

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO
RECREACIONAL EN LA PARROQUIA PUYO, CANTÓN PASTAZA, PROVINCIA
DE PASTAZA”**

TESIS

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERA EN ECOTURISMO**

PAUL ALEJANDRO ERAZO GRANIZO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA-ECUADOR

2010

HOJA DE CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL EN LA PARROQUIA PUYO, CANTÓN PASTAZA, PROVINCIA DE PASTAZA”** de responsabilidad del señor Egresado Paul Alejandro Erazo Granizo, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS

Eco. Flor Quinchuela

DIRECTORA

Ing. Luis Quevedo

MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Riobamba, diciembre del 2010

DEDICATORIA

A Dios. Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres. Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

*Y a una **persona muy especial**, aquella quien ha compartido dentro y afuera de clases su tiempo, sus conocimientos, sus logros, sus alegrías, sus anhelos y sus sueños.*

AGRADECIMIENTO

A Dios. Por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorar cada día más.

A ti Madre. Por haberme educado y soportar mis errores. Gracias a tus consejos, por el amor que siempre me has brindado, por cultivar e inculcar ese sabio don de la responsabilidad. ¡Gracias por darme la vida!

A ti Padre. A quien le debo todo en la vida, le agradezco el cariño, la comprensión, la paciencia y el apoyo que me brindó para culminar mi carrera profesional.

A mis Familiares. Gracias a todos mis familiares que directamente me impulsaron para llegar hasta este lugar, a todos los demás que me resulta muy difícil poder nombrarlos en tan poco espacio, sin embargo ustedes saben quienes son.

A mis maestros. Gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional, en especial: a la Eco. Flor Quinchuela y al Ing. Luis Quevedo por haberme guiado el desarrollo de este trabajo y llegar a la culminación del mismo.

A mis amigos y compañeros. Que gracias al apoyo que nos brindamos pudimos romper barreras y lograr uno de nuestros ideales de ser profesionales, principalmente a Paulina Aucancela que juntamente hemos formado un excelente dúo de trabajo y forjado una gran amistad pese a los problemas que hemos pasado.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Recursos Naturales y en especial a la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo que me dieron la oportunidad de formar parte de ellas y aprovechar la excelencia académica que brinda a la sociedad.

¡Gracias! Que Dios les bendiga por siempre y para siempre...

ÍNDICE

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL EN LA PARROQUIA PUYO, CANTÓN PASTAZA, PROVINCIA DE PASTAZA.....	1
II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. JUSTIFICACIÓN.....	2
B. OBJETIVOS.....	3
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	4
A. TURISMO.....	4
B. ECOTURISMO.....	4
C. DESARROLLO SOSTENIBLE O SUSTENTABLE.....	5
D. TERMINOLOGÍA TURÍSTICA.....	6
E. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	7
F. ESTUDIO DE MERCADO.....	8
G. ESTUDIO TÉCNICO.....	10
H. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	11
I. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	12
J. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	13
IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....	14
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	14
B. MATERIALES Y EQUIPOS.....	15
C. METODOLOGÍA.....	15
V. RESULTADOS.....	19
A. ESTUDIO DE MERCADO	19
B. ESTUDIO TÉCNICO.....	81
C. ESTUDIO AMBIENTAL.....	121
D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	129
E. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	156

VI. CONCLUSIONES.....	173
VII. RECOMENDACIONES.....	175
VIII. RESUMEN.....	176
IX. SUMMARY.....	177
X. BIBLIOGRAFÍA.....	178
XI. ANEXOS.....	180

LISTA DE CUADROS

N°	NOMBRE	PÁG.
1	Afluencia de turistas a Pastaza.	19
2	Proyección de turistas extranjeros.	20
3	Proyección del consumidor local.	20
	Turistas Extranjeros	
4	Edad.	22
5	Género.	23
6	País de residencia.	24
7	Ocupación.	25
8	Nivel de educación formal.	26
9	Motivo de viaje.	27
10	Tiempo de permanencia.	28
11	Compañía de viaje.	29
12	Número de acompañantes.	30
13	Aceptación de la idea del proyecto.	31
14	Servicios demandados.	32
15	Actividades preferidas.	33
16	Estacionalidad.	34
17	Tipo de comida preferida.	35
18	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos.	36
19	Forma de pago.	37
20	Medios de información.	38
	Turistas Nacionales	
21	Edad.	39
22	Género.	40
23	Ciudad de residencia.	41
24	Ocupación.	42
25	Nivel de educación formal.	43
26	Motivo de viaje.	44

N°	NOMBRE	PÁG.
27	Tiempo de permanencia.	45
28	Compañía de viaje.	46
29	Número de acompañantes.	47
30	Aceptación de la idea del proyecto.	48
31	Servicios demandados.	49
32	Actividades preferidas.	50
33	Estacionalidad.	51
34	Tipo de comida preferida.	52
35	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos.	53
36	Forma de pago.	54
37	Medios de información.	55
	Consumidor Local	
38	Edad.	56
39	Género.	57
40	Ocupación.	58
41	Nivel de educación formal.	59
42	Aceptación de la idea del proyecto.	60
43	Servicios demandados.	61
44	Frecuencia de visita.	62
45	Número de acompañantes.	63
46	Actividades preferidas.	64
47	Tipo de comida preferida.	65
48	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos.	66
49	Forma de pago.	67
50	Medios de información.	68
51	Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.	72
52	Oferta sustitutiva.	72
53	Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 10 años.	74
54	Proyección de la demanda objetivo para los próximos 10 años.	75
55	Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados.	75
56	Manual de funciones de la Secretaria / Recepcionista.	77

N°	NOMBRE	PÁG.
57	Manual de funciones del Mercadotécnico.	78
58	Políticas de remuneración para el área comercial.	79
59	Activos fijos del área comercial.	79
60	Gastos del área comercial.	80
61	Número de clientes proyectado.	81
62	Consumo aparente por productos.	81
63	Proyección de los consumidores con respecto al servicio alimentación.	82
64	Derivación y determinación del mercado por producto comida típica.	82
65	Derivación y determinación del mercado por producto comida nacional.	83
66	Derivación y determinación del mercado por producto comida internacional.	83
67	Derivación y determinación del mercado por servicio de piscina.	84
68	Proyección de los consumidores con respecto al servicio juegos recreativos.	84
69	Derivación y determinación del mercado por servicio juegos recreativos y canchas deportivas.	85
70	Derivación y determinación del mercado por servicio navegación en bote.	85
71	Derivación y determinación del mercado por servicio de camping.	
72	Definición y organización del espacio.	93
73	Presupuesto de los requerimientos generales.	93
74	Presupuesto de la construcción del restaurante.	94
75	Presupuesto de la construcción de la administración.	96
76	Presupuesto de la construcción de la piscina.	98
77	Presupuesto de la construcción de las baterías sanitarias.	100
78	Presupuesto de la construcción del área de camping.	102
79	Presupuesto de la construcción del lago.	102
80	Presupuesto de la construcción del mobiliario e infraestructura.	103
81	Requerimiento de mano de obra del departamento operacional.	104
82	Requerimiento de mano de obra del departamento administrativo.	104
83	Requerimiento de mano de obra del departamento financiero.	104
84	Determinación de la materia prima para el plato maito de tilapia.	105

N°	NOMBRE	PÁG.
85	Determinación de la materia prima para el plato maito de pollo.	105
86	Determinación de la materia prima para el plato estofado de guanta.	106
87	Determinación de la materia prima para el plato cebiche volquetero.	106
88	Determinación de la materia prima para el plato locro de papa.	106
89	Determinación de la materia prima para el plato caldo de gallina.	107
90	Determinación de la materia prima para el plato fritada.	107
91	Determinación de la materia prima para el plato milanesa.	108
92	Cuadro resumen de los costos de la materia prima.	108
93	Insumos para el restaurante.	109
94	Insumos de limpieza.	110
95	Insumos para el servicio de camping.	110
96	Insumos para el servicio de recreación.	111
97	Insumos para el servicio de restaurante.	111
98	Insumos para el servicio de piscina.	111
99	Requerimiento equipos.	112
100	Requerimientos muebles y enseres.	113
101	Requerimiento de menaje.	115
102	Requerimiento de menaje para aseo y limpieza.	117
103	Requerimiento de adquisición de plantas.	118
104	Requerimiento de combustible.	119
105	Consumo mensual aparente de energía eléctrica.	119
106	Costo Mensual de Servicios Básicos.	120
107	Matriz de evaluación de impactos del centro recreacional.	125
108	Matriz de cuantificación del centro recreacional.	126
109	Manual de funciones del gerente general.	131
110	Remuneraciones del departamento administrativa.	132
111	Manual de funciones de la Secretaria / Recepcionista.	133
112	Manual de funciones del Mercadotécnico.	134
113	Remuneraciones del departamento comercial.	134
114	Manual de funciones del Contador.	135
115	Remuneraciones del departamento financiero.	135

N°	NOMBRE	PÁG.
116	Manual de funciones del Administrador.	136
117	Manual de funciones del Chef.	137
118	Manual de funciones del Ayudante de Cocina.	138
119	Manual de funciones del Cajero / Mesero.	139
120	Manual de funciones del Jardinero.	140
121	Manual de funciones del Encargado.	141
122	Manual de funciones del Encargado.	142
123	Manual de funciones del Encargado.	142
124	Manual de funciones del Guardia.	143
125	Remuneraciones del departamento productivo.	144
126	Requisitos básicos.	152
127	Obligaciones por única vez.	154
128	Obligaciones anuales.	155
129	Inversiones del Proyecto.	156
130	Fuentes y Usos del Proyecto.	157
131	Inversiones en Activos Fijos.	159
132	Inversiones en Activos Diferidos.	159
133	Capital de Trabajo.	160
134	Total de la inversión.	160
135	Financiamiento del Proyecto.	161
136	Depreciación de Activos Fijos.	162
137	Depreciación de Activos Diferidos.	162
138	Calculo de la Amortización del Préstamo.	163
139	Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto.	164
140	Estructura de Ingresos.	165
141	Estado de Resultados.	166
142	Balance General.	167
143	Flujo de Caja.	168
144	Costos fijos y costos variables del primero, segundo y tercer año.	169
145	Costos fijos y costos variables del cuarto, quinto y sexto año.	169
146	Costos fijos y costos variables del séptimo, octavo, noveno y décimo año.	170

N°	NOMBRE	PÁG.
147	Totalidad de costos fijos y costos variables del proyecto.	171
148	Flujo de efectivo.	171
149	Cálculo del valor actual neto.	172
150	Relación Costo Beneficio.	172

LISTA DE GRÁFICOS

N°	NOMBRE	PÁG.
	Turistas Extranjeros	
1	Edad	22
2	Género	23
3	País de residencia	24
4	Ocupación	25
5	Nivel de educación formal	26
6	Motivo de viaje	27
7	Tiempo de permanencia	28
8	Compañía de viaje	29
9	Número de acompañantes	30
10	Aceptación de la idea del proyecto	31
11	Servicios demandados	32
12	Actividades preferidas	33
13	Estacionalidad	34
14	Tipo de comida preferida	35
15	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos	36
16	Forma de pago	37
17	Medios de información	38
	Turistas Nacionales	
18	Edad	39
19	Género	40
20	Ciudad de residencia	41
21	Ocupación	42
22	Nivel de educación formal	43
23	Motivo de viaje	44
24	Tiempo de permanencia	45
25	Compañía de viaje	46
26	Número de acompañantes	47
27	Aceptación de la idea del proyecto	48
28	Servicios demandados	49

N°	NOMBRE	PÁG.
	Turistas Nacionales	
29	Actividades preferidas	50
30	Estacionalidad	51
31	Tipo de comida preferida	52
32	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos	53
33	Forma de pago	54
34	Medios de información	55
	Consumidor Local	
35	Edad	56
36	Género	57
37	Ocupación	58
38	Nivel de educación formal	59
39	Aceptación de la idea del proyecto	60
40	Servicios demandados	61
41	Frecuencia de visita	62
42	Número de acompañantes	63
43	Actividades preferidas	64
44	Tipo de comida preferida	65
45	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos	66
46	Forma de pago	67
47	Medios de información	68
48	Logotipo de la empresa	76
49	Macrolocalización	86
50	Microlocalización	87
51	Flujograma general de producción de servicios turísticos	88
52	Flujograma servicio de camping	89
53	Flujograma servicio de alimentación	90
54	Flujograma del servicio de recreación	91
55	Flujograma del servicio de piscina	92
56	Organigrama estructural	129
57	Organigrama funcional	130

LISTA DE ANEXOS

N°	NOMBRE	PÁG.
1	Encuesta para turistas extranjeros	i
2	Encuesta para el turista nacional	iii
3	Encuesta para el consumidor local	v
4	Catastro del cantón Pastaza	vii
5	Plano Arquitectónico	xiii
6	Minuta de la empresa	xiv

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL EN LA PARROQUIA PUYO, CANTÓN PASTAZA, PROVINCIA DE PASTAZA.

II. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en un fenómeno mundial que ha generado, y genera, una fuerza económica importante. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) esta actividad será la primera fuerza económica de este siglo. Por ejemplo, en 1950 hubo 9 millones de turistas en el mundo, en 1960, estalló el boom, 260 millones y en la actualidad el mundo cuenta con 700 millones de personas que viajan.

Ecuador no es la excepción, durante el 2007 la actividad turística estimuló el arribo internacional de 953.196 turistas al país, quienes aportaron con 624 millones de dólares en divisas; mientras que durante el 2008, la proyección nos indica que cerramos el año superando el millón de arribos, es decir con una tasa de crecimiento del 6,8% respecto del año anterior y una generación de divisas de alrededor de 700 millones de dólares, es así que ha experimentado un crecimiento en el orden del 6%. Cifras que ratifican la importancia que tiene este sector dentro de la economía ecuatoriana. Las proyecciones indican que el crecimiento de la actividad turística será mayor en el futuro en cada una de sus modalidades, primordialmente encaminada hacia el turismo de naturaleza o sostenible y orientada hacia la valoración de diferentes aspectos como ambientales y culturales.

Esta tendencia surge debido a que las sociedades actuales son cada vez mas urbanizadas y tienen acceso limitado a espacios naturales, de manera que el significado más esencial de la actividad turística se sustenta cada vez más en la originalidad y diversidad de la oferta natural y cultural. Siendo los Centros recreacionales una alternativa el cual se define como aquel lugar, que desde un centro urbano de residencia permanente, es visitado por el día, sin pernoctar en él y un lugar ideal para librarse del estrés de la urbe.

Puyo capital de la provincia de Pastaza y puerta de la selva, es un próspero centro de comercio de los productos del sector como: caña de azúcar, naranjilla, té, café, yuca, etc., y

además lugar de descanso para sentir lo exótico de la selva, su agradable clima y la diversidad de cultura, convirtiéndose en uno de los principales destinos de la Amazonía ecuatoriana visitado tanto por turistas nacionales y extranjeros. El cual será un lugar estratégico para implementar una alternativa que brindará la convivencia con la belleza de la “vida en estado puro”.

A. JUSTIFICACIÓN

A medida que el tiempo pasa todo cambia, y los viajeros también, sobre todo en sus hábitos. Las nuevas tendencias en la demanda turística tienen una preferencia por: la singularidad, la diferenciación, la autenticidad aparente (tematización), los espacios no degradados, la experiencia en el fenómeno turístico, la actividad. Es un turismo activo y participativo, que ya no sólo quiere tomar sol y salir por la noche, sino que prefiere realizar actividades complementarias, como excursiones, visitas culturales, deportes, etc. Además, quiere decidir por sí mismo qué hacer y no estar condicionado a aquello que planifiquen las agencias de turismo.

Se define la “Recreación” como una manifestación humana que dinamiza el desarrollo del potencial lúdico creativo, hacia un equilibrio social, mental y físico, descubriendo la propia esencia del hombre. Bajo este concepto y debido a lo mencionado anteriormente se diseñará un centro recreacional en la parroquia de Puyo, que constituirá una oferta renovada, de calidad y a precios competitivos con un toque de exotismo, calidad ambiental y de servicios, etc., donde el turista tendrá una aventura inolvidable, en el cual el ecoturismo, y las actividades deportivas cobran protagonismo.

B. OBJETIVOS

1. General

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de un centro recreacional en la parroquia Puyo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza.

2. Específicos

- a. Realizar el estudio de mercado.
- b. Elaborar el estudio técnico
- c. Elaborar el estudio ambiental.
- d. Estructurar el marco administrativo legal.
- e. Realizar el estudio económico – financiero.

III. REVISIÓN DE LITERATURA

A. TURISMO

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) “El Turismo comprende todas las actividades realizadas por las personas durante sus viajes a lugares diferentes de su residencia habitual, por un período de tiempo inferior a un año y para ir de vacaciones, trabajar u otras actividades”

Garcés (1994), define Turismo como: “Los desplazamientos en el tiempo libre que generen fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos, conformados por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad, con fines de consumo, en lugares fuera de su residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocios, deportes y cultura”.

B. ECOTURISMO

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómico benéfico de las poblaciones locales (CEBALLOS-LASCURÁIN.1990).

Ecoturismo es una alternativa de desarrollo turístico sustentable, gestionada en forma participativa por sus actores y localizada en áreas naturales, con el objetivo de apoyar económicamente al mejoramiento de las condiciones de vida de la población involucrada, al financiamiento de las actividades de conservación mediante la prestación de servicios turísticos con eficiencia ambiental, que permitan al turista satisfacer sus necesidades de ocio (GARCÉS, F.1994).

C. DESARROLLO SOSTENIBLE O SUSTENTABLE

RATTO, N. 2001. El concepto de sustentabilidad está relacionado a tres factores importantes: calidad, continuidad y equilibrio. El turismo sustentable es definido como un modelo de desarrollo económico diseñado para:

- Mejorar la calidad de vida de la población local, de los residentes que viven y trabajan en el destino turístico.
- Proveer mayor calidad de experiencia para el visitante.
- Mantener la calidad del medio ambiente –natural y cultural- del que depende la población local y los turistas.
- Obtener mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.
- Asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos.
- Procurar que el negocio turístico sustentable sea rentable, para que el sector privado mantenga el pacto de sustentabilidad y equilibrio.

