\$697,17	\$274,63	\$971,80
\$9,00	\$32.365,75	\$702,84	\$268,96	\$971,80
\$10,00	\$31.657,19	\$708,56	\$263,24	\$971,80
\$11,00	\$30.942,87	\$714,32	\$257,48	\$971,80
\$12,00	\$30.222,74	\$720,13	\$251,67	\$971,80
\$13,00	\$29.496,75	\$725,99	\$245,81	\$971,80
\$14,00	\$28.764,85	\$731,89	\$239,91	\$971,80
\$15,00	\$28.027,01	\$737,85	\$233,95	\$971,80
\$16,00	\$27.283,16	\$743,85	\$227,95	\$971,80
\$17,00	\$26.533,26	\$749,90	\$221,90	\$971,80
\$18,00	\$25.777,26	\$756,00	\$215,80	\$971,80
\$19,00	\$25.015,12	\$762,15	\$209,66	\$971,80
\$20,00	\$24.246,77	\$768,34	\$203,46	\$971,80
\$21,00	\$23.472,18	\$774,59	\$197,21	\$971,80
\$22,00	\$22.691,29	\$780,89	\$190,91	\$971,80
\$23,00	\$21.904,04	\$787,24	\$184,56	\$971,80

\$24,00	\$21.110,39	\$793,65	\$178,15	\$971,80
\$25,00	\$20.310,29	\$800,10	\$171,70	\$971,80
\$26,00	\$19.503,68	\$806,61	\$165,19	\$971,80
\$27,00	\$18.690,51	\$813,17	\$158,63	\$971,80
\$28,00	\$17.870,72	\$819,78	\$152,02	\$971,80
\$29,00	\$17.044,27	\$826,45	\$145,35	\$971,80
\$30,00	\$16.211,10	\$833,17	\$138,63	\$971,80
\$31,00	\$15.371,15	\$839,95	\$131,85	\$971,80
\$32,00	\$14.524,37	\$846,78	\$125,02	\$971,80
\$33,00	\$13.670,70	\$853,67	\$118,13	\$971,80
\$34,00	\$12.810,08	\$860,61	\$111,19	\$971,80
\$35,00	\$11.942,47	\$867,61	\$104,19	\$971,80
\$36,00	\$11.067,80	\$874,67	\$97,13	\$971,80
\$37,00	\$10.186,02	\$881,78	\$90,02	\$971,80
\$38,00	\$9.297,07	\$888,95	\$82,85	\$971,80
\$39,00	\$8.400,88	\$896,18	\$75,62	\$971,80
\$40,00	\$7.497,41	\$903,47	\$68,33	\$971,80
\$41,00	\$6.586,59	\$910,82	\$60,98	\$971,80
\$42,00	\$5.668,36	\$918,23	\$53,57	\$971,80
\$43,00	\$4.742,66	\$925,70	\$46,10	\$971,80
\$44,00	\$3.809,43	\$933,23	\$38,57	\$971,80
\$45,00	\$2.868,61	\$940,82	\$30,98	\$971,80
\$46,00	\$1.920,14	\$948,47	\$23,33	\$971,80
\$47,00	\$963,96	\$956,18	\$15,62	\$971,80
\$48,00	\$0,00	\$963,96	\$7,84	\$971,80

Fuente: BanEcuador (2021).

4.5.4. Determinación de costos

Nos permite obtener el costo del desembolso sea este del pasado, el presente o para un futuro.

4.5.4.1. Costo de producción

El costo de producción es el análisis realizado en el estudio técnico, los costos de producción determinan el costo de la materia prima, de la mano de obra, energía eléctrica, agua, mantenimiento, etc.

Tabla 37-4. Costo por plato seco de pollo

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Pollo	1	u	9,00	9,00
Tomate	2	u	0,15	0,30
Pimiento	1	u	0,25	0,25
Perejil	1	1gr	0,10	0,10
Cilantro	2	3gr	0,10	0,20

Ají	1	u	0,15	0,15
Cebolla paitaña	2	u	0,20	0,40
Ajo	4	u	0,15	0,60
Laurel	2	3gr	0,10	0,20
Achiote	2	1 ml	0,10	0,20
Cerveza	1	u	1,30	1,30
Cubito de caldo de gallina	1	u	0,25	0,25
Sal y comino	1	3gr	0,20	0,20
Costo total de materia prima				13,15
Costo total de materia prima por plato				1,64
12%				0,20
75%				1,23
P.V.P				3,07