El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, así como integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, turismo de estancia, observación de la flora y fauna, avistaje de aves, turismo científico, espeleología y turismo cultural. Estas constituyen diferentes modalidades de la nueva tendencia del turismo alternativo. (RATTO, N. 2001)

D. TERMINOLOGÍA TURÍSTICA

- “Centro turístico de excursión: Es aquel que recibe turistas originados en otro centro turístico, por menos de 24 horas.
- Centro recreacional: Es aquel, que desde un centro urbano de residencia permanente, es visitado por el día, sin pernoctar en él.
- Equipamiento turístico: Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistema necesario para la elaboración del producto turístico. El equipamiento turístico se concibe en función del lugar, temporada, clima, tipo, características y necesidades de la clientela, tales como estancia y gastos.
- Producto Turístico: Hoy es lo esencial de la actividad turística. Surge de la armoniosa integración para su venta de atractivos y servicios. Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.
- Recreación: Es el conjunto de actividades no lucrativas que el hombre realiza en su tiempo libre dentro del lugar o zona de residencia. Es una forma de uso del tiempo libre en períodos reducidos de tiempo, utilizando instalaciones urbanas al aire libre, o en espacios cubiertos. La demanda puede ser masiva (balnearios), selectivo (clubes, casa fin de semana, etc.), popular (bajo costo), subvencionadas (colonias de niños).
- Servicios: Actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.” (es.geocities.com)
- “Turismo de Naturaleza: Engloba a las distintas modalidades de operación turística que privilegian el uso del medio natural y sus fenómenos.

- Turismo de Aventura: utiliza la naturaleza como el escenario de programas de acción y riesgo controlado. La motivación principal es la emoción de enfrentarse a lo desconocido. Se destacan el senderismo, el canotaje, sky, etc
- Turismo Deportivo: Promueve actividades de competencia y conquista de méritos. Incluye prácticas deportivas tradicionales como caza, pesca, ciclismo; actividades náuticas, buceo y otras con motivaciones más actuales como, escalada, parapentismo, etc.” (FIGUEREDO, y OTROS 2002)

E. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

“El estudio de factibilidad es un instrumento utilizado para determinar la viabilidad de una propuesta empresarial. Aunque la estructura de los estudios de factibilidad puede variar, el análisis debe evaluar exhaustivamente la propuesta de empresa y concentrarse especialmente en el mercadeo y la viabilidad financiera.

Para elaborar un estudio de factibilidad útil no se requiere de un título en administración de empresas. Sólo se necesita disciplina para proceder conforme a los pasos descritos en este capítulo y voluntad para solicitar ayuda cuando hace falta un mayor conocimiento sobre algún tópico.” (The Nature Conservancy, 2004)

“El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.

Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.” (LUNA R. 2001)

F. ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado o determinación y análisis de mercados turísticos es el conjunto de variables que permiten precisar cuantitativa y cualitativamente los mercados hacia los cuales deben dirigirse las políticas de comercialización.

El Estudio de Mercado forma parte integral de la Estrategia de Mercadeo de cualquier proyecto o servicio (ver Área Temática: Manejo Administrativo, Herramienta: Mercadeo para una explicación detallada del término). En forma más amplia, el Estudio de Mercado es la recopilación, clasificación, análisis e interpretación de las variables que se deben utilizar, para una adecuada solución de los problemas relacionados con la transferencia y venta del producto turístico, del oferente al demandante o consumidor, en este caso denominado turista, con el fin satisfacer las expectativas del cliente al tiempo que aumentar las utilidades netas de la empresa u organización.

Finalmente, cabe acotar que la determinación y análisis de mercados (estudio de mercado) es una de las tantas funciones de la investigación de mercados, actividad que se ocupa del estudio de las características, causas y efectos de diversos problemas mercadológicos, entre ellos, ¿a quién vender un producto o servicio?. Como resultado de una investigación de este tipo, se obtienen los mercados meta y los perfiles de los consumidores, que son una descripción detallada de las características generales de los grupos de consumidores que se han identificado.” (BÁEZ A. 2003)

1. Análisis de la demanda

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en

esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

Se entiende por Análisis de la Demanda la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio objeto de su idea. En definitiva, hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda (CONTRERAS, C. 2005)

2. Análisis de la oferta.

“La oferta complementaria la constituyen los bienes y servicios que pueden servir de apoyo y atracción a nuestro proyecto. Es importante conocer las capacidades, precios y relaciones de cercanía al proyecto” (MENESES, E. 1998).

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue en el análisis de la oferta es determinar las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio” (BACA, G. 2000).

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes (CONTRERAS, C. 2005).

a. Análisis de la Competencia

Meneses (1998) señala: “El análisis de la competencia es fundamental por varias razones, entre otras, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a

ella. Es preciso conocer la estrategia que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Al mismo tiempo, se constituye en buena parte fuente de información para calcular las posibilidades de captarle mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados.”

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto, para realizar un estudio de la competencia, es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas (CONTRERAS, C. 2005).

2. Balance oferta- demanda

Se determina las oportunidades cuantitativas del mercado. En esta parte se confronta los datos estadísticos de la demanda frente a la oferta (Capacidad ocupacional mensual, anual) y se determina la demanda insatisfecha, que ayuda a realizar una aproximación de la demanda que será cubierta con el proyecto (YUCTA, P. 2002).

G. ESTUDIO TÉCNICO.

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?

Las unidades y términos esperados en este estudio son heterogéneos tales como: peso, volumen, distancia, tiempo, unidades monetarias; así como coeficientes e índices de rendimiento; relaciones tales como hora-hombre; hora-maquinaria; etc.

El estudio técnico debe ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto. Este puede desarrollarse en los niveles de idea, prefactibilidad, factibilidad y proyecto definitivo.

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva.

El estudio de materias primas localización general y específica del proyecto dimensionamiento o tamaño de la planta; y el estudio de ingeniería del proyecto.

Estos subtemas deberán contar con los antecedentes correspondientes a la información cuantitativa y cualitativa que emane del estudio de mercado. Tendrá sus respectivos objetivos específicos, con el propósito de contar con la profundidad y calidad de la información que se necesite para el análisis y la toma de decisión, concretamente referida a la continuidad o no del proyecto. (RODRÍGUEZ, F. 2001).

H. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

“Un enfoque ecoturístico, a diferencia de un planteamiento de turismo masivo, implica una actitud responsable sobre la naturaleza misma y el volumen de turistas a recibirse, lo cual debe reflejarse en la gestión de los flujos de visitantes en el espacio y el tiempo de acuerdo al tipo de recurso.

El manejo de las diferentes formas de impacto ambiental causado por el turismo requiere de medidas administrativas bien estructuradas y aplicadas. La primera de esas medidas debe ser la realización de los Estudios de Impacto Ambiental (en adelante EIA) previos al desarrollo de cualquier programa o proyecto de desarrollo.

Los Estudios o Evaluaciones de Impacto Ambiental son uno de los métodos más efectivos para determinar cuándo un proyecto será sostenible, y si lo es, para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible. Debidamente aplicados los EIA pueden minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo desarrollo.” (BÁEZ, A. 2003)

I. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

1. Estudio administrativo

En una empresa, la administración consiste en la manera cómo se alcanzan las metas u objetivos con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de ciertas funciones, esenciales como planeación (determina los objetivos), organización (coordina funciones y recursos), dirección (ejecuta lo planeado) y control (compara los resultados con los planeado), llamado en su conjunto “Proceso administrativo” o “funciones de la administración” (VALDIVIESO, L. 2000)

“Es importante analizar y justificar las decisiones que ayudan a definir cómo funcionará el proyecto, es decir que se definirán las áreas para que se cumpla el proceso administrativo en: planear la instalación y ejecución del proyecto, organizar el trabajo, integrar el personal a cada función, dirigir la instalación y operación del proyecto, controlar el desempeño personal, rendimiento, resultados contabilidad, finanzas, innovación, información a la comunidad, relación con colaboradores y otros” (LUNA, R. 2001)

2. Estudio legal

El ámbito legal de un proyecto implica una investigación adecuada, sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones y demás normas emitidas por autoridades competentes, cuya letra y espíritu se relaciona con la ejecución y operación de la empresa en estudio. (HERNÁNDEZ, E. 1990)

Al hablar del entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o de un producto en el mercado. Así, por ejemplo los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, de derechos de autor, las patentes, el derecho mercantil, la ley general de protección al consumidor, la ley general de sociedades cooperativas, entre otras. Todas estas son elementales para estar dentro de la ley, evitar demandas y de alguna manera la piratería. Además, muchas veces es importante todo esto, por ejemplo a los fabricantes de bebidas alcohólicas o de cigarrillos, la ley les exige poner leyendas

en su publicidad para cuidar la salud como "todo con medida", "el abuso en el consumo de este producto, puede causar cáncer". Incluso hay una normatividad para el diseño de una etiqueta: el código de barras debe tener un tamaño determinado, el contenido neto es con "g" minúscula y sin punto, los ingredientes, datos de fabricante, entre otros aspectos (CONTRERAS, C. 2005).

J. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

En el estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación. En la concreción de esta viabilidad se reconocen tres etapas o niveles en que se clasifican los estudios de acuerdo con su profundidad y con la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la última de tales etapas la de factibilidad. En este punto centraremos este capítulo, en nuestro intento de clarificar los conceptos, técnicas y metodologías acerca de la formulación y evaluación de proyectos. (CUARTAS, 2008).

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?., Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.(GRATEROL, 1997).

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El presente trabajo se realizó en la parroquia Puyo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza.

2. Ubicación geográfica

Longitud 78° 00' 23" OESTE

Latitud 01° 29' 12" SUR

Altitud 940 m.s.n.m.

3. Características climáticas

Temperatura promedio: 20.3°C

Humedad relativa: 89%

Precipitación anual: 4538 mm

4. Clasificación ecológica

Corresponde a la formación vegetal bosque siempre-verde pie montano (SIERRA y PALACIOS, 2004).

5. Características del suelo

Suelo acrisolico, con relieve escarpado y desarrollados, boscosos y buena cobertura vegetal. Arcilloso, ácido y con buen drenaje (acrisoles o rojo amarillo podsolicos). Arcillosos muy profundo (nitsoles o pardo rojizo lateriticos) de tonos rojizos oscuros, (TAPIA, 2007)

B. MATERIALES Y EQUIPOS

1. Materiales

Papel bond formato A4, libreta de campo, cartulina, cinta adhesiva, esferos, lápices, borrador, marcadores, calculadora, CDs, casetes, pilas, lápices, tinta para impresora.

2. Equipos

Cámara digital, GPS, computadora, escáner, impresora, memory flash 2 GB, grabador de audio, computadora portátil.

C. METODOLOGÍA

1. Realizar el estudio de mercado.

Para el cumplimiento del primer objetivo se realizó los siguientes pasos:

- a. Se definió el universo de estudio, con lo cual se determinó la segmentación, el tamaño y localización para el estudio.

En este punto se utilizó la fórmula de Canavos para la muestra:

$$n = \frac{(P \times Q)(N)}{(N - 1) \frac{e^2}{k} + P \times Q}$$

N = Universo de estudio.

P = 0,5 probabilidad de ocurrencia de un evento.

Q = 0,5 probabilidad de no ocurrencia de un evento.

e = Margen de error.

k = Margen de confiabilidad.

n = Muestra.

- b. Con el análisis de la demanda se definieron los perfiles sociodemográfico y psicográfico de los consumidores mediante la aplicación de encuestas, cuyo resultado fue el perfil del turista.
- c. Mediante la caracterización de la oferta complementaria y sustitutiva se conoció los competidores conjuntamente con la localización, comercialización y sus productos con sus precios.
- d. Se confrontó la oferta vs. demanda, el cual dio a conocer la oferta actual y potencial cuantificada, la demanda actual y potencial y la cuota objetivo de mercado.
- e. Se realizó un análisis mercadotécnico para el área comercial donde se identificaron el nombre de la empresa, los canales de distribución, estrategias de promoción y publicidad, con el cual se determinó los medios publicitarios, logotipo de la empresa, color de identificación de la empresa, cargos y funciones del área comercial, además, los costos y gastos que se realizarán.

2. **Elaborar el estudio técnico.**

Para el cumplimiento del segundo objetivo se siguieron los siguientes pasos:

- a. Se realizó un análisis minucioso de todos los requerimientos para llevar a cabo el proyecto en el área productiva, determinando el tamaño de la empresa, localización de la empresa, procesos de operación donde se identificaron: número de clientes proyectado, consumo aparente por productos, tamaño de la planta, macrolocalización, microlocalización, flujogramas del proceso productivo, requerimientos de instalaciones, requerimientos de mano de obra, requerimiento de materia prima, requerimiento de maquinaria y equipos, requerimientos de mobiliario, diseño arquitectónico.

3. Elaborar el estudio ambiental.

Para el cumplimiento del tercer objetivo se recurrió a la utilización de uno de los métodos de primer grado, la matriz de Lázaro Lagos. Además se determinó la problemática ambiental se identificaron en conjunto las posibles acciones para mitigar los impactos ambientales de carácter negativo. Enfatizando para ello en los daños ocasionados por los procesos de producción y actividades pre operativos.

4. Estructurar el marco administrativo legal.

Para el cumplimiento del cuarto objetivo se siguieron los siguientes pasos:

- a. Se definieron las áreas del proyecto conjuntamente con el organigrama estructural y funcional, además se determinó el talento humano responsable en cada una de ellas, donde se estructuraron fichas de trabajo, en el cual consta las remuneraciones, funciones, responsabilidades, entre otros aspectos.
- b. Se consultaron fuentes de información secundaria como la Constitución Política de la República del Ecuador y la Ley de Turismo, donde se identificaron las leyes que rigen para el desarrollo de este tipo de actividades, para asegurar la ejecución, operación y funcionamiento del Proyecto.

5. Realizar el estudio económico – financiero.

Para el cumplimiento del último objetivo se analizaron todos los gastos que se generarán por el Proyecto, para lo cual se utilizó la información de los estudios anteriores.

A través del análisis financiero se definió los beneficios y costos estimados del proyecto, los mismos que sirven como un punto de partida para saber si es recomendable su implementación y posterior operación.

Se analizó:

- Activo fijo, diferido y capital de trabajo de la empresa.
- Fuentes de financiamiento y usos de fondos.
- Cálculo del servicio de la deuda.
- Cálculo de depreciaciones y amortizaciones.
- Presupuesto de costos y gastos.
- Costos e ingresos de la empresa.
- Estado financiero "estado de resultados".
- Estado financiero flujo de caja proyectado.
- Punto de Equilibrio.
- Balance de situación inicial.
- Balances generales proyectados.

Con la evaluación financiera del proyecto, se conoció la rentabilidad del proyecto, mediante: el flujo de caja actualizado, valor actual neto, el período de recuperación del capital, la relación beneficio-costos y la tasa interna de retorno.

V. RESULTADOS

A. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda

a. Segmentación del mercado

1) Aspecto cuantitativo del turista nacional y extranjero.

Se consideró estimar como mercado potencial a los turistas nacionales e internacionales que arribaron al cantón Pastaza en los últimos 5 años (2005-2009).

Tabla No 1. Afluencia de turistas a Pastaza.

DETALLE/AÑO		2005	2006	2007	2008	2009	Promedio (5 años)
(1) NACIONALES	Nº de Turistas	29182	58118	71139	84037	99462	68388
	% Crecimiento	97%	69%	7%	16%	11%	40%
(2) EXTRANJEROS	Nº de Turistas	3065	4108	6343	6370	7160	5409
	% Crecimiento	-24%	24%	17%	0%	7%	5%
TOTAL (1) +(2)	Nº de Turistas	32247	62226	77482	90406	106622	73797

Fuente: Dirección Nacional de Migración; Jefatura Prov. de Migración de Pastaza, (2009)

La afluencia de turistas nacionales al cantón Pastaza experimentó en los últimos cinco años un crecimiento promedio anual de 40%, mientras que los turistas extranjeros apenas con el 5% del crecimiento total.

2) Aspecto cuantitativo del consumidor local.

Población urbana del Puyo: 25787 (INEC, 2001)

Índice de crecimiento para el sector urbano: 3.2%

Índice de migración: 1.03%

Índice real: 2,17%

Población urbana año 2009: **30619** (proyección 2009)

Índice de pobreza de consumo del sector urbano 22,80% (SIISE, 2008) = 6981

Población con capacidad de consumo: 23638

b. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.

1) Turistas

El índice de crecimiento turístico internacional es del 6.8% según el Ministerio de Turismo año 2009. La afluencia de turistas nacionales en el cantón Pastaza tiene como resultado una tasa de crecimiento del 11% tomado del último año.

A continuación se detalla las proyecciones en el siguiente cuadro:

Tabla No 2. Proyección de turistas extranjeros.

Año	2010	2011	2012	2013	2014
Turistas Extranjeros	7646	8167	8722	9315	9949
Turistas Nacionales	110402	122547	136027	150990	167599

2) Consumidor local.

Índice de crecimiento para el sector urbano es del 2.17%

Tabla No 3. Proyección del consumidor local.

Año	2010	2011	2012	2013	2014
Consumidor Local	24151	24675	25210	25757	26316

c. Universo y muestra.

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula de Canavos con el 8% de error.

1) Turista

i. Turista extranjero.

Universo de estudio es de 7160

$$n = \frac{7160 (0.5 \cdot 0.5)}{(7160 - 1) \frac{0.08}{1.75} + (0.5 \cdot 0.5)}$$

$$n = 118$$

ii. Turista nacional.

Universo de estudio es de 99462

$$n = \frac{99462 (0.5 \cdot 0.5)}{(99462 - 1) \frac{0.08}{1.75} + (0.5 \cdot 0.5)}$$

$$n = 120$$

2) Consumidor local.

Universo de estudio es de 35663

$$n = \frac{23638 (0.5 \cdot 0.5)}{(23638 - 1) \frac{0.08}{1.75} + (0.5 \cdot 0.5)}$$

$$n = 119$$

d. Caracterización de la demanda.