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 38-4. Enseres de cocina

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo mensual	Costo anual
Fósforos el sol paquete x10	5	0,75	0,31	3,75
Aceite alesol 1Lt. Funda	24	1,85	3,70	44,40
Achiote en grano 40gr.	12	0,50	0,50	6,00
Chocolate en polvo la Universal 500g.	12	1,90	1,90	22,80
Aliño condimensa 380g.	12	0,92	0,92	11,04
Anís estrellado 12g.	6	0,70	0,35	4,20
Café Nescafé 85g.	12	4,90	4,90	58,80
Canela en rama 30g.	6	0,80	0,40	4,80
Hierbas aromáticas horminans 25 sobres	12	1,06	1,06	12,72
Sal Ecuasal 1k	24	0,50	1,00	12,00
Pimienta molida 500g.	24	0,50	1,00	12,00
Margarina Bonella 1k	12	2,90	2,90	34,80
Cerveza	48	1,10	4,40	52,80
Vinagre blanco 500cc	6	0,97	0,49	5,82
Harina de trigo YA 1k	6	2,49	1,25	14,94
Pimienta negra	12	0,65	0,65	7,80
Pasta de maní 200g.	12	1,65	1,65	19,80
Coñac botella	12	2,79	2,79	33,48
Arroz 1001 50kg	6	49,00	24,50	294,00
Azúcar Valdez 50kg	3	47,00	11,75	141,00
SUBTOTAL				796,95
10% imprevistos				79,70
TOTAL				876,65

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5.5. Depreciación de activos fijos

Tabla 39-4. Depreciación de activos fijos

Activo	Valor del bien	Depreciación por la ley (Años)	Depreciación anual	Depreciación por uso en el proyecto(5 años)	Valor de salvamento
Insumos y suministros	\$2.080,99	\$3,00	\$693,66	\$3.468,32	-\$1.387,33
Maquinaria y equipos	\$15.036,37	\$10,00	\$1.503,64	\$7.518,19	\$7.518,19
Muebles y enseres	\$1.226,00	\$10,00	\$122,60	\$613,00	\$613,00
Infraestructura	\$38.631,71	\$20,00	\$1.931,59	\$9.657,93	\$28.973,78
Total			\$4.251,49	\$21.257,43	\$35.717,64

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5.6. Amortización de activos diferidos

Tabla 40-4. Amortización de activos

Activos diferidos	2021	2022	2023	2024	2025	2026
\$6.880,00	\$1.376,00	\$1.376,00	\$1.376,00	\$1.376,00	\$1.376,00	\$1.376,00

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5.7. Estructura de costos y gastos

Tabla 41-4. Costos y gastos

Denominación	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Costos de producción						
Suministros de insumos	\$2.080,99	\$2.351,52	\$2.657,22	\$3.002,65	\$3.393,00	\$3.834,09
Materia prima	\$7.753,13	\$8.761,04	\$9.899,97	\$11.186,97	\$12.641,27	\$14.284,64
SUB TOTAL 1	\$9.834,12	\$11.112,56	\$12.557,19	\$14.189,62	\$16.034,27	\$18.118,73
Gastos Administrativos						
Sueldos y salarios	\$30.000,00	\$33.900,00	\$38.307,00	\$43.286,91	\$48.914,21	\$55.273,06
Servicios básicos	\$1.440,00	\$1.627,20	\$1.838,74	\$2.077,77	\$2.347,88	\$2.653,11
Depreciaciones	\$4.251,49	\$4.804,18	\$5.428,72	\$6.134,46	\$6.931,94	\$7.833,09

SUB TOTAL 2	\$35.691,49	\$40.331,38	\$45.574,46	\$51.499,14	\$58.194,03	\$65.759,25
Gastos comerciales						
Promoción y publicidad	\$660,00	\$745,80	\$842,75	\$952,31	\$1.076,11	\$1.216,01
SUB TOTAL 3	\$660,00	\$745,80	\$842,75	\$952,31	\$1.076,11	\$1.216,01
Gastos financieros						
Intereses durante el funcionamiento	\$6.953,71	\$7.857,69	\$8.879,19	\$10.033,48	\$11.337,84	\$12.811,76
SUB TOTAL 4	\$6.953,71	\$7.857,69	\$8.879,19	\$10.033,48	\$11.337,84	\$12.811,76
TOTAL	\$53.139,31	\$60.047,42	\$67.853,59	\$76.674,56	\$86.642,25	\$97.905,74