La técnica utilizada para la investigación de campo fue la encuesta y se elaboró un cuestionario como instrumento (Anexo No. 01, 02 y 03)

1) **Turista**

i. **Turista extranjero.**

a) **Edad**

Tabla No 4. Edad.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
18 - 26	28	24
27- 35	34	29
36 - 44	23	19
45 - 53	16	14
54 - 62	17	14
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

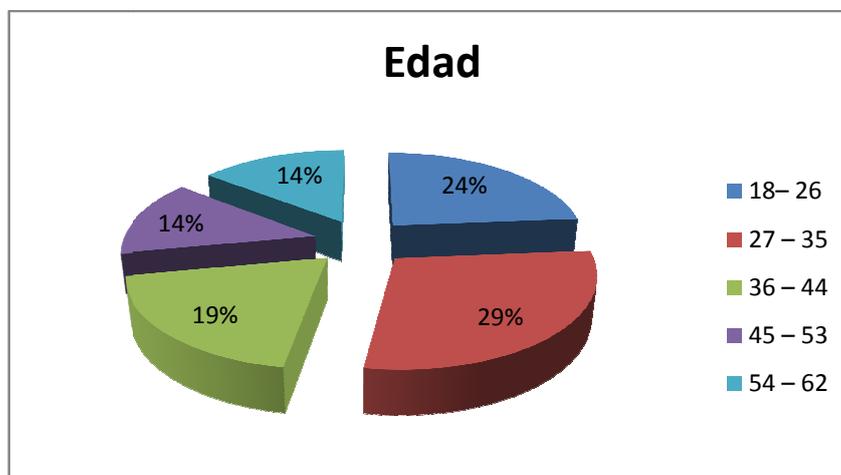


Gráfico No 1. Edad.

La edad del 29% de los encuestados comprende entre los 27 y 35 años, el 24% pertenecen a un rango de edad entre los 18 y 26 años, el 19% posee entre 36 y 44 años, el 12% se incluye entre los 45 y 53 años conjuntamente al rango entre 54 y 62 años de edad.

b) Género

Tabla No 5. Género.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Femenino	53	45
Masculino	65	55
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

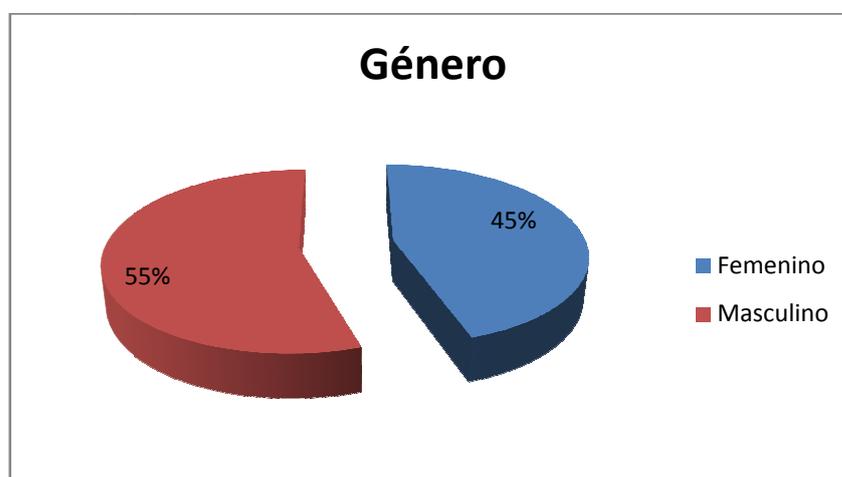


Gráfico No 2. Género.

El 55% pertenece al género masculino y el 45% al género femenino.

c) País de residencia

Tabla No 6. País de residencia.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
EE. UU.	25	21
Holanda	11	9
Canadá	13	11
Colombia	10	9
Alemania	12	10
España	8	7
Reino Unido	14	12
Italia	4	3
Francia	9	8
Otros	12	10
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

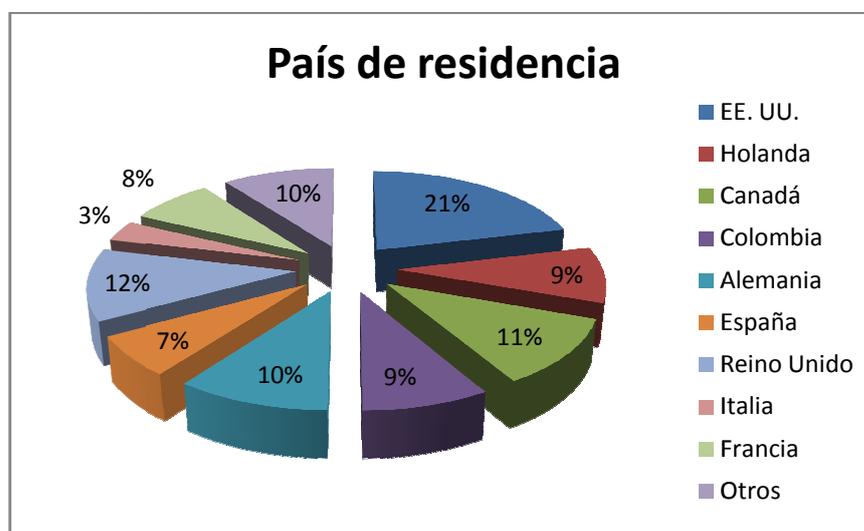


Gráfico No 3. País de residencia.

El 21% de los encuestados son de Estados Unidos; el 12% procede de Reino Unido; el 11% son de Canadá; con el 10% pertenecen a Alemania y de otros países; el 9% llegan desde Holanda y de Colombia; con el 8% vienen de Francia; provienen de España con el 7% y con el 3% provienen de Italia.

d) Ocupación

Tabla No 7. Ocupación.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Estudiante	32	27
Trabaja	73	62
Desempleado	5	4
Jubilado	8	7
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

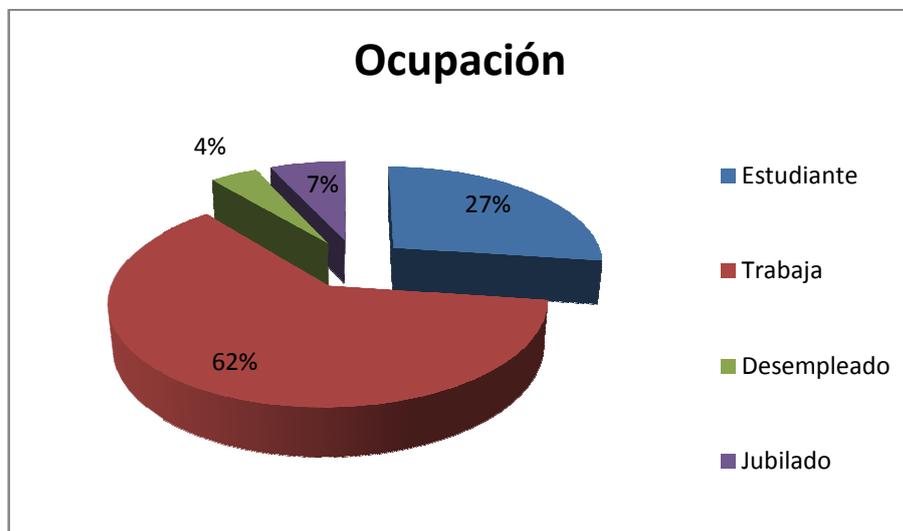


Gráfico No 4. Ocupación.

El 62% trabaja, el 27% son estudiantes, el 7% están jubilados y el 4% son desempleados.

e) Nivel de educación formal

Tabla No 8. Nivel de educación formal.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Primaria	8	7
Secundaria	25	21
Universitaria	66	56
Otros	19	16
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

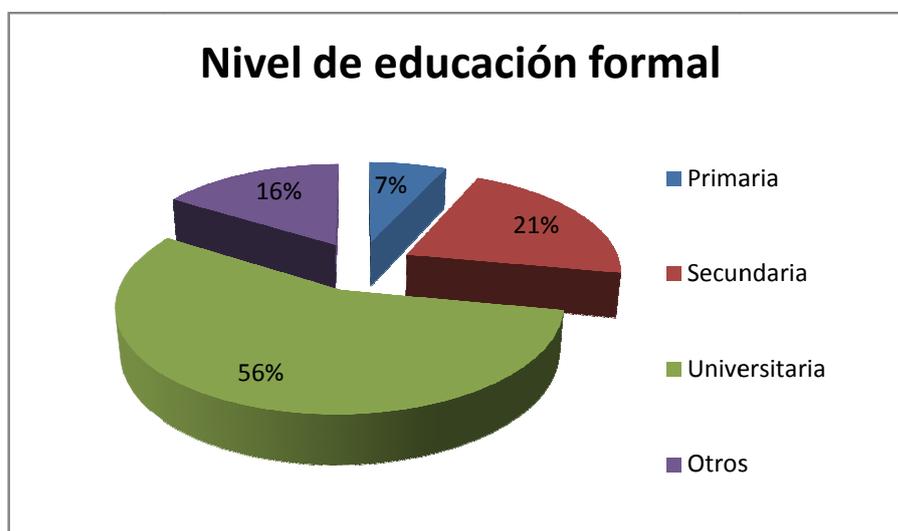


Gráfico No 5. Nivel de educación formal.

El 56% cuenta con instrucción a nivel superior, el 21% han concluido la secundaria, el 16% posee estudios de cuarto nivel y a nivel primario el 7%.

f) **Motivo de viaje**

Tabla No 9. Motivo de viaje.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Recreación	76	64
Congreso / Convenciones	11	9
Compras	9	8
Negocios	3	3
Otros	19	16
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

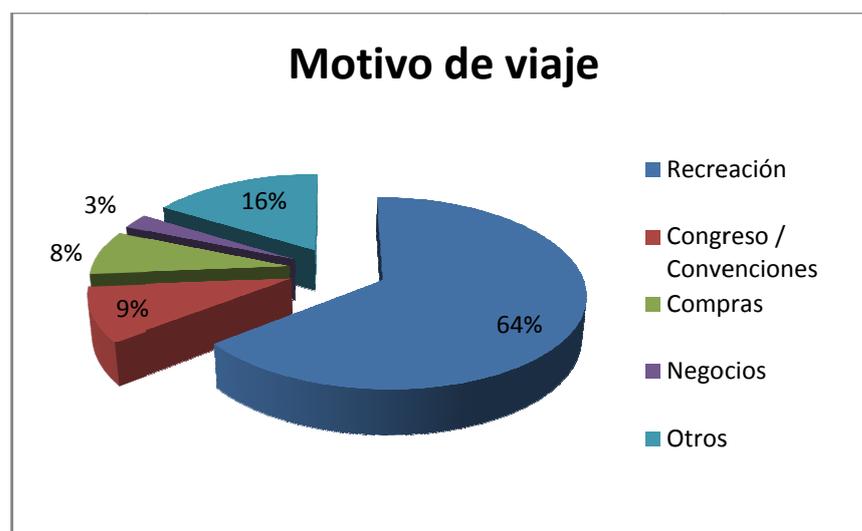


Gráfico No 6. Motivo de viaje.

El principal motivo de viaje es la recreación con el 64%, con el 16% están motivados por diferentes actividades, las personas que viene a congresos o convenciones es el 9%, para realizar compras el 8% y con el 3% viajan por negocios.

g) **Tiempo de permanencia**

Tabla No 10. Tiempo de permanencia.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
1 día	22	19
De 2 a 3 días	69	58
Más de 3 días	27	23
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

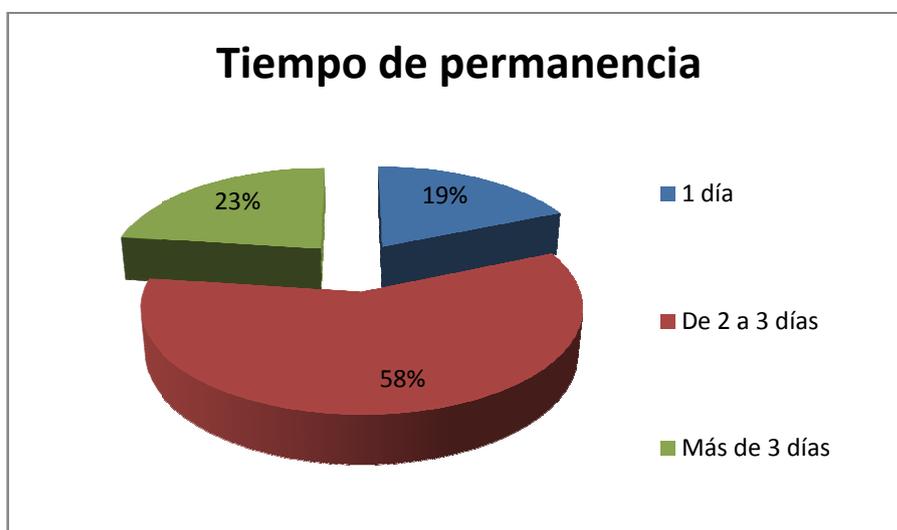


Gráfico No 7. Tiempo de permanencia

El 58% permanece en la ciudad de 2 a 3 días, con el 23% los turistas permanecen más de 3 días, y 1 día de permanencia con el 19%.

h) Compañía de viaje

Tabla No 11. Compañía de viaje.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Amigos	56	47
Familia	17	14
Solo	35	30
Otros	10	9
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

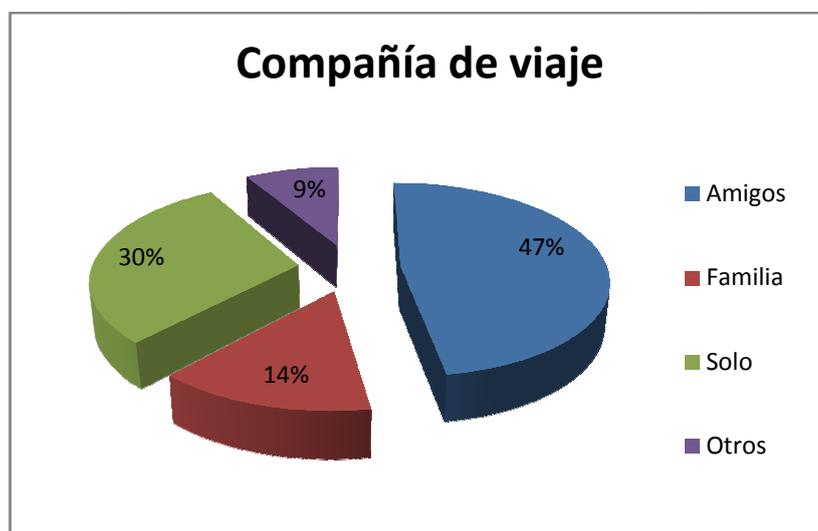


Gráfico No 8. Compañía de viaje.

El 42% de los encuestados extranjeros viaja acompañado por sus amigos, el 30% viaja solo, 13% viaja con la familia y un 9% viaja con otros.

i) **Número de acompañantes**

Tabla No 12. Número de acompañantes.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
De 1 a 3	61	52
De 4 a 6	38	32
Más de 7	19	16
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

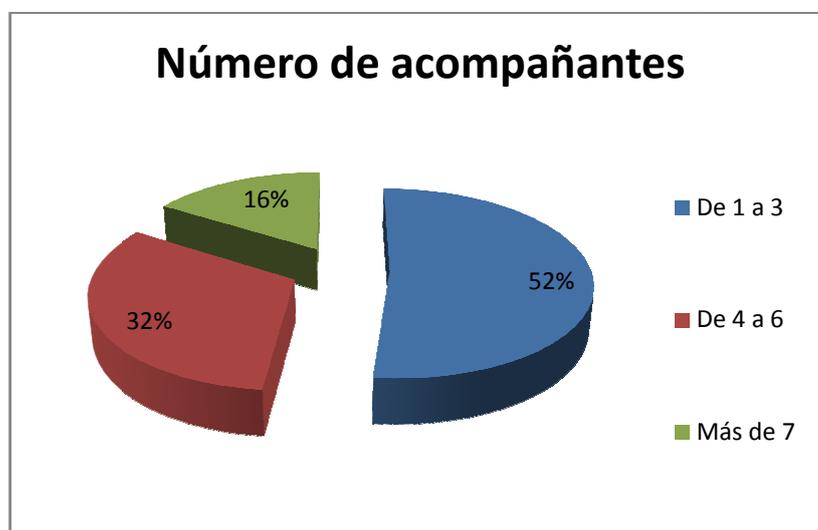


Gráfico No 9. Número de acompañantes.

La mayoría de los encuestados viaja acompañado de 1 a 3 personas que representa el 52%, el 32% viaja con 4 a 6 personas y el 16% viaja con 7 o más personas.

j) Aceptación de la idea del proyecto

Tabla No 13. Aceptación de la idea del proyecto.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si	107	91
No	11	9
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta



Gráfico No 10. Aceptación de la idea del proyecto.

Al 91 % le gustaría que se implemente un centro recreacional en el cantón Pastaza con las siguientes características: restaurante, piscina, juegos recreativos y canchas deportivas y camping. El 9% no está de acuerdo.

k) Servicios demandados

Tabla No 14. Servicios demandados.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Restaurante	97	25
Piscina	100	26
Juegos recreativos y canchas deportivas	95	24
Camping	96	25

Fuente: Encuesta

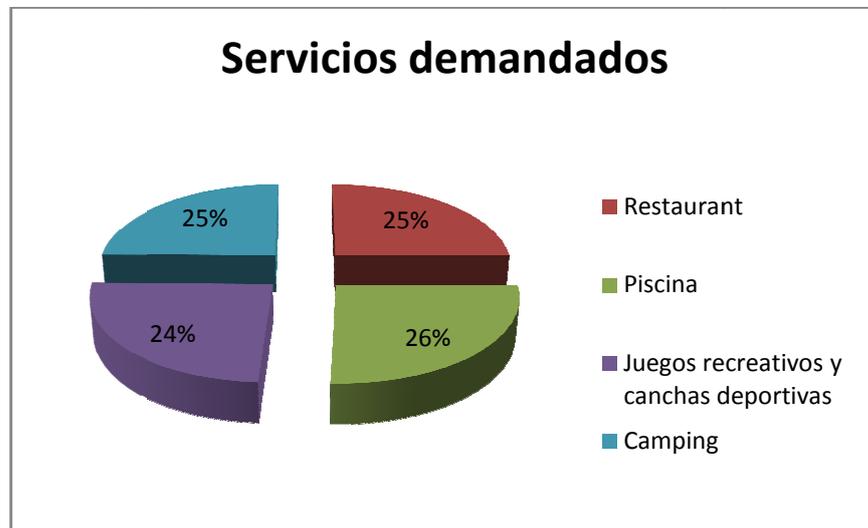


Gráfico No 11. Servicios demandados.