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5.8. Presupuestos de ingresos

Tabla 42-4. Presupuestos de ingresos

Denominación	precio	visitas por día	visita anual	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Gastronomía	\$3,07	\$24,00	\$8.760,00	\$26.893,20	\$28.641,26	\$30.502,94	\$32.485,63	\$34.597,20	\$36.846,01
Actividades agroturísticas	\$5,00	\$12,00	\$4.380,00	\$21.900,00	\$23.323,50	\$24.839,53	\$26.454,10	\$28.173,61	\$30.004,90
Hospedaje en carpas	\$15,00	\$21,00	\$7.665,00	\$114.975,00	\$122.448,38	\$130.407,52	\$138.884,01	\$147.911,47	\$157.525,71
Áreas de recreación	\$2,00	\$19,00	\$6.935,00	\$13.870,00	\$14.771,55	\$15.731,70	\$16.754,26	\$17.843,29	\$19.003,10
total				\$177.638,20	\$189.184,68	\$201.481,69	\$214.578,00	\$228.525,57	\$243.379,73
Denominación	precio	visitas por día	visita anual	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Gastronomía	\$3,07	\$24,00	\$8.760,00	\$26.893,20	\$28.641,26	\$30.502,94	\$32.485,63	\$34.597,20	\$36.846,01
Actividades agroturísticas	\$5,00	\$12,00	\$4.380,00	\$21.900,00	\$23.323,50	\$24.839,53	\$26.454,10	\$28.173,61	\$30.004,90
Hospedaje en carpas	\$15,00	\$21,00	\$7.665,00	\$114.975,00	\$122.448,38	\$130.407,52	\$138.884,01	\$147.911,47	\$157.525,71
Áreas de recreación	\$2,00	\$19,00	\$6.935,00	\$13.870,00	\$14.771,55	\$15.731,70	\$16.754,26	\$17.843,29	\$19.003,10
total				\$177.638,20	\$189.184,68	\$201.481,69	\$214.578,00	\$228.525,57	\$243.379,73

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5.9. Estado de resultados

Tabla 43-4. Estado de resultados

Denominación	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	\$177.638,20	\$189.184,68	\$201.481,69	\$214.578,00	\$228.525,57	\$243.379,73
Costo de producción	\$9.834,12	\$9.834,12	\$9.834,12	\$9.834,12	\$9.834,12	\$9.834,12
Utilidad bruta	\$167.804,08	\$179.350,56	\$191.647,57	\$204.743,88	\$218.691,45	\$233.545,61
Gastos administrativos	\$35.691,49	\$35.691,49	\$35.691,49	\$35.691,49	\$35.691,49	\$35.691,49
Gastos comerciales	\$660,00	\$660,00	\$660,00	\$660,00	\$660,00	\$660,00
Gastos financieros	\$6.953,71	\$6.953,71	\$6.953,71	\$6.953,71	\$6.953,71	\$6.953,71
Utilidades antes de impuestos	\$124.498,89	\$136.045,37	\$148.342,37	\$161.438,68	\$175.386,25	\$190.240,42
Impuestos (25%)	\$31.124,72	\$34.011,34	\$37.085,59	\$40.359,67	\$43.846,56	\$47.560,10
Utilidades antes de repartición de utilidades	\$93.374,16	\$102.034,03	\$111.256,78	\$121.079,01	\$131.539,69	\$142.680,31
Repartición de utilidades (15%)	\$14.006,12	\$15.305,10	\$16.688,52	\$18.161,85	\$19.730,95	\$21.402,05
Utilidad neta	\$79.368,04	\$86.728,92	\$94.568,26	\$102.917,16	\$111.808,74	\$121.278,26

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5.10. Flujo de caja

Tabla 44-4. Flujo de caja

2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
\$128.218,20						
\$0,00						\$39.193,13
\$0,00						\$357.176.408,00
\$0,00	\$425.148.583,00	\$425.148.583,00	\$425.148.583,00	\$425.148.583,00	\$425.148.583,00	\$425.148.583,00
\$0,00	\$806.946.712,00	\$880.555.541,00	\$958.948.944,00	\$104.243.792,00	\$113.135.368,00	\$122.604.896,00
\$128.218,20	\$764.431.854,00	\$923.070.399,00	\$100.146,38	\$108.495.278,00	\$117.386.853,00	\$201.767.152,00