El 26% el servicio de piscina, el 25% utilizaran el servicio de restaurante, el 25% el servicio de camping y el 24 % prefieren el servicio juegos recreativos canchas deportivas.

l) Pregunta No 12. Actividades preferidas

Tabla No 15. Actividades preferidas.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Paseos guiados	16	11
Visita a jardín botánico	38	26
Artesanías	19	13
Educación ambiental	32	22
Navegar en botes	35	24
Otros	7	4
TOTAL	147	100

Fuente: Encuesta

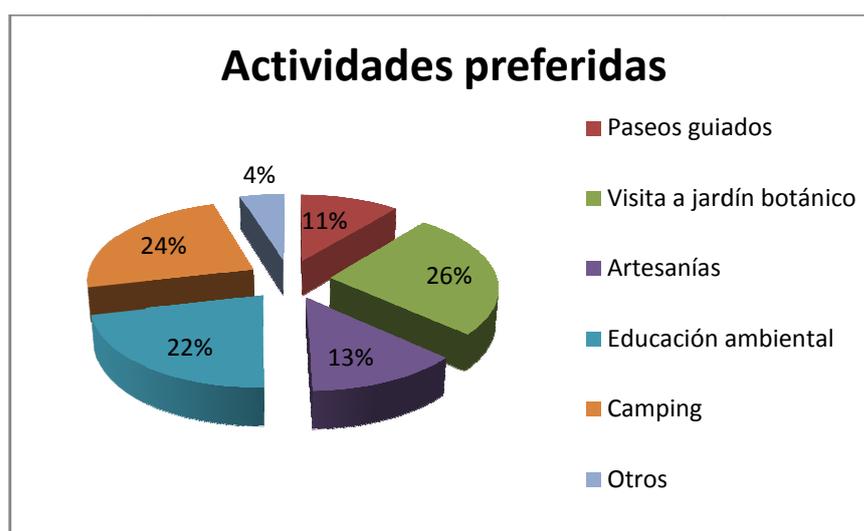


Gráfico No 12. Actividades preferidas.

El 26% le gustaría visitar un jardín botánico, el 24% prefiere navegar en botes, el 22% le gustaría recibir educación ambiental, con el 13% comprar artesanías, con el 11% les gustaría realizar paseos guiados y con el 4% desearían otras actividades.

m) Estacionalidad

Tabla No 16. Estacionalidad.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Enero	4	3
Febrero	14	12
Marzo	7	6
Abril	8	7
Mayo	18	15
Junio	21	18
Julio	15	13
Agosto	9	8
Septiembre	7	6
Octubre	6	5
Noviembre	4	3
Diciembre	5	4
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

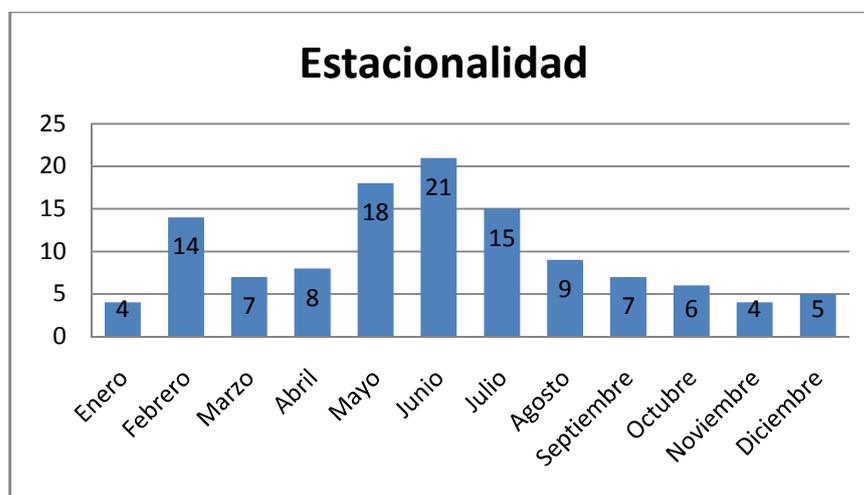


Gráfico No 13. Estacionalidad.

Los meses con estacionalidad alta son febrero, mayo, junio y julio, los meses con estacionalidad media son marzo, abril, agosto y septiembre y en cambio los meses con estacionalidad baja son enero, octubre, noviembre y diciembre.

n) Tipo de comida preferida

Tabla No 17. Tipo de comida preferida.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Comida típica	63	53
Comida nacional	35	30
Comida internacional	14	12
Todas las anteriores	6	5
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

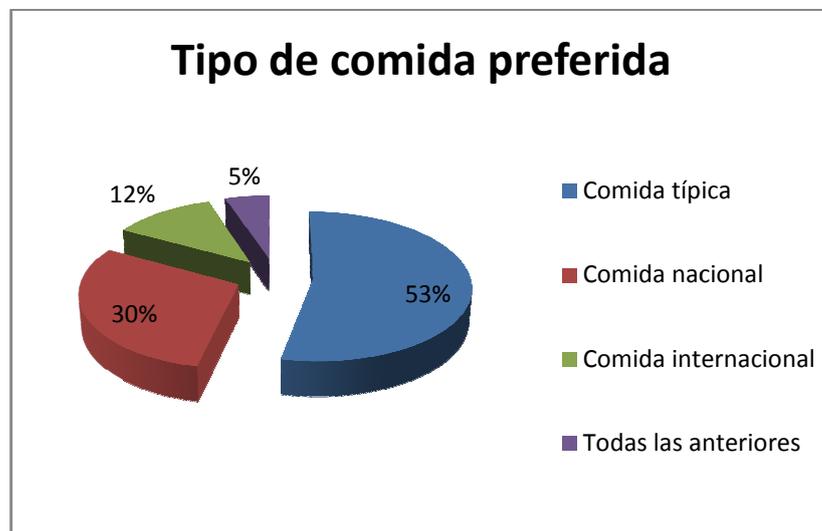


Gráfico No 14. Tipo de comida preferida.

Al 53% le gustaría degustar comida típica de la zona, el 30% prefiere comida nacional, el 12% se inclina por la comida internacional y al 5% le agradaría de todo un poco.

o) Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

Tabla No 18. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
\$5 - \$10	34	29
\$11 - \$16	61	52
\$17 - \$22	19	16
Más de \$22	4	3
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

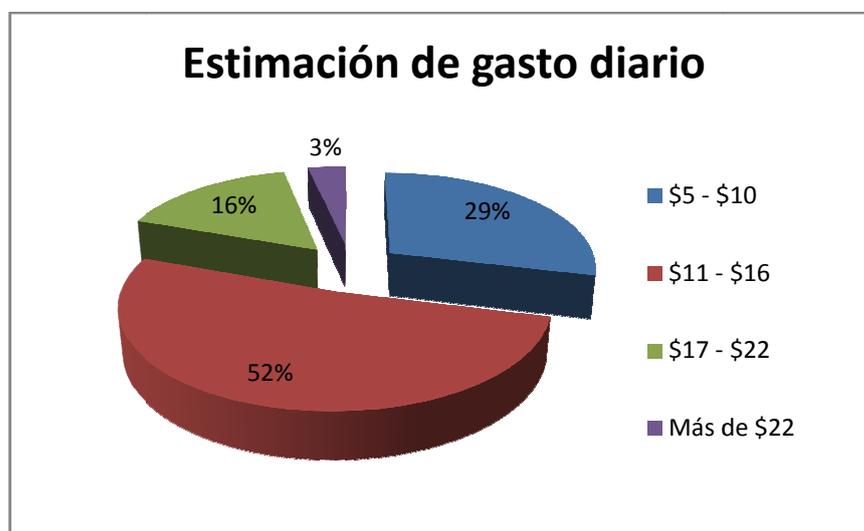


Gráfico No 15. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos.

El 52% estima que pagaría entre \$11 a \$16 dólares por los servicios turísticos, el 29% estaría dispuesto a gastar entre \$5 a \$10, el 16% gastaría entre \$17 a \$22 dólares y gastarían más de \$22 el 3%.

p) **Forma de pago**

Tabla No 19. Forma de pago.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Efectivo	82	69
Tarjetas de crédito	36	31
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

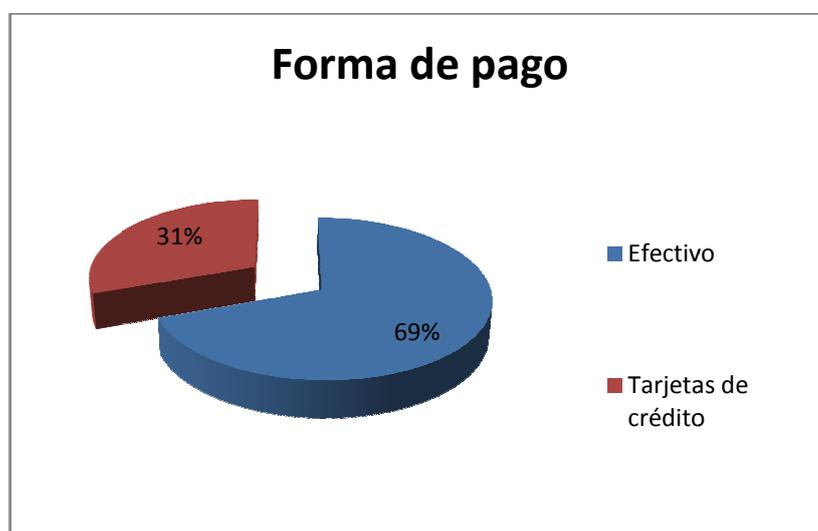


Gráfico No 16. Forma de pago.

Los encuestados prefieren pagar en efectivo su consumo en un 69% y un 31% prefieren hacerlo con tarjeta de crédito.

q) Medios de información

Tabla No 20. Medios de información.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Radio	5	4
Televisión	10	8
Internet	27	23
Prensa	4	3
Revista	11	9
Afiches y trípticos	8	7
Centro de información turística	13	11
Agencia de viajes	14	12
Persona a persona	23	20
Otros	3	3
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta

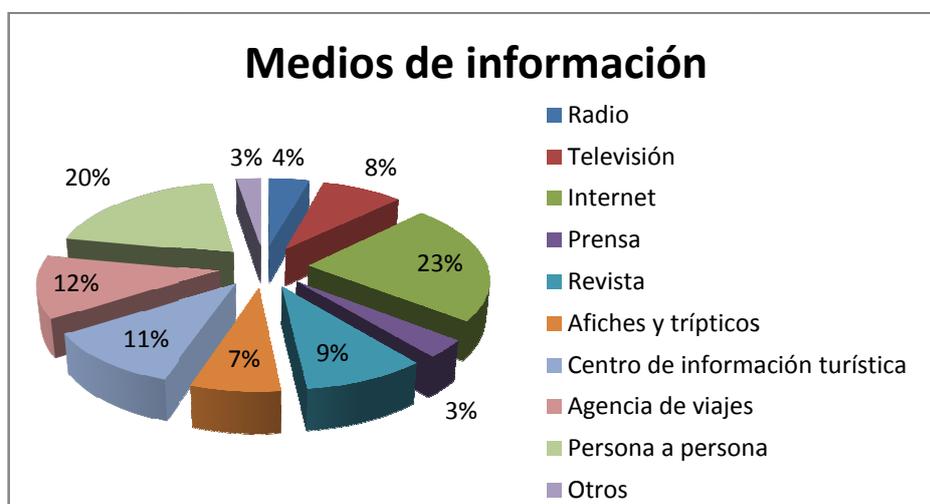


Gráfico No 17. Medios de información.

El 23% utiliza internet para informarse acerca de nuevos sitios turísticos, el 20% por medio de amigos o familiares, el 12% lo hace a través de agencias de viajes, el 11% se informa con la ayuda de centros de información turística, se informan por medio de revistas el 9%, el 8% por medio de televisión, usan afiches y trípticos el 7%, el 3% usa la radio y el 3% por medio de la prensa y usan diferentes medios de comunicación.

ii. **Turista nacional.**

r) **Edad**

Tabla No 21. Edad.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
18 – 26	29	24
27- 35	33	27
36 – 44	21	18
45 – 53	25	21
54 – 62	12	10
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

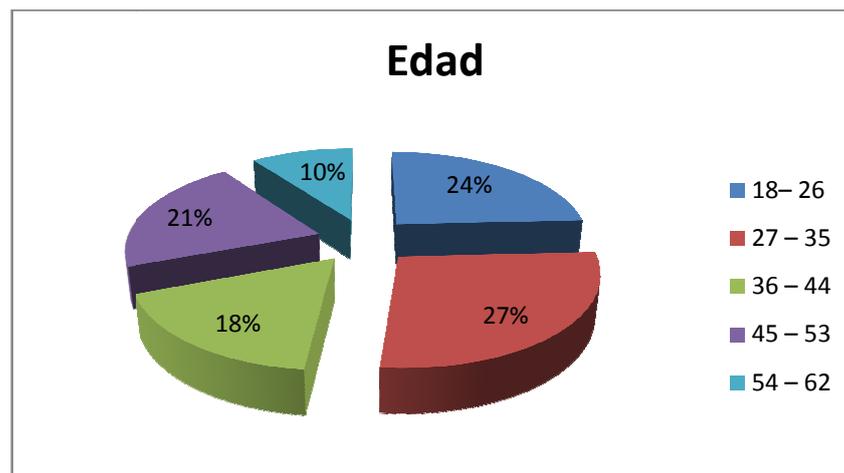


Gráfico No 18. Edad.

La edad del 27% de los encuestados comprende entre los 27 y 35 años, el 24% pertenecen a un rango de edad entre los 18 y 26 años, el 18% posee entre 36 y 44 años, el 21% se incluye entre los 45 y 53 y el 10 al rango entre 54 y 62 años de edad.

s) **Género**

Tabla No 22. Género.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Femenino	48	40
Masculino	72	60
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

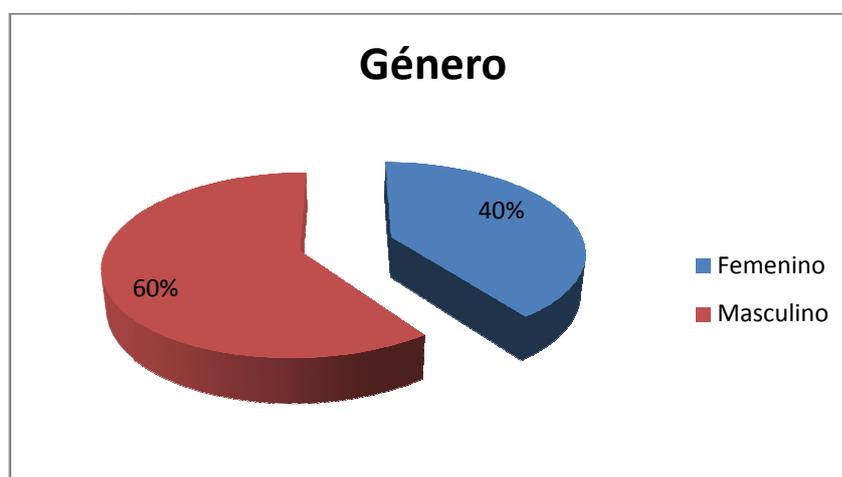


Gráfico No 19. Sexo.

El 60% de los encuestados pertenece al género masculino y el 40% al género femenino.

t) **Ciudad de residencia**

Tabla No 23. Ciudad de residencia.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Latacunga	15	12
Riobamba	25	21
Ambato	27	22
Baños	21	18
Cuenca	8	7
Quito	13	11
Guayaquil	7	6
Otros	4	3
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

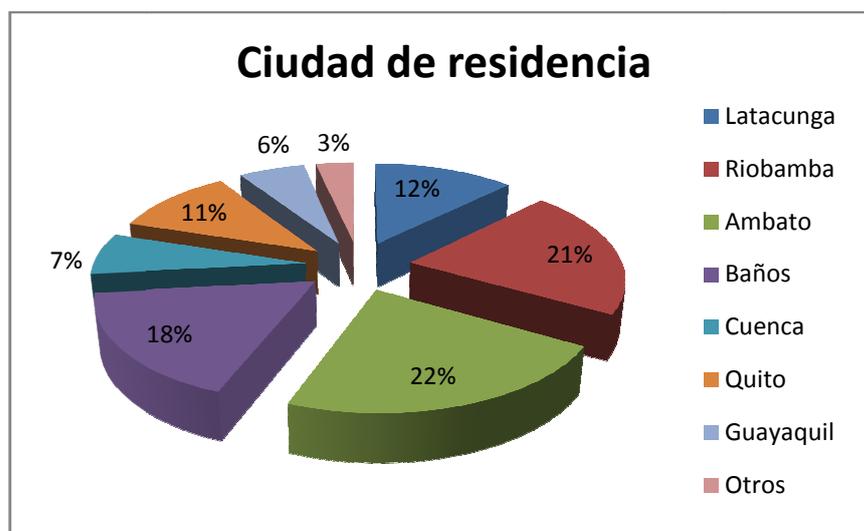


Gráfico No 20. Ciudad de residencia.