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5.11. Valor actual neto

Tabla 45-4. Valor actual neto

Nro.	FNE	(1+i)^	FNE(1+i)^
0	-128048.2		-128048.2
1	75116.5542	1.10	68287.77657
2	90980.4088	1.21	75190.4205
3	98819.7491	1.33	74244.74013
4	107168.647	1.46	73197.62757
5	116060.222	1.61	72064.26677
6	200440.521	1.77	113143.4488
VAN			348080.0803
TIR	68%		

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Tabla 46-4. Periodo de Recuperación

periodo de recuperación		
0	-128048.2	
1	75116.6	75116.6
2	90980.4	166097.0
3	98819.7	264916.7
4	107168.6	372085.4
5	116060.2	488145.6
6	200440.5	688586.1
PR=	1.9	años

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5.11.1. Relación beneficio costo

Tabla 47-4. Relación beneficio costo

Relación costo beneficio	
vp ingresos	348080.08
vp egresos	-122668.2
relación costo beneficio	0.35241373

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5.11.2. Punto de equilibrio

Tabla 48-4. Punto de equilibrio

Costo fijo	35691.49	40331.38	45574.46	51499.14	58194.03	65759.25
Costo variable	9834.12	11112.56	12557.19	14189.62	16034.27	18118.73
Costo total	45525.61	51443.93	58131.65	65688.76	74228.30	83877.98
Ventas	177638.20	189184.68	201481.69	214578.00	228525.57	243379.73
	0.94463961	0.94126081	0.93767579	0.93387196	0.929835977	0.92555367
Punto de equilibrio en ventas	37783.1773	42848.2507	48603.6421	55145.823	62585.25933	71048.5535

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

4.5.11.3. Informe final

Tabla 49-4. Informe final

VAN	348080.08
TIR	68%
PERIODO DE RECUPERACION	1.9 años
COSTO BENEFICIO	0.35241373
PUNTO DE EQUILIBRIO	37783.1773

Realizado por: Barrera. Bryan, 2022.

Como podemos observar en la tabla 48 del capítulo 4, se manifiesta que el Valor Actual Neto tenemos como un 348080.08, con un Tasa Interna de Retorno de 68%. En donde se tiene un periodo de retorno de 1.9 años, así mismo se determinó que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0,35 ctvs., para que la organización no tenga perdida ni ganancia de debe realizar ventas anuales de 37783.17\$.

CONCLUSIONES

Mediante el estudio de la viabilidad comercial para la implementación de un campamento turístico en la comunidad de Mundug se concluye que existe una demanda potencial insatisfecha de 310730.81 personas para cubrir las necesidades de esta en la cual se obtienen una visita diaria de 502, 8 personas en donde se cubrirá el 15% de la demanda obteniendo que se captará a 75 personas diarias en el establecimiento.

En la determinación de la viabilidad técnica se obtiene un desarrollo de la infraestructura determinada en 5 Zonas las cuales se dividen en zona de recepción, Zona de Restaurante, Zona de alimentación, Zona de estacionamiento, Zona de huertos y cultivo, para el desarrollo de los servicios brindar a los turistas.

Para la obtención de la viabilidad legal administrativas se procede a realizar los pasos reglamentarios para obtención del dominio legal en la se procede a determinar cómo jurídica, en sociedad anónima, así también se determinó que se necesitara de 5 personas para el establecimiento que ayudaran al desempeño de las funciones de la misma.

Mediante el estudio de la viabilidad ambiental se determinó que las actividades más perjudiciales son; Movimiento de tierras, Montaje de la obra, Operación Turística, Actividades turísticas, Actividades recreacionales y Eliminación de desechos.

De acuerdo al estudio económico y financiero se calculó que se contará con un valor actual positivo de 348080.08, la tasa interna de retorno del 68%, que se recuperará en 1.9 años la inversión y la relación beneficio – costo resultó de 0.35\$ dólares.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al establecimiento TASIN realizar nuevos servicios para captar nuevos nichos de mercados.

Es fundamental que se realice convenios estratégicos con el municipio de Patate para obtener beneficios para mejorar las facilidades turísticas del lugar.

Se recomienda crear nuevos proyectos de vinculación en el área turística con la comunidad Mundug, del cantón Patate.

GLOSARIO

ANÁLISIS DE VIABILIDAD: Es un estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto.

INFRAESTRUCTURA: Es uno de los elementos más básicos, bienes y servicios con que cuenta un territorio para el desarrollo.

PLANTA TURÍSTICA: Instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados con este objetivo.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR): Rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión

VALOR ACTUAL NETO: Rendimiento actualizado de los flujos positivos y negativos originados por una inversión.

BIBLIOGRAFÍA

BACA, Gabriel. *La evaluación de proyectos como un proceso y sus alcances.* Mexico : Mc GrawHill/Interamericana, 2010.

BOLAÑOS Erazo, H. "Análisis de la demanda actual y futura de acceso a banda ancha en el cantón Antonio Ante y propuesta de diseño de una red óptica pasiva para la empresa CNT E.P. como solución a futuras demandas". Universidad Técnica del Norte. [en línea], 2017, (Ecuador) pp.5. [Consulta: 16 de octubre 2020] Disponible en: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6449/3/ARTICULO.pdf>.

CHIMBO, Rosa & RODAS, Diana. *Estudio de factibilidad para la creación de un campamento turístico en la comunidad de Uchucay del canton Gualaceo.* Cuenca : Universidad Politecnica Salesiana sede en Cuenca, 2011.

DELGADO, Sandra. *Estudio de factibilidad para la creación de un camping turístico en la ciudad de san gabriel provincial.* Quito : Universidad Tecnica Salesiana, 2017.

DÍEZ Santo, D. "La competitividad turística en espacios interiores: Una propuesta metodológica para la determinación de competidores potenciales". Cuadernos de Turismo N° 30, [en línea], 2012, (Murcia) pp. 11-111. [Consulta: 02 de octubre 2020]. ISSN 1139-7861. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/160471/140321?fbclid=IwAR0sHh0FOo75WBIN9LAOk5PGEYj74sIohdPHd6RJHwcWkz6ywXc8n5PpKdg>

DRUMM, A., MOORE, A., SOLES, A., PATTERSON, C., & TERBORGH, J. *Desarrollo y manejo del ecoturismo.* Arlington - USA: The Nature Conservancy.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PATATE Y DIRECCIÓN DE TURISMO, *Plan de Turismo del cantón Patate 2020-2025* [en línea]. 2020. S.l.: s.n. Disponible en: https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoPatate-2020-04-02-1_compressed-1.pdf.

GAD DEL CANTÓN PATATE. *Actualización PDYOT Cantón patate* http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/146000290001_DOCUMENTO_FINAL_PCDOT_M_2015-2019_15-03-2015_21-36-57.pdf

GÓMEZ, Mónica. Proyecto de Inversión para la Instalación de un Gimnasio en el Municipio de Tultitlán, Estado de México. [en línea] (Trabajo de titulación) (Tercer Nivel) Universidad Nacional Autónoma de México. México. 2013. pp. 3-39. [Consulta: 15 de octubre 2020]. Disponible en: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/Tesis.html>

GUALA, Joselyne. Estudio de factibilidad para apertura de la sucursal de Ecotono Consultores Cia. Ltda. en la ciudad de Riobamba [en línea]. (Trabajo de titulación) (Tercer Nivel) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Ecuador. 2020. p.10 [Consulta: 02 de octubre 2020]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14048/1/12T01345.pdf>.

FLORES, Johnatan. *Estudio de factibilidad para la creación de un ecolodge en el cantón taisha, provincia de morona santiago.* Riobamba : Escuela superior politécnica de chimborazo, 2018.

GARCÍA, Jéssica & LLANES, Johanna. *Propuesta de creación de un campamento turístico en el sector de san martín, parroquia de san gerardo, cantón girón, provincia del azuay, ecuador.* Cuenca : UNIVERSIDAD DE CUENCA, 2017.

LARA, B. *Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso.* Quito: Oseas Espin.