El 22% son personas provenientes de Ambato; el 21% procede de Riobamba; el 18% son de Baños; con el 12% pertenecen a Latacunga; el 11% llegan desde Quito; con el 7% vienen de Cuenca; provienen de Guayaquil con el 6% y con el 3% provienen de varios lugares.

u) Ocupación

Tabla No 24. Ocupación.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Estudiante	55	46
Trabaja	37	31
Desempleado	22	18
Jubilado	6	5
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

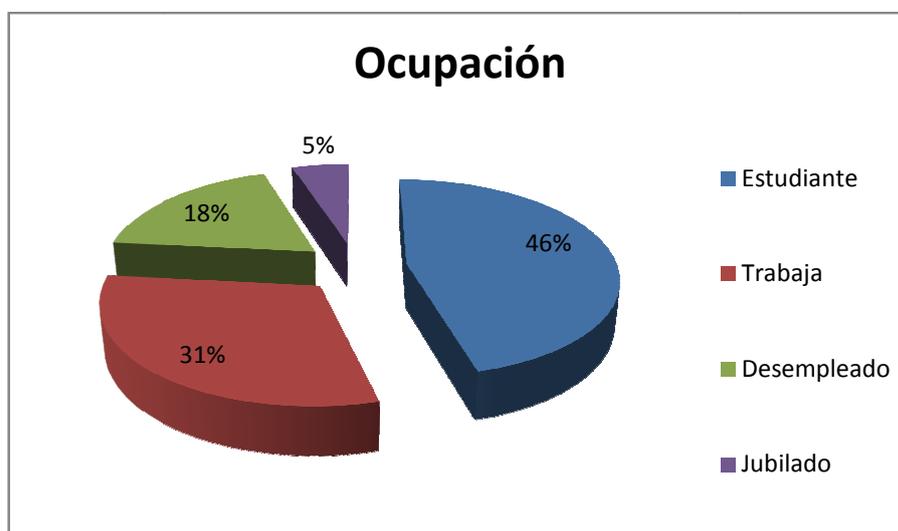


Gráfico No 21. Ocupación.

El 46% son estudiantes, el 31% trabaja, el 18% son desempleados y el 5% están jubilados.

v) Nivel de educación formal

Tabla No 25. Nivel de educación formal.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Primaria	33	28
Secundaria	47	39
Universitaria	28	23
Otros	12	10
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

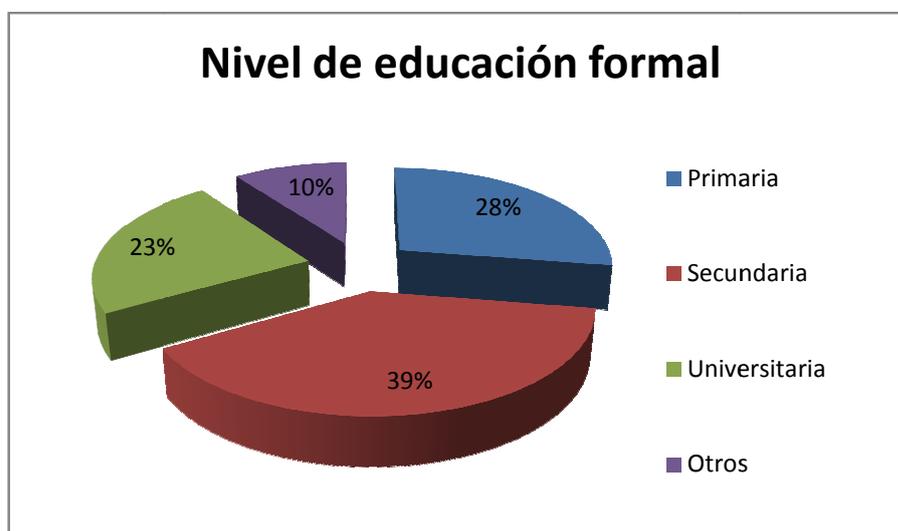


Gráfico No 22. Nivel de educación formal.

El 39% cursan la secundaria, a nivel primario el 28%, el 23% cuenta con instrucción a nivel superior y el 10% posee estudios de cuarto nivel.

w) **Motivo de viaje**

Tabla No 26. Motivo de viaje.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Recreación	63	52
Congreso / Convenciones	7	6
Compras	16	13
Negocios	19	16
Otros	15	13
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

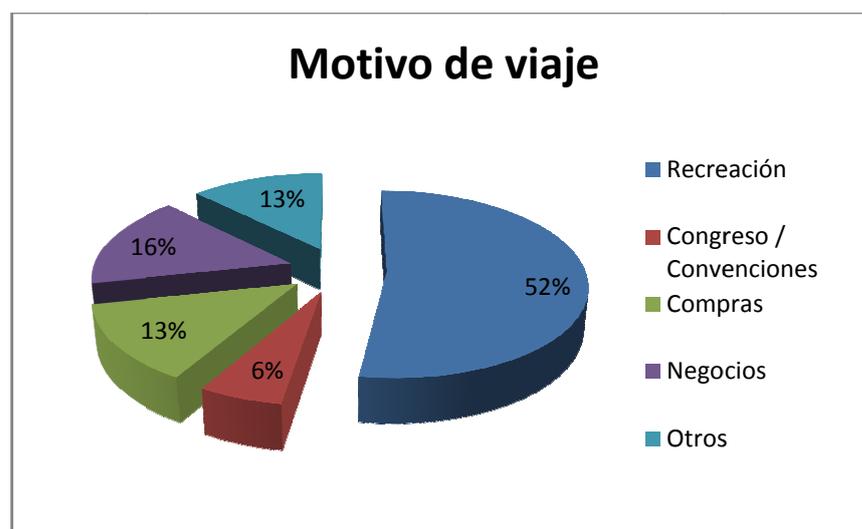


Gráfico No 23. Motivo de viaje.

El principal motivo de viaje es la recreación con el 52%, el 16% viajan por negocios, con el mismo porcentaje del 13% viajan para realizar compras y varias actividades y con el 6% vienen a congresos o convenciones.

x) **Tiempo de permanencia**

Tabla No 27. Tiempo de permanencia.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
1 día	26	22
De 2 a 3 días	51	42
Más de 3 días	43	36
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta



Gráfico No 24. Tiempo de permanencia.

El 42% permanece en la ciudad de 2 a 3 días, con el 36% los turistas permanecen más de 3 días, y 1 día de permanencia con el 22%.

y) **Compañía de viaje**

Tabla No 28. Compañía de viaje.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Amigos	47	39
Familia	39	32
Solo	21	18
Otros	13	11
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

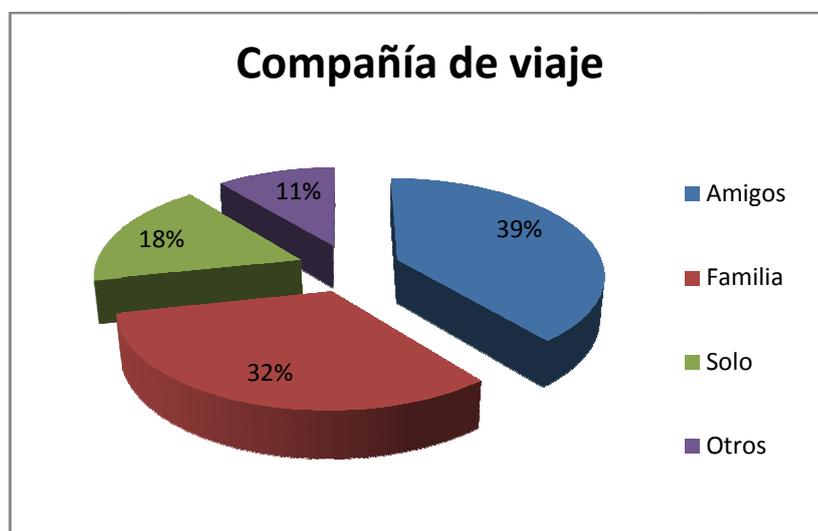


Gráfico No 25. Compañía de viaje.

El 39% de encuestados viaja acompañado por sus amigos, el 32% viaja con la familia, 18% viaja solo y un 11% viaja con otros.

z) Número de acompañantes

Tabla No 29. Número de acompañantes.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
De 1 a 3	49	41
De 4 a 6	57	47
Más de 7	14	12
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta



Gráfico No 26. Número de acompañantes.

La mayoría viaja acompañado de 4 a 6 personas que representa el 47%, el 41% viaja de 1 a 3 personas y el 12% viaja con 7 o más personas.

aa) **Aceptación de la idea del proyecto**

Tabla No 30. Aceptación de la idea del proyecto.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si	112	93
No	8	7
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta



Gráfico No 27. Aceptación de la idea del proyecto.

Al 93 % le gustaría que se implemente un centro recreacional en el cantón Pastaza con las siguientes características: restaurante, piscina, juegos recreativos y canchas deportivas. El 7% no está de acuerdo.

bb) Servicios demandados

Tabla No 31. Servicios demandados.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Restaurante	102	26
Piscina	97	25
Juegos recreativos y canchas deportivas	91	24
Camping	98	25

Fuente: Encuesta

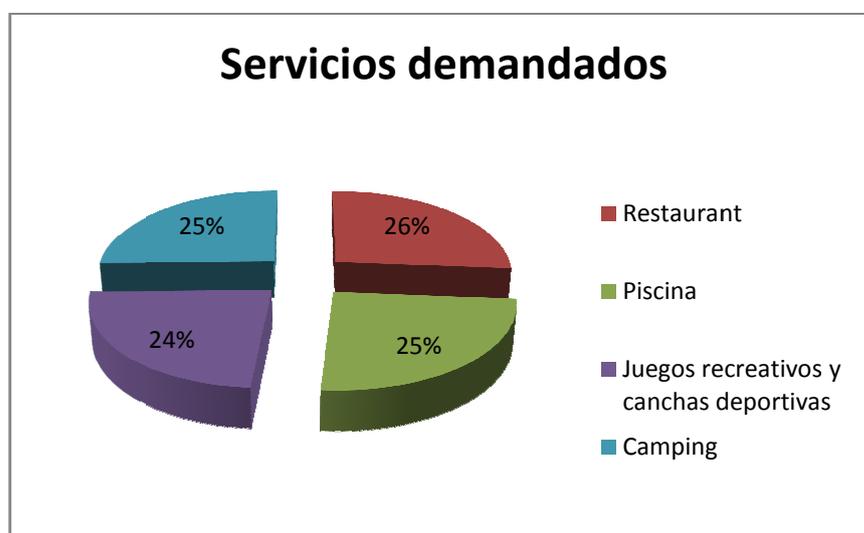


Gráfico No 28. Servicios demandados.

El 26% utilizaría el servicio de restaurante, el 25% el servicio de piscina, el 25% el servicio de camping y el 24 % prefieren el servicio juegos recreativos y canchas deportivas.

cc) **Actividades preferidas**

Tabla No 32. Actividades preferidas.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Paseos guiados	23	15
Visita a jardín botánico	34	22
Artesanías	13	9
Educación ambiental	31	20
Navegar en botes	45	29
Otros	8	5
TOTAL	154	100

Fuente: Encuesta



Gráfico No 29. Actividades preferidas.

El 29% quisieran navegar en botes, el 22% le gustaría visitar un jardín botánico, el 20% le gustaría recibir educación ambiental, con el 15% les gustaría realizar paseos guiados, con el 9% comprar artesanías y con el 5% desearían otras actividades.

dd) Estacionalidad

Tabla No 33. Estacionalidad.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Enero	12	10
Febrero	5	4
Marzo	6	5
Abril	7	8
Mayo	10	8
Junio	20	17
Julio	17	14
Agosto	8	7
Septiembre	5	4
Octubre	11	9
Noviembre	4	3
Diciembre	13	11
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

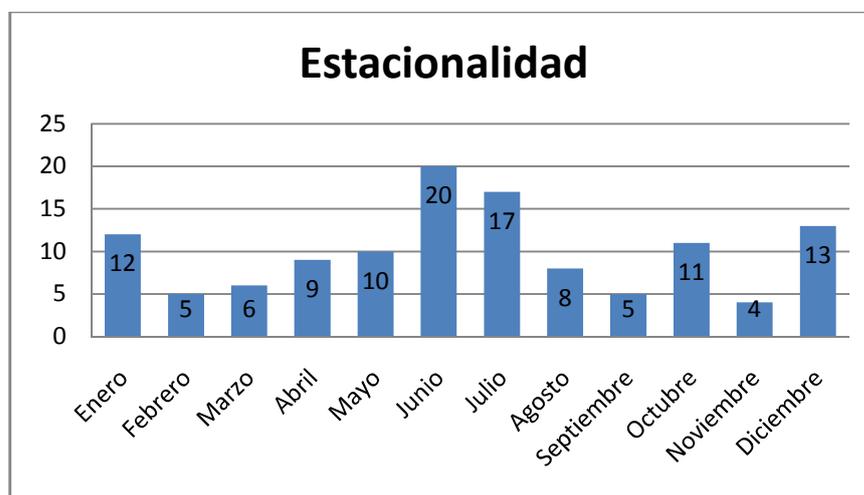


Gráfico No 30. Estacionalidad.

Los meses con estacionalidad alta son junio y julio, los meses con estacionalidad media son enero, mayo, octubre y diciembre y en cambio los meses con estacionalidad baja son Febrero marzo agosto septiembre y noviembre.

ee) Tipo de comida preferida

Tabla No 34. Tipo de comida preferida.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Comida típica	48	40
Comida nacional	36	30
Comida internacional	20	17
Todas las anteriores	16	13
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

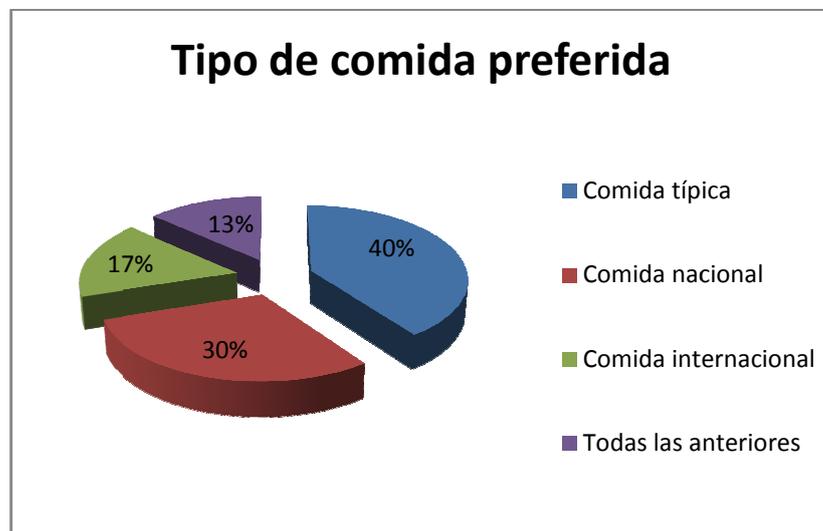


Gráfico No 31. Tipo de comida preferida.

Al 40% le gustaría degustar comida típica de la zona, el 30% prefiere comida nacional, el 17% se inclina por la comida internacional y al 13% le agradaría de todo un poco.

ff) Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

Tabla No 35. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
\$5 - \$10	68	56
\$11 - \$16	37	31
\$17 - \$22	13	11
Más de \$22	2	2
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

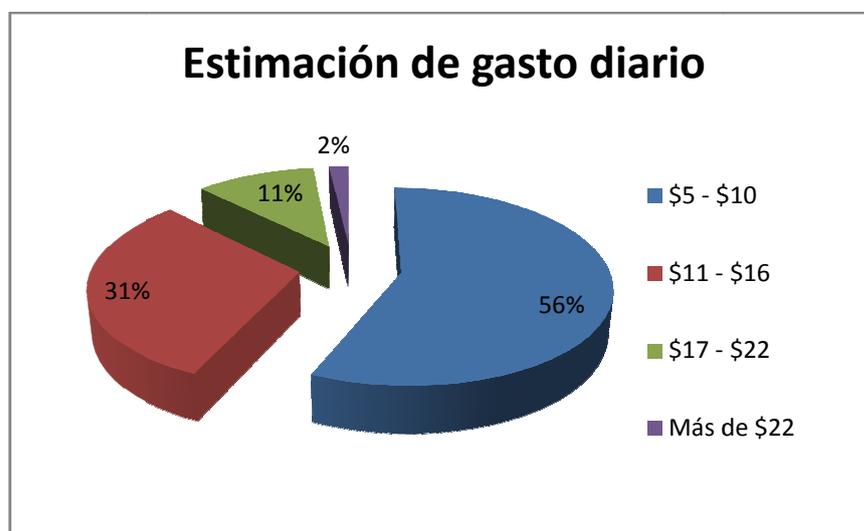


Gráfico No 32. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos.

El 56% estima que pagaría entre \$5 a \$10 dólares por los servicios turísticos, el 31% estaría dispuesto a gastar entre \$11 a \$16, el 11% gastaría entre \$17 a \$22 dólares y gastarían más de \$22 el 2%.

gg) **Forma de pago**

Tabla No 36. Forma de pago.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Efectivo	93	77
Tarjetas de crédito	27	23
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

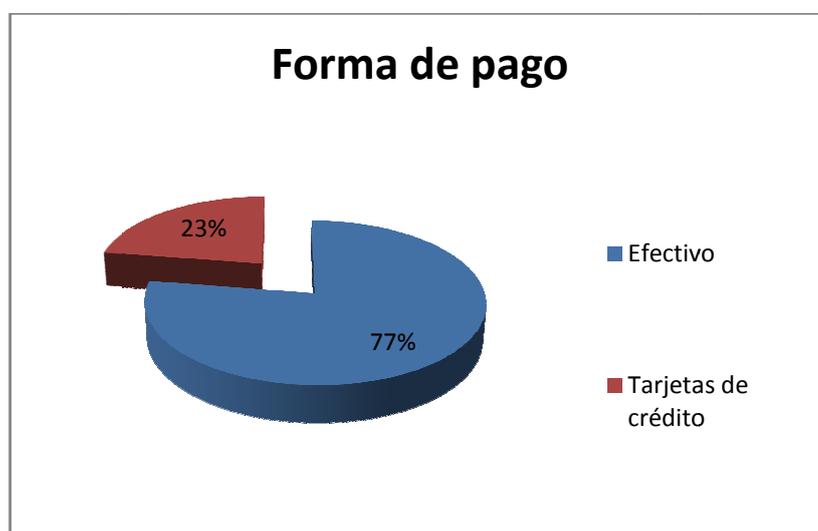


Gráfico No 33. Forma de pago.

Los encuestados prefieren pagar en efectivo su consumo en un 77% y un 23% prefieren hacerlo con tarjeta de crédito.

hh) Medios de información

Tabla No 37. Medios de información.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Radio	13	11
Televisión	16	13
Internet	15	12
Prensa	9	8
Revista	6	5
Afiches y trípticos	5	4
Centro de información turística	7	6
Agencia de viajes	3	3
Persona a persona	42	35
Otros	4	3
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta

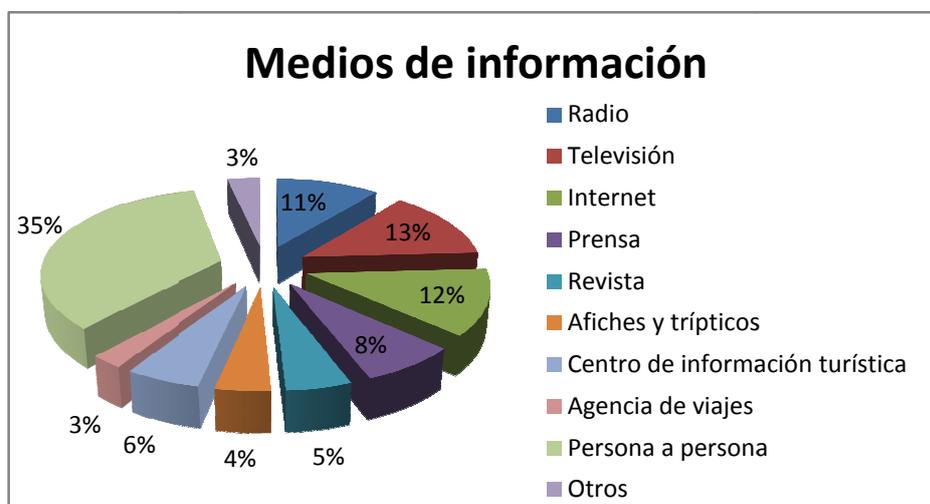


Gráfico No 34. Medios de información.

El 35% por medio de amigos o familiares, el 13% por medio de televisión, el 12% utiliza internet para informarse acerca de nuevos sitios turísticos, el 11% usa la radio, el 8% por medio de la prensa, el 6% se informa con la ayuda de centros de información turística, se informan por medio de revistas el 5%, usan afiches y trípticos el 4% y el 3% lo hace a través de agencias de viajes, y por diferentes medios de comunicación.

2) Consumidor local.

ii) **Edad**

Tabla No 38. Edad.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
14 – 22	36	30
23- 31	29	25
32 – 40	24	20
41 – 49	18	15
50 – 58	12	10
TOTAL	119	100

Fuente: Encuesta

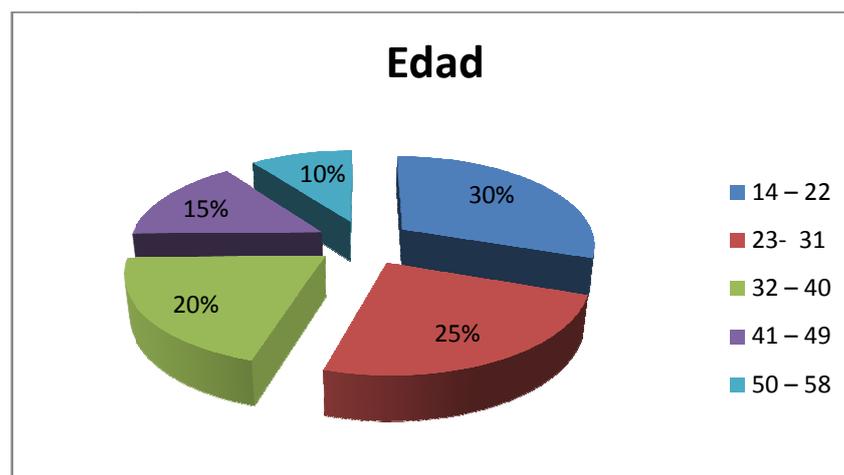


Gráfico No 35. Edad.

La edad del 30% de los encuestados comprende entre los 18 y 26 años, el 25% pertenecen a un rango de edad entre los 27 y 35 años, el 20% posee entre 36 y 44 años, el 15% se incluye entre los 45 y 53 y entre 54 y 62 años de edad el 10%.

jj) Género

Tabla No 39. Género.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Femenino	58	49
Masculino	61	51
TOTAL	119	100

Fuente: Encuesta

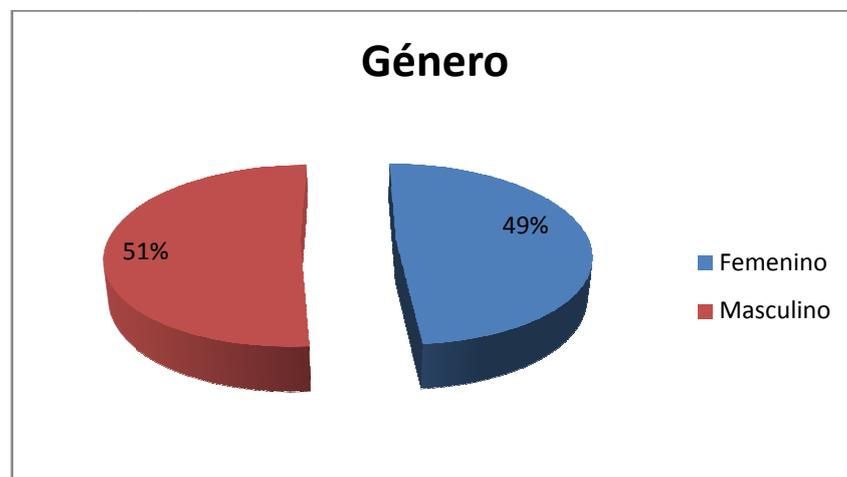


Gráfico No 36. Género.

El 51% de encuestados pertenece al género masculino y el 49% al género femenino.

kk) Ocupación

Tabla No 40. Ocupación.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Estudiante	39	33
Trabaja	63	53
Desempleado	12	10
Jubilado	5	4
TOTAL	119	100

Fuente: Encuesta

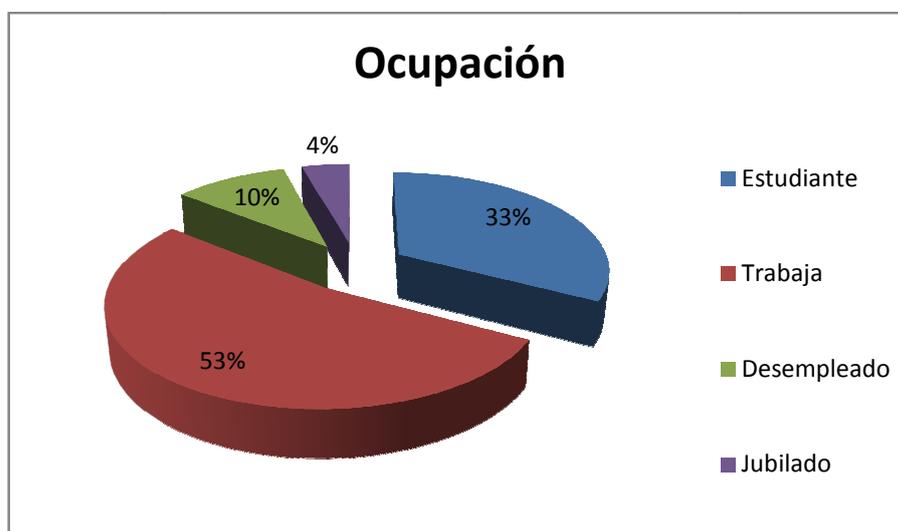


Gráfico No 37. Ocupación.

El 53% trabaja, el 33% son estudiantes, el 10% son desempleados y el 4% están jubilados.

II) Nivel de educación formal

Tabla No 41. Nivel de educación formal.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Primaria	38	32
Secundaria	53	44
Universitaria	21	18
Otros	7	6
TOTAL	119	100

Fuente: Encuesta

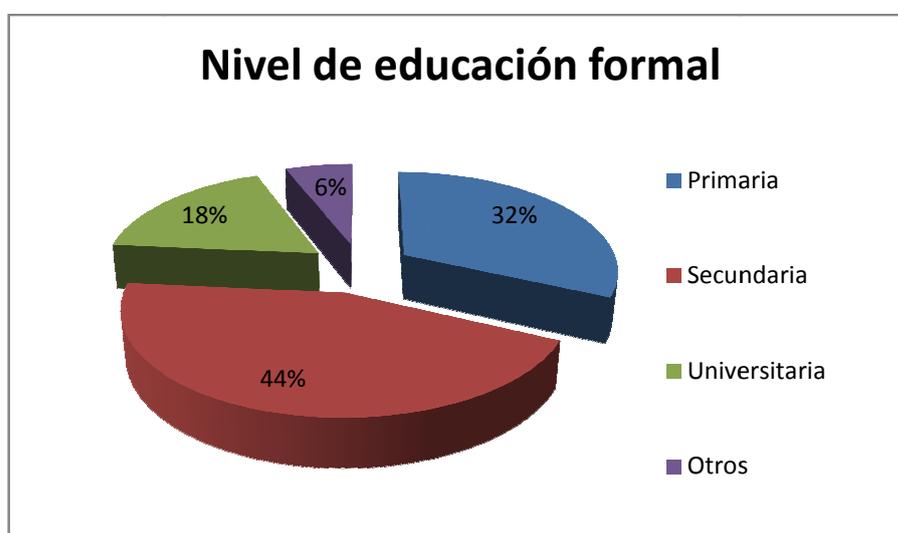


Gráfico No 38. Nivel de educación formal.

El 44% tiene un nivel secundario, a nivel primario el 32%, el 18% cuenta con instrucción a nivel superior y el 16% posee estudios de cuarto nivel.

mm) Aceptación de la idea del proyecto

Tabla No 42. Aceptación de la idea del proyecto.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si	99	83
No	20	17
TOTAL	119	100

Fuente: Encuesta



Gráfico No 39. Aceptación de la idea del proyecto.

Al 83 % le gustaría que se implemente un centro recreacional en el cantón Pastaza con las siguientes características: restaurante, piscina, juegos recreativos y canchas deportivas y camping. El 17% no está de acuerdo.

nn) Servicios demandados

Tabla No 43. Servicios demandados.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Restaurante	85	22
Piscina	97	25
Juegos recreativos y canchas deportivas	107	27
Camping	101	26

Fuente: Encuesta

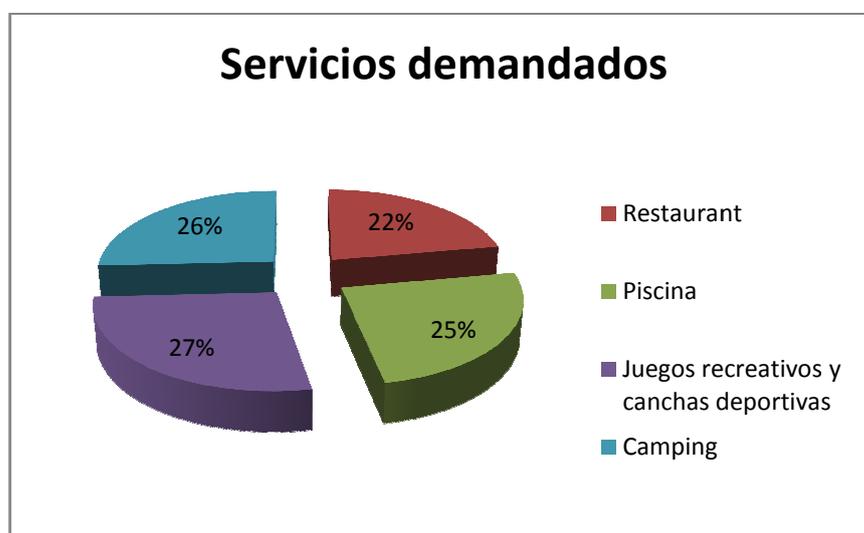


Gráfico No 40. Servicios demandados.

El 27 % prefieren el servicio juegos recreativos y canchas deportivas, el 26 % el servicio de camping, el 25% utilizaría el servicio de piscina y el 22% el servicio de restaurante.

oo) **Frecuencia de visita**

Tabla No 44. Frecuencia de visita.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
1 vez al mes	17	14
2 veces al mes	28	18
3 veces al mes	31	24
1 vez cada semana	43	44
TOTAL	119	100

Fuente: Encuesta

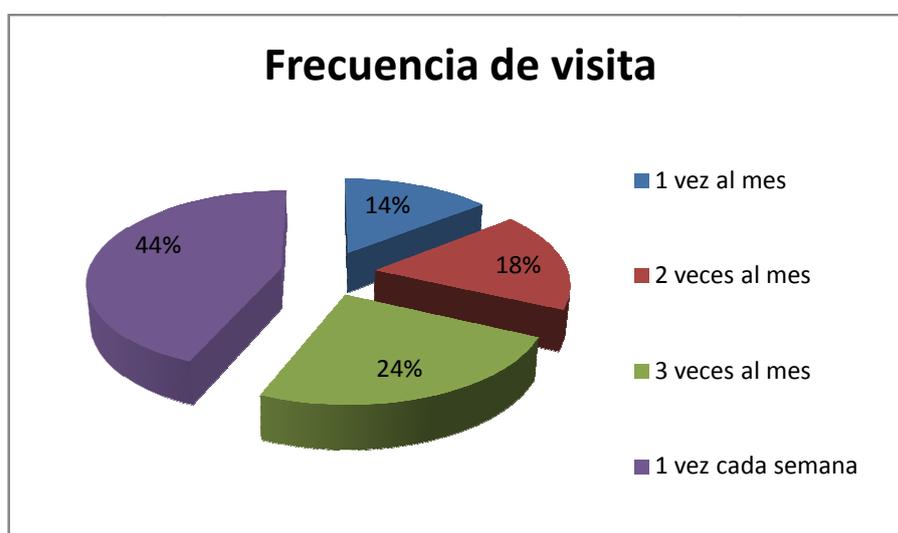


Gráfico No 41. Frecuencia de visita.

El 44% frecuenta la gente ir a un centro recreacional una vez a la semana, el 14% de encuestados va 3 veces al mes, 2 veces al mes van el 185 y 14 representa a las personas que van una vez al mes.

pp) **Número de acompañantes**

Tabla No 45. Número de acompañantes.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
De 1 a 3	42	35
De 4 a 6	57	48
Más de 7	20	17
TOTAL	119	100

Fuente: Encuesta

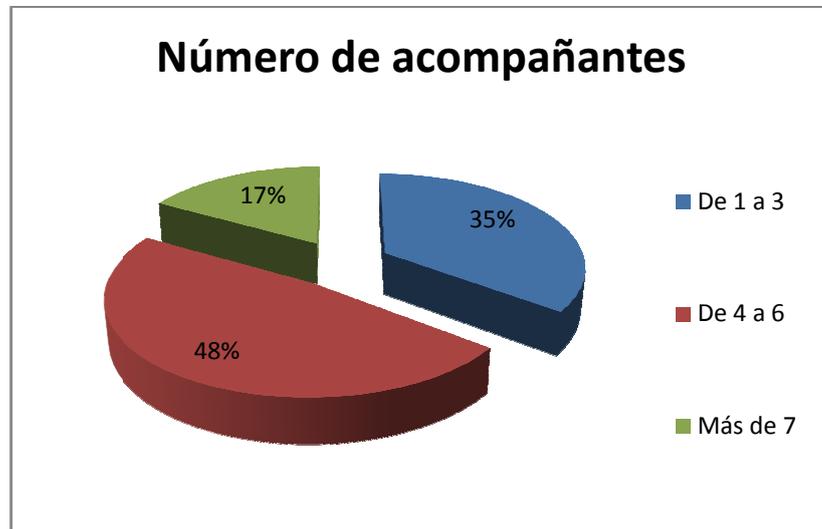


Gráfico No 42. Número de acompañantes.

La mayoría viaja acompañado de 4 a 6 personas que representa el 48%, el 35% va con 1 a 3 personas y el 17% va con 7 o más personas.

qq) Actividades preferidas

Tabla No 46. Actividades preferidas.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Paseos guiados	13	10
Visita a jardín botánico	23	18
Artesanías	11	8
Educación ambiental	27	21
Navegar en botes	49	38
Otros	7	5
TOTAL	130	100

Fuente: Encuesta

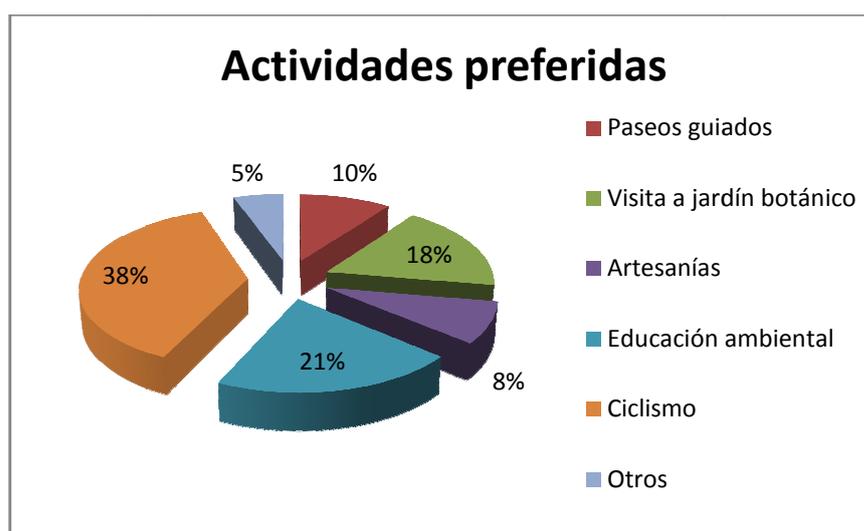


Gráfico No 43. Actividades preferidas.