LÓPEZ, M., ACEVES, J., PELLAT, A., & PUERTA, C. *Estudio administrativo.* México. [en línea] [Consulta: 15 de octubre 2020]. Disponible en: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmitivo.pdf>

LUNA, R., & CHAVES, D. (2017). Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos. Capas, 1(1), 1. Disponible en: https://www.bibliografias/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf

MÁRMOL, Patricia & OJEDA, Carmen. *Marketing turístico.* Madrid : Paraninfo, 2012.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. *Indicadores turísticos 2015.* Indicadores turísticos Enero 2015 [en línea]. Ecuador: [Consulta: 15 de octubre 2020]. Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo/cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2020/Indicadores-turisticos-enero-2020.pdf>.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. *Reglamento de alojamiento turístico* [en

[línea]. febrero 2016. S.l.: s.n. 20150024-A. [Consulta: 05 de octubre 2020]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

MORILLO , Marysela. Mérida : Universidad de los Andes, 2017, Vol. 1. 1317-8822.

PACHECO COELLO, Carlos Enrique & PÉREZ BRITO, Gabriel Jesus. *El proyecto de inversión como estrategia gerencial* [en línea]. Ed. 1ª. México, 2016: s.n. [Consulta: 09 de octubre 2020]. Disponible en: <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2018/11/El-proyecto-de-inversion-como-estrategia-Carlos-Enrique-Pacheco-Coello.pdf>.

PÉREZ, J., & MERINO, M. *Definición de ecoturismo*. Recuperado el 23 de Febrero de 2017, de Definición.de: <http://definicion.de/ecoturismo/>

REMACHE, Betty. *Desarrollo del sendero turístico en el sector platuquiral y su incidencia en la ecorruta de aviturismo “kuri pishku” cantón san cristóbal de patate, provincia de tungurahua.* Ambato : Universidad Técnica de Ambato, 2016.

REYES REYES, Ingrid Soledad. *“Estudio de factibilidad para la creación de un campo turístico en la comuna la cuesta en el cantón jipijapa. manabí - ecuador”.* Guayaquil : Universidad De Guayaquil, 2015.

SAPAG, N., & SAPAG, R. *Preparación y evaluación de proyectos.* Bogotá - Colombia: Mc Graw-Hill/Interamericana.

SERRANO, Ana Lucía. *Propuesta de creación de un campamento turístico en el sector de san martín, parroquia de san gerardo, cantón girón, provincia del azuay, ecuador.* Cuenca : Universidad De Cuenca, 2017.

SOTO, N. *Ecoturismo. Tlalnepantla, México: Red Tercer Milenio.* Turismo y producto turístico Evolución, conceptos, componentes y clasificación.


D.B.R.A.
Ing. Cristian Castillo



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Estimado(a) turista: la presente encuesta tiene como objetivo conocer sobre sus preferencias para la implementación de un Campamento Turístico en la comunidad Múndug. Su sinceridad es un gran aporte a la investigación. ¡Gracias!

1. Género:

Masculino Femenino

2. Edad

.....

3. Residencia

.....

4. El motivo principal por el cual usted viaja es:

Vacaciones
Trabajo
Conocimiento
Compras
Otros

5. ¿Cuándo usted viaja como prefiere hacerlo?

Solo/a
En pareja
En familia
Amigos
Otros

6. ¿Le gustaría a usted que se implemente un campamento turístico, en la comunidad Múndug, para satisfacer necesidades del turista como: hospedaje y recreación?

Sí No

7. ¿Qué servicio le gustaría que se incluya en el campamento turístico?

- Gastronomía
- Actividades Agro turísticas
- Hospedaje en carpas
- Áreas de recreación

8. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a emplear, en las actividades del campamento turístico?

- Menos de un día
- de 1 a 2 días
- Más de 3 días

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a emplear económicamente, en las actividades del campamento turístico?

- 5 a 10 dólares
- 30 a 40 dólares
- + de 50 dólares

10. ¿Cuál es su forma de pago preferida?

- Efectivo
- Tarjeta
- Apss. de cobro

11. ¿Qué medio de información, utiliza con frecuencia para planear sus viajes?

- Internet
- Televisión
- Radio
- Prensa
- Comentarios

! GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



esPOCH

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 05 / 10 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Bryan Isaiás Barrera Chango
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Recursos Naturales
Carrera: Turismo
Título a optar: Ingeniero en Ecoturismo
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz


Ing. Cristhian Castillo



1933-DBRA-UTP-2022