El 38% le gustaría navegar en botes, el 21% le gustaría recibir educación ambiental, el 18% le gustaría visitar un jardín botánico, con el 10% les gustaría realizar paseos guiados, con el 8% comprar artesanías y con el 5% desearían otras actividades.

rr) Tipo de comida preferida

Tabla No 47. Tipo de comida preferida.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Comida típica	41	35
Comida nacional	36	30
Comida internacional	19	16
Todas las anteriores	23	19
TOTAL	119	100

Fuente: Encuesta

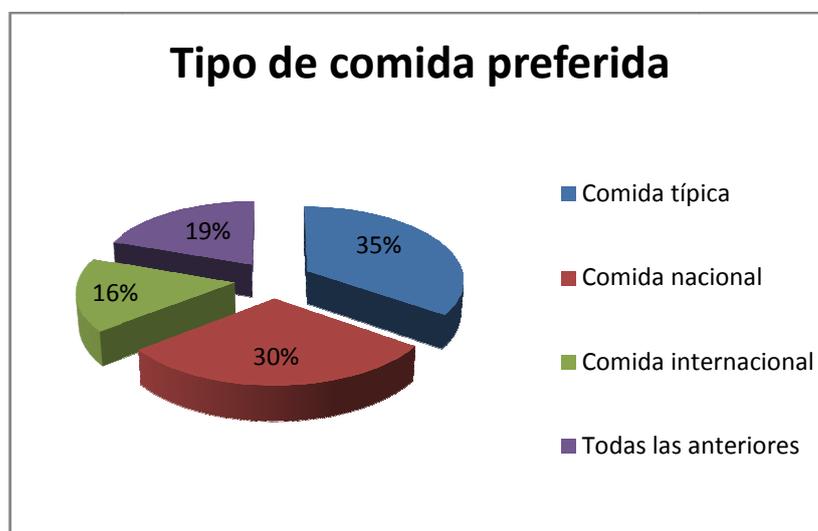


Gráfico No 44. Tipo de comida preferida.

Al 35% le gustaría degustar comida típica de la zona, el 30% prefiere comida nacional, el 19% le agradaría de todo un poco y el 16% se inclina por la comida internacional.

ss) **Estimación de gasto diario por los servicios turísticos**

Tabla No 48. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
\$5 - \$10	74	62
\$11 - \$16	32	27
\$17 - \$22	12	10
Más de \$22	1	1
TOTAL	119	100

Fuente: Encuesta

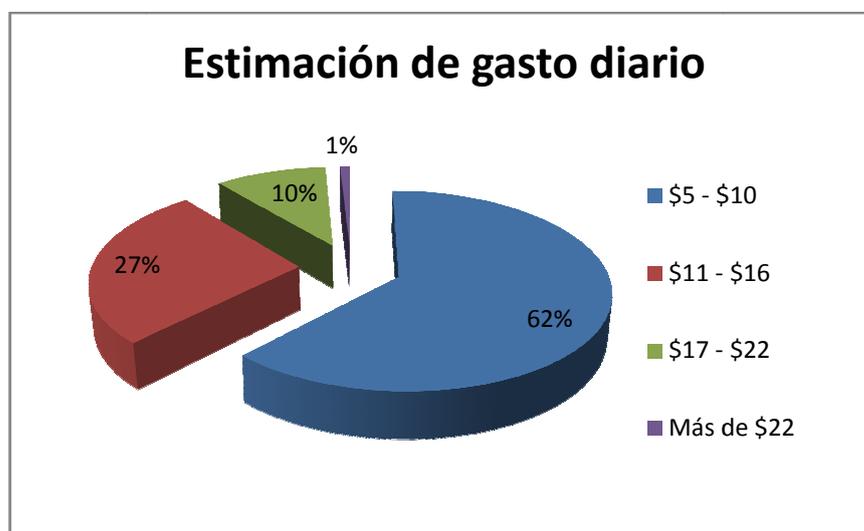


Gráfico No 45. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos.

El 62% estima que pagaría entre \$5 a \$10 dólares por los servicios turísticos, el 27% estaría dispuesto a gastar entre \$11 a \$16, el 16% gastaría entre \$17 a \$22 dólares el 10% y gastarían más de \$22 el 1%.

tt) **Forma de pago**

Tabla No 49. Forma de pago.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Efectivo	94	79
Tarjetas de crédito	25	21
TOTAL	119	100

Fuente: Encuesta

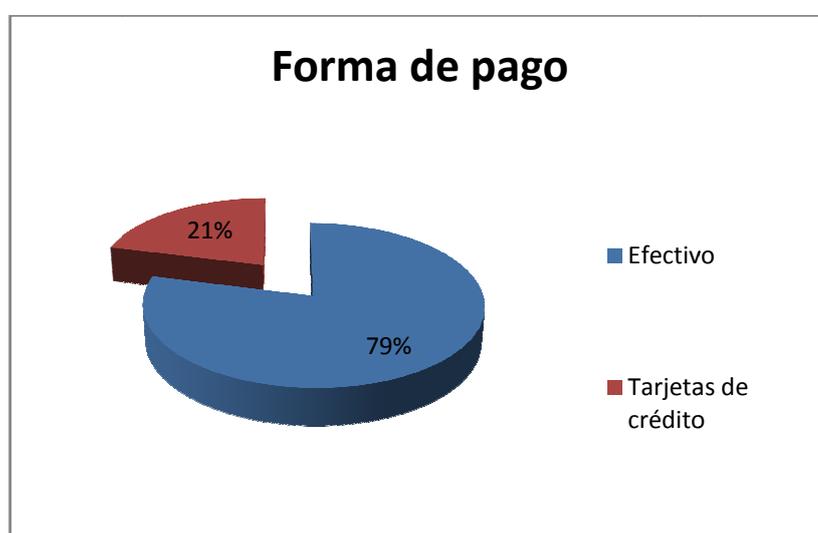


Gráfico No 46. Forma de pago.

Los encuestados prefieren pagar en efectivo su consumo en un 79% y un 21% prefieren hacerlo con tarjeta de crédito.

uu) Medios de información

Tabla No 50. Medios de información.

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Radio	12	10
Televisión	21	18
Internet	17	14
Prensa	11	9
Revista	7	6
Afiches y trípticos	13	11
Persona a persona	35	29
Otros	3	3
TOTAL	119	100

Fuente: Encuesta

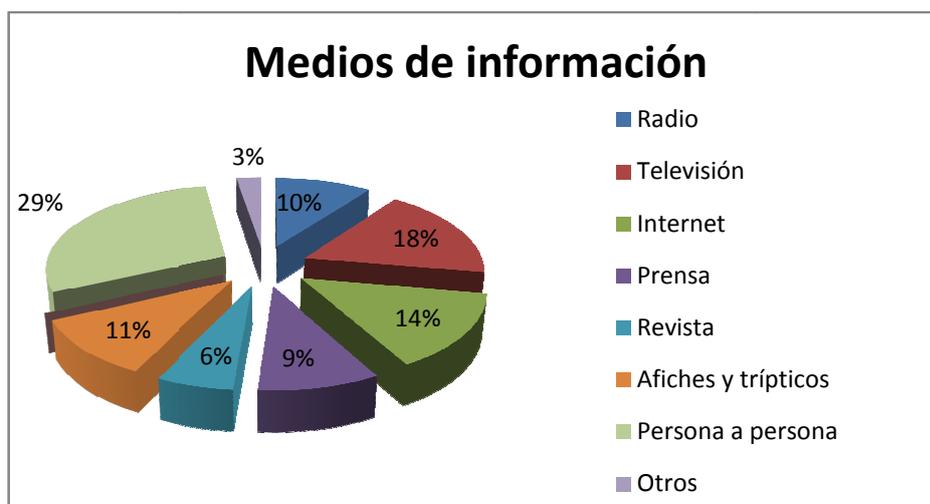


Gráfico No 47. Medios de información.

El 29% por medio de amigos o familiares, el 18% por medio de televisión, el 14% por medio de internet, usan afiches y trípticos el 11%, el 10% usa la radio, se informan por medio de la prensa el 9%, el 6% se informa por revistas, y el 3% usan diferentes medios de comunicación.

e. Perfil del consumidor.

1) Turistas

a) Turista extranjero

El 29% de los encuestados posee entre 27 y 35 años de edad y el 55% pertenece al sexo masculino. Los países que tienen mayor porcentaje de visitantes es Estados Unidos con el 21%, Reino Unido con el 12%, con el 11% Canadá y Alemania con el 10%. El 62% de ellos trabajan y el 56% tienen instrucción a nivel superior.

El principal motivo de viaje es la recreación con el 64%. El 58% permanece en la ciudad de 2 a 3 días. El 42% de encuestados extranjeros viaja con sus amigos y acompañados de 1 a 3 personas que representa el 52%.

Al 91% de encuestados le gustaría que se implemente un centro recreacional en el cantón Pastaza con las siguientes características: restaurante, piscina, juegos recreativos y canchas deportivas.

El 26% de los encuestados utilizará el servicio de piscina, el 25% utilizaría el servicio de restaurante, el 25% el servicio de camping y el 24% prefieren el servicio juegos recreativos canchas deportivas, además, el 26% le gustaría visitar un jardín botánico, el 24% prefiere navegar en bote y el 22% le gustaría recibir educación ambiental. Los meses con estacionalidad alta para visitar el establecimiento son febrero, mayo, junio y julio.

Al 53% le gustaría degustar comida típica de la zona y el 30% prefiere comida nacional. El 52% estima que pagaría entre \$11 a \$16 dólares por los servicios turísticos. Los encuestados prefieren pagar en efectivo su consumo en un 69%.

El 23% utiliza internet para informarse acerca de nuevos sitios turísticos, el 20% por medio de amigos o familiares, el 12% lo hace a través de agencias de viajes y el 11% se informa con la ayuda de centros de información turística.

b) Turista Nacional

La edad del 27% de los encuestados comprende entre los 27 y 35 años y el 24% pertenecen a un rango de edad entre los 18 y 26 años. El 60% pertenece al sexo masculino. El 22% son de Ambato, el 21% procede de Riobamba, el 18% son de Baños, con el 12% pertenecen a Latacunga y el 11% llegan desde Quito. El 46% son estudiantes, el 31% trabaja y el 39% tiene un nivel de educación secundario.

El principal motivo de viaje es la recreación con el 52% y el 42% permanece en la ciudad de 2 a 3 días. El 39% de encuestados viaja acompañado por sus amigos y el 32% viaja con la familia. La mayoría viaja acompañado de 4 a 6 personas que representa el 47%.

Al 93 % le gustaría que se implemente un centro recreacional en el cantón Pastaza con las siguientes características: restaurante, piscina, juegos recreativos y canchas deportivas.

El 26% utilizaran el servicio de restaurante, el 25% el servicio de piscina, el 25% el servicio de camping y el 24 % prefieren el servicio juegos recreativos y canchas deportivas, además, el 29% quisieran navegar en bote, el 22% le gustaría visitar un jardín botánico y el 20% le gustaría recibir educación ambiental y los meses con estacionalidad alta son junio y julio.

Al 40% le gustaría degustar comida típica de la zona y el 30% prefiere comida nacional. El 56% estima que pagaría entre \$5 a \$10 dólares por los servicios turísticos y los encuestados prefieren pagar en efectivo su consumo en un 77%.

El 35% por medio de amigos o familiares, el 13% por medio de televisión, el 12% utiliza internet para informarse acerca de nuevos sitios turísticos y el 11% usa la radio.

2) Consumidor Local

La edad del 30% de los encuestados comprende entre los 18 y 26 años y el 25% pertenecen a un rango de edad entre los 27 y 35 años. El 51% pertenece al sexo masculino. El 53% trabaja y el 33% son estudiantes. El 44% tiene un nivel secundario.

Al 83 % le gustaría que se implemente un centro recreacional en el cantón Pastaza con las siguientes características: restaurante, piscina, juegos recreativos y canchas deportivas, además, El 27 % prefieren el servicio juegos recreativos y canchas deportivas, el 26 % el servicio de camping, el 25% utilizaría el servicio de piscina y el 22% el servicio de restaurante. El 44% frecuenta la gente ir a un centro recreacional una vez a la semana y la mayoría viaja acompañado de 4 a 6 personas que representa el 48%.

El 38% quisieran navegar en bote, el 21% le gustaría recibir educación ambiental y el 18% le gustaría visitar un jardín botánico. Al 35% le gustaría degustar comida típica de la zona y el 30% prefiere comida nacional. El 62% estima que pagaría entre \$5 a \$10 dólares por los servicios turísticos y los encuestados prefieren pagar en efectivo su consumo en un 79%.

El 29% por medio de amigos o familiares, el 18% por medio de televisión, el 14% por medio de internet.

a. Proyección de la demanda

El 93% y 91% de representantes respectivamente, manifestaron que les gustaría que existiera un centro recreacional. Es decir 92499 turistas nacionales y 6515 turistas extranjeros un total de 99014 serían clientes potenciales.

En cambio para el consumidor local se tiene que: la población con capacidad de consumo es de 23638. El 94 % de nuestros clientes dicen que están de acuerdo con la implementación de un centro recreacional, es decir 22219. Cada cliente acude a un centro similar con una frecuencia promedio de 2 veces al mes, que en total sería 44438 clientes potenciales al mes y para saber cuantas personas acuden anualmente lo multiplicamos por 12. Como resultado total de **533256** clientes potenciales al año.

Para la proyección de la demanda se utilizó la fórmula del incremento compuesto.

Índice de crecimiento turístico (6.8% según el Ministerio de Turismo año 2009 y el 2,17% como índice real de crecimiento de la población)

Tabla No. 51 Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL			
AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	CONSUMIDOR LOCALES
2010 (0)	92499	6525	533256
2011 (1)	98789	6969	544828
2012 (2)	105506	7443	556650
2013 (3)	112681	7949	568730
2014 (4)	120343	8489	619726
2015 (5)	128527	9066	593680
2016 (6)	137266	9683	606563
2017 (7)	146601	10341	619726
2018 (8)	156569	11045	633174
2019 (9)	167216	11796	646914
2020 (10)	178587	12598	660952

Fuente: Encuesta

2. Análisis de la oferta

a. Oferta sustitutiva

Para determinar la oferta sustitutiva se han considerado aquellos establecimientos turísticos con características semejantes, donde el entorno natural sea el aspecto más prioritario.

Tabla No. 52 Oferta sustitutiva.

PARQUE ACUÁTICO "MORETE PUYU"	
Ubicación	Calle Teniente Hugo Ortiz y Cacique Palati.
Servicios ofertados	Piscina de olas, juegos imperativos de niños, piscina semi olímpica, piscina de clavados, turco, hidromasaje, bar, restaurante, sala de eventos y recepciones.
Precio	Costos: \$1,50 Niños, \$3,00
Clientes anuales	90432 aproximados
BALNEARIO ECOPARQUE "MONTE SELVA"	
Ubicación	Santa Rosa Km 2 vía Shell

Categoría	Primera
#Plazas restaurante	250
Servicios ofertados	Restaurante Piscina Spa Shamánico Senderos en el aire
Precio	Almuerzo o Cena Menú: Sopa ó entrada, plato fuerte, postre y bebida = \$6.75usd. Buffet = 6,75usd (No incluye bebidas) Senderos al aire : 3usd Piscina: 2usd adultos y 1usd niños Campamentos que incluye: carpa, cobijas, cena en la noche, una caminata y una fogata. 27,50usd adultos y 22,00 niños
Clientes anuales	12300 aproximados

b. Oferta complementaria

1) Balnearios públicos.

a) Dique de Veracruz

Es una obra técnica que consiste en el represamiento del Río Sandalias, formando una piscina natural para el disfrute de los turistas que llegan a refrescarse en sus aguas.

Este atractivo cuenta con una gran infraestructura acorde a las necesidades de los visitantes. Para su distracción, recreación y esparcimiento de quienes lo visitan. Se ofrece servicios de alimentación.

1) Restaurantes de la ciudad de Puyo

Se tomó en cuenta los establecimientos turísticos que constan en el Catastro Municipal de Turismo (2009). Ver anexo No. 04

3. Confrontación de la demanda vs oferta

a. **Proyección de la demanda insatisfecha**

La demanda total es de 582769 menos la captación de la oferta sustitutiva que es de 102732 nos da un total de una demanda insatisfecha de 480037. De esa cantidad el 1% son turistas extranjeros, el 8% son turistas nacionales y el 91% son consumidores locales.

Tabla No 53. Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 10 años.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA				
AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	CONSUMIDORES LOCALES	TOTAL
2010 (0)	41014	5127	446313	492454
2011 (1)	43803	5475	455998	505277
2012 (2)	46782	5848	465893	518523
2013 (3)	49963	6245	476003	532212
2014 (4)	53361	6670	486332	546363
2015 (5)	56989	7124	496886	560999
2016 (6)	60864	7608	507668	576141
2017 (7)	65003	8125	518684	591813
2018 (8)	69423	8678	529940	608041
2019 (9)	74144	9268	541440	624852
2020 (10)	41014	5127	446313	492454

Fuente: Encuesta

b. **Proyección demanda objetivo**

En este proyecto se trabajará estimando captar de la demanda insatisfecha el 25% de la demanda de turistas nacionales, 50% de la demanda de turistas extranjeros y el 2% de los consumidores locales.

Tabla No 54. Proyección de la demanda objetivo para los próximos 10 años.

DEMANDA OBJETIVO				
AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	CONSUMIDORES LOCALES	TOTAL
2010 (0)	11521	2400	52420	66341
2011 (1)	12304	2563	53558	68425
2012 (2)	13141	2738	54720	70598
2013 (3)	14035	2924	55907	72866
2014 (4)	14989	3123	57120	75232
2015 (5)	16008	3335	58360	77703
2016 (6)	17097	3562	59626	80285
2017 (7)	18259	3804	60920	82984
2018 (8)	19501	4063	62242	85806
2019 (9)	20827	4339	63593	88759
2020 (10)	22243	4634	64973	91850

4. Proyección de los consumidores y servicios demandados

a) Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados

Tabla No 55. Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados.

Año	Demanda objetivo	Índices			
		Alimentación 50%	Piscina 20%	Juegos Recreativos 20%	Camping 10%
2010 (0)	66341	33171	13268	13268	6634
2011 (1)	68425	34213	13685	13685	6843
2012 (2)	70598	35299	14120	14120	7060
2013 (3)	72866	36433	14573	14573	7287
2014 (4)	75232	37616	15046	15046	7523
2015 (5)	77703	38852	15541	15541	7770
2016 (6)	80285	40142	16057	16057	8028
2017 (7)	82984	41492	16597	16597	8298
2018 (8)	85806	42903	17161	17161	8581
2019 (9)	88759	44379	17752	17752	8876
2020 (10)	91850	45925	18370	18370	9185

5. Análisis mercadotécnico – Área Comercial

a. **Canales de Distribución**

Para llegar a los consumidores se utilizarán dos canales de distribución: canal directo y canal detallista.

b. **Estrategias de promoción y publicidad**

1) **Medios publicitarios para la empresa**

Debido a que la mayoría de turistas nacionales y extranjeros utilizan internet como medio para conocer acerca de nuevos lugares turísticos se diseñará una página web, además, se publicará en las principales redes sociales. Se diseñarán tarjetas de presentación de la empresa, las cuales serán coloradas en las unidades de turismo a nivel nacional.

Para el consumo local se realizará cuñas publicitarias en la radio y promoción directa a medios educativos, oficinas y otros lugares de interés. En días de feriados nacionales se realizarán cuñas publicitarias en radios a nivel nacional.

2) **Slogan**

Tu punto de encuentro.

3) **Logotipo**

Grafico No 48. Logotipo de la empresa.



Elaborado por: Tlgo. Gabriel Rodríguez

4) Colores que identificarán a la empresa

Amarillo: La riqueza de la Amazonía ecuatoriana.

Verde: La vegetación amazónica.

Rojo: La pasión del encuentro con la naturaleza.

c. Cargos y responsabilidades del área comercial

1) Cargos y funciones del área comercial

Tabla No 56. Manual de funciones del Secretaria / Recepcionista.

Título del puesto	Secretaria / Recepcionista.
Áreas de responsabilidad	Secretaría.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
Naturaleza del trabajo: Ejecución de labores de mecanografiado, archivar, etc. de la Operadora; atención e información al público.	
Tareas típicas: <ul style="list-style-type: none">- Realizar la redacción de documentos y oficios de la empresa.- Recepción y control de comunicaciones internas y externas.- Coordinar las actividades de la empresa.- Archivar y manejar la documentación existente de la empresa.- Atender e informar al público.- Reservar y vender los productos turísticos.- Colaborar con el contador para el cierre de caja diario.- Reservar prestadores de servicios a tiempo.- Cumplir otras funciones que le asignen sus superiores.	
Características del puesto de trabajo <ul style="list-style-type: none">- Garantizar la custodia de documentos, archivos y el manejo correcto en la venta y reservación de paquetes.- Cuidado y esmero en la elaboración del trabajo asignado con el cometimiento del mínimo de errores.- Sujeto a supervisión permanente.	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none">- Título en secretariado ejecutivo bilingüe.- Conocimiento en administración turística.- Experiencia mínima de 2 años.- Buenas relaciones humanas.	

Dependencia: Jerárquicamente depende del Gerente General.
Subrogación: En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.

Tabla No 57. Manual de funciones del Mercadotécnico.

Título del puesto	Mercadotécnico.
Áreas de responsabilidad	Área de Marketing.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
Naturaleza del trabajo: Planificación y ejecución de actividades de marketing, publicidad y ventas.	
Tareas típicas: <ul style="list-style-type: none"> - Diseño y Promoción de los productos turísticos en los diferentes medios publicitarios - Elaborar el material necesario para el marketing de los productos. - Ofertar y vender los productos en instituciones, empresas y otras dentro y fuera de la ciudad. - Colaborar con el contador en los ejercicios contables que incluyan sus ventas. - Colaborar con el Gerente General en la participación de licitaciones, ferias y bolsas de turismo, concursos de precios y ofertas. - Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato. 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> - Este puesto se caracteriza por la realización de labores de marketing, publicidad y ventas. - El trabajo debe presentarse sin ningún error. - Garantiza el cumplimiento de los objetivos y metas. - Debe mantener la confidencialidad de la información. 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Tecnólogo en marketing y publicidad. - Experiencia en ventas. - Buenas relaciones humanas. 	
Dependencia: Jerárquicamente depende del Gerente General.	
Subrogación: En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.	

2) **Políticas de remuneración para el área comercial**

Tabla No 58. Políticas de remuneración para el área comercial.

CARGO	N°	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)
Secretaria / Recepcionista	1	300,00	4200,00
Mercadotécnico	1	300,00	4200,00
TOTAL			8400,00

3) **Determinación de inversiones y gastos del área comercial**

a) **Activos fijos del área comercial**

Tabla No 59. Activos fijos del área comercial.

ACTIVOS FIJOS DEL ÁREA COMERCIAL			
RUBRO	CANTIDAD (u)	COSTO UNITARIO (usd)	COSTO TOTAL (usd)
Área de recepción			
Equipos de oficina			
Equipos de cómputo (computador e impresora)	2	900,00	1800,00
Teléfono Panasonic	2	45,00	90,00
Calculadora	2	20,00	40,00
Caja registradora Casio	1	460,00	460,00
Sub total 1			2390,00
Muebles y enseres			
Counter de recepción (2m x1,18)	1	285,00	285,00
Decoración	2	200,00	400,00
Silla giratoria	2	55,00	110,00
Escritorio	1	175,00	175,00
Silla	2	22,00	44,00
Archivador aéreo	1	82,00	82,00
Sub total 2			1096,00
Subtotal 1+2			3486,00
Imprevistos 10%			348,60
TOTAL			3834,60

b) **Gastos del área comercial**

Tabla No 60. Gastos del área comercial.

RUBRO	CANTIDAD (u)	COSTO ANUAL (usd)
Página web	1	290,00
Trípticos papel couché tamaño A5	1000	90,00
Tarjetas de presentación papel cougue de 300g	1000	60,00
Cuña publicitaria en radio local	1	200,00
Promoción semanal 6 veces cada fin de semana	52	1000,00
TOTAL		1640,00

Página web (cubre el posicionamiento derecho de su dominio personal y demás conexiones en Internet y motores de búsquedas en los sitios webs más populares).

B. ESTUDIO TÉCNICO

6. Ingeniería

a. Tamaño de la empresa.

1) Número de clientes proyectado.

Tabla No 61. Número de clientes proyectado.

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010 (0)	66341	33171	5528	2764	1382	184
2011 (1)	68425	34213	5702	2851	1426	190
2012 (2)	70598	35299	5883	2942	1471	196
2013 (3)	72866	36433	6072	3036	1518	202
2014 (4)	75232	37616	6269	3135	1567	209
2015 (5)	77703	38852	6475	3238	1619	216
2016 (6)	80285	40142	6690	3345	1673	223
2017 (7)	82984	41492	6915	3458	1729	231
2018 (8)	85806	42903	7150	3575	1788	238
2019 (9)	88759	44379	7397	3698	1849	247
2020 (10)	91850	45925	7654	3827	1914	255

2) Consumo aparente por productos

Tabla No 62. Consumo aparente por productos.

Año	Demanda objetivo	Alimentación 50%	Piscina 20%	Juegos Recreativos 20%	Camping 10%
2010 (0)	66341	33171	13268	13268	6634
2011 (1)	68425	34213	13685	13685	6843
2012 (2)	70598	35299	14120	14120	7060
2013 (3)	72866	36433	14573	14573	7287
2014 (4)	75232	37616	15046	15046	7523
2015 (5)	77703	38852	15541	15541	7770
2016 (6)	80285	40142	16057	16057	8028
2017 (7)	82984	41492	16597	16597	8298
2018 (8)	85806	42903	17161	17161	8581
2019 (9)	88759	44379	17752	17752	8876
2020 (10)	91850	45925	18370	18370	9185

a) **Consumo aparente del servicio de alimentación**

i. **Proyección de los consumidores con respecto al servicio de alimentación**

Tabla No 63. Proyección de los consumidores con respecto al servicio de alimentación.

Año	Demanda objetivo	Típica de la zona 45%	Nacional 37%	Internacional 18%
2010 (0)	33171	14927	12273	5971
2011 (1)	34213	15396	12659	6158
2012 (2)	35299	15885	13061	6354
2013 (3)	36433	16395	13480	6558
2014 (4)	37616	16927	13918	6771
2015 (5)	38852	17483	14375	6993
2016 (6)	40142	18064	14853	7226
2017 (7)	41492	18671	15352	7469
2018 (8)	42903	19306	15874	7723
2019 (9)	44379	19971	16420	7988
2020 (10)	45925	20666	16992	8267

ii. **Derivación y determinación del tamaño de mercado por productos del servicio de alimentación**

• **Producto comida típica de la zona**

Tabla No 64. Derivación y determinación del mercado por producto comida típica.

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010 (0)	14927	7463	1244	533	311	41
2011 (1)	15396	7698	1283	550	321	43
2012 (2)	15885	7942	1324	567	331	44
2013 (3)	16395	8197	1366	586	342	46
2014 (4)	16927	8464	1411	605	353	47
2015 (5)	17483	8742	1457	624	364	49
2016 (6)	18064	9032	1505	645	376	50
2017 (7)	18671	9336	1556	667	389	52
2018 (8)	19306	9653	1609	690	402	54
2019 (9)	19971	9985	1664	713	416	55
2020 (10)	20666	10333	1722	738	431	57

- **Producto comida nacional**

Tabla No 65. Derivación y determinación del mercado por producto comida nacional.

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010 (0)	12273	6137	1023	511	256	34
2011 (1)	12659	6329	1055	527	264	35
2012 (2)	13061	6530	1088	544	272	36
2013 (3)	13480	6740	1123	562	281	37
2014 (4)	13918	6959	1160	580	290	39
2015 (5)	14375	7188	1198	599	299	40
2016 (6)	14853	7426	1238	619	309	41
2017 (7)	15352	7676	1279	640	320	43
2018 (8)	15874	7937	1323	661	331	44
2019 (9)	16420	8210	1368	684	342	46
2020 (10)	16992	8496	1416	708	354	47

- **Producto comida internacional**

Tabla No 66. Derivación y determinación del mercado por producto comida internacional.

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010 (0)	5971	2985	498	249	124	17
2011 (1)	6158	3079	513	257	128	17
2012 (2)	6354	3177	529	265	132	18
2013 (3)	6558	3279	546	273	137	18
2014 (4)	6771	3385	564	282	141	19
2015 (5)	6993	3497	583	291	146	19
2016 (6)	7226	3613	602	301	151	20
2017 (7)	7469	3734	622	311	156	21
2018 (8)	7723	3861	644	322	161	21
2019 (9)	7988	3994	666	333	166	22
2020 (10)	8267	4133	689	344	172	23

b) Consumo aparente del servicio de piscina

i. Derivación y determinación del tamaño de mercado por producto del servicio de piscina

Tabla No 67. Derivación y determinación del mercado por servicio de piscina.

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010 (0)	13268	6634	1106	553	276	37
2011 (1)	13685	6843	1140	570	285	38
2012 (2)	14120	7060	1177	588	294	39
2013 (3)	14573	7287	1214	607	304	40
2014 (4)	15046	7523	1254	627	313	42
2015 (5)	15541	7770	1295	648	324	43
2016 (6)	16057	8028	1338	669	335	45
2017 (7)	16597	8298	1383	692	346	46
2018 (8)	17161	8581	1430	715	358	48
2019 (9)	17752	8876	1479	740	370	49
2020 (10)	18370	9185	1531	765	383	51

c) Consumo aparente del servicio juegos recreativos y canchas deportivas

i. Proyección de los consumidores con respecto al servicio de juegos recreativos.

Tabla No 68. Proyección de los consumidores con respecto al servicio juegos recreativos.

Año	Demanda objetivo	Juegos recreativos y Canchas deportivas 65%	Navegación en bote 35%
2010 (0)	13268	8624	4644
2011 (1)	13685	8895	4790
2012 (2)	14120	9178	4942
2013 (3)	14573	9473	5101
2014 (4)	15046	9780	5266
2015 (5)	15541	10101	5439
2016 (6)	16057	10437	5620
2017 (7)	16597	10788	5809
2018 (8)	17161	11155	6006
2019 (9)	17752	11539	6213
2020 (10)	18370	11941	6430

ii. Derivación y determinación del tamaño de mercado por productos del servicio juegos recreativos y canchas deportivas

- **Derivación y determinación del tamaño de mercado por producto del servicio juegos recreativos y canchas deportivas**

Tabla No 69. Derivación y determinación del mercado por servicio juegos recreativos y canchas deportivas.

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010 (0)	8624	4312	719	359	180	24
2011 (1)	8895	4448	741	371	185	25
2012 (2)	9178	4589	765	382	191	25
2013 (3)	9473	4736	789	395	197	26
2014 (4)	9780	4890	815	408	204	27
2015 (5)	10101	5051	842	421	210	28
2016 (6)	10437	5219	870	435	217	29
2017 (7)	10788	5394	899	449	225	30
2018 (8)	11155	5577	930	465	232	31
2019 (9)	11539	5769	962	481	240	32
2020 (10)	11941	5970	995	498	249	33

- **Derivación y determinación del tamaño de mercado por producto del servicio navegación en bote**

Tabla No 70. Derivación y determinación del mercado por servicio navegación en bote.

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010 (0)	4644	2322	387	193	97	13
2011 (1)	4790	2395	399	200	100	13
2012 (2)	4942	2471	412	206	103	14
2013 (3)	5101	2550	425	213	106	14
2014 (4)	5266	2633	439	219	110	15
2015 (5)	5439	2720	453	227	113	15
2016 (6)	5620	2810	468	234	117	16
2017 (7)	5809	2904	484	242	121	16
2018 (8)	6006	3003	501	250	125	17
2019 (9)	6213	3107	518	259	129	17
2020 (10)	6430	3215	536	268	134	18

d) Consumo aparente del servicio de camping

i. Derivación y determinación del tamaño de mercado por producto del servicio de camping

Tabla No 71. Derivación y determinación del mercado por servicio de camping.

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010 (0)	6634	3317	553	276	138	18
2011 (1)	6843	3421	570	285	143	19
2012 (2)	7060	3530	588	294	147	20
2013 (3)	7287	3643	607	304	152	20
2014 (4)	7523	3762	627	313	157	21
2015 (5)	7770	3885	648	324	162	22
2016 (6)	8028	4014	669	335	167	22
2017 (7)	8298	4149	692	346	173	23
2018 (8)	8581	4290	715	358	179	24
2019 (9)	8876	4438	740	370	185	25
2020 (10)	9185	4593	765	383	191	26

b. Localización de la empresa.

1) Macrolocalización.

Grafico No 49. Macrolocalización.



El proyecto estará ubicado en la parroquia Puyo, cantón Pastaza, provincia de Pastaza, República de Ecuador.

2) **Microlocalización.**

Grafico No 50. Microlocalización.



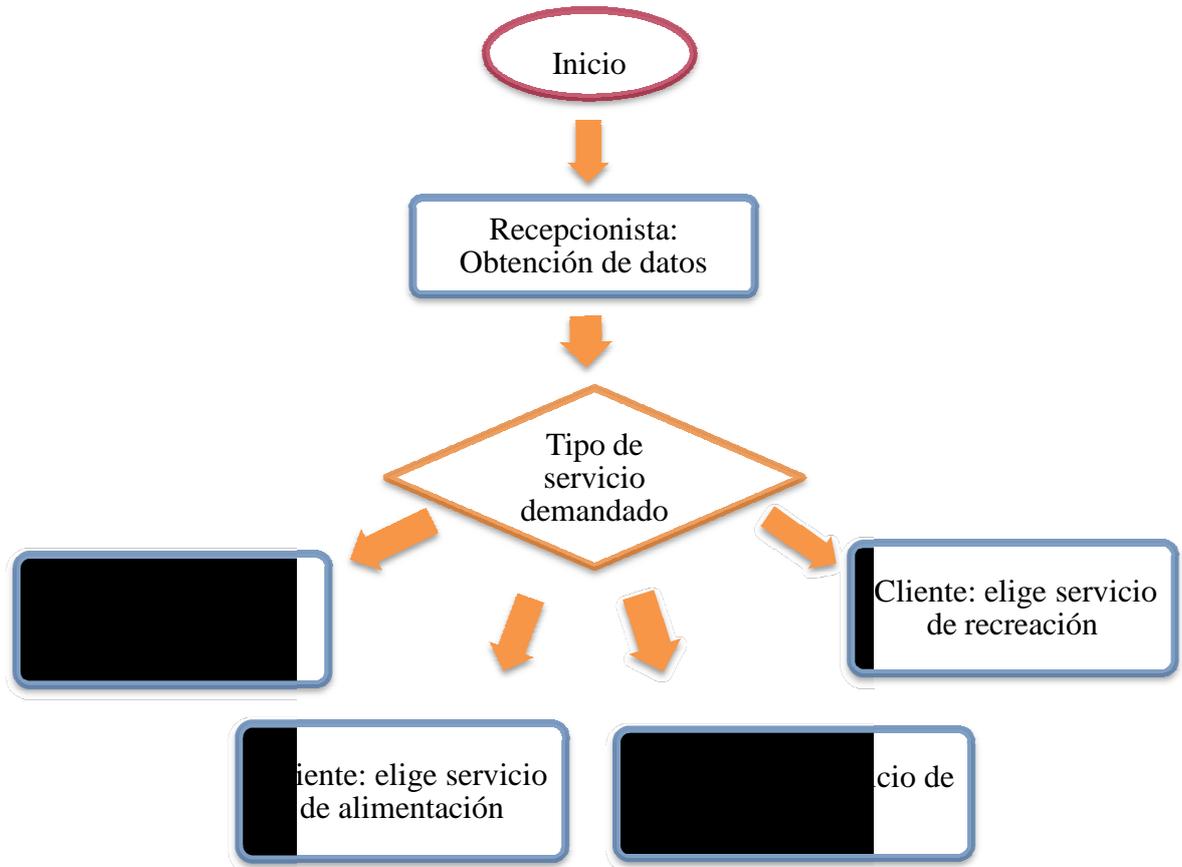
El terreno que se utilizará para el proyecto se encuentra en el kilómetro 3 y 1/2 vía al Tena, cerca del barrio de Las Américas.

c. **Proceso de producción.**

1) **Flujogramas del proceso productivo.**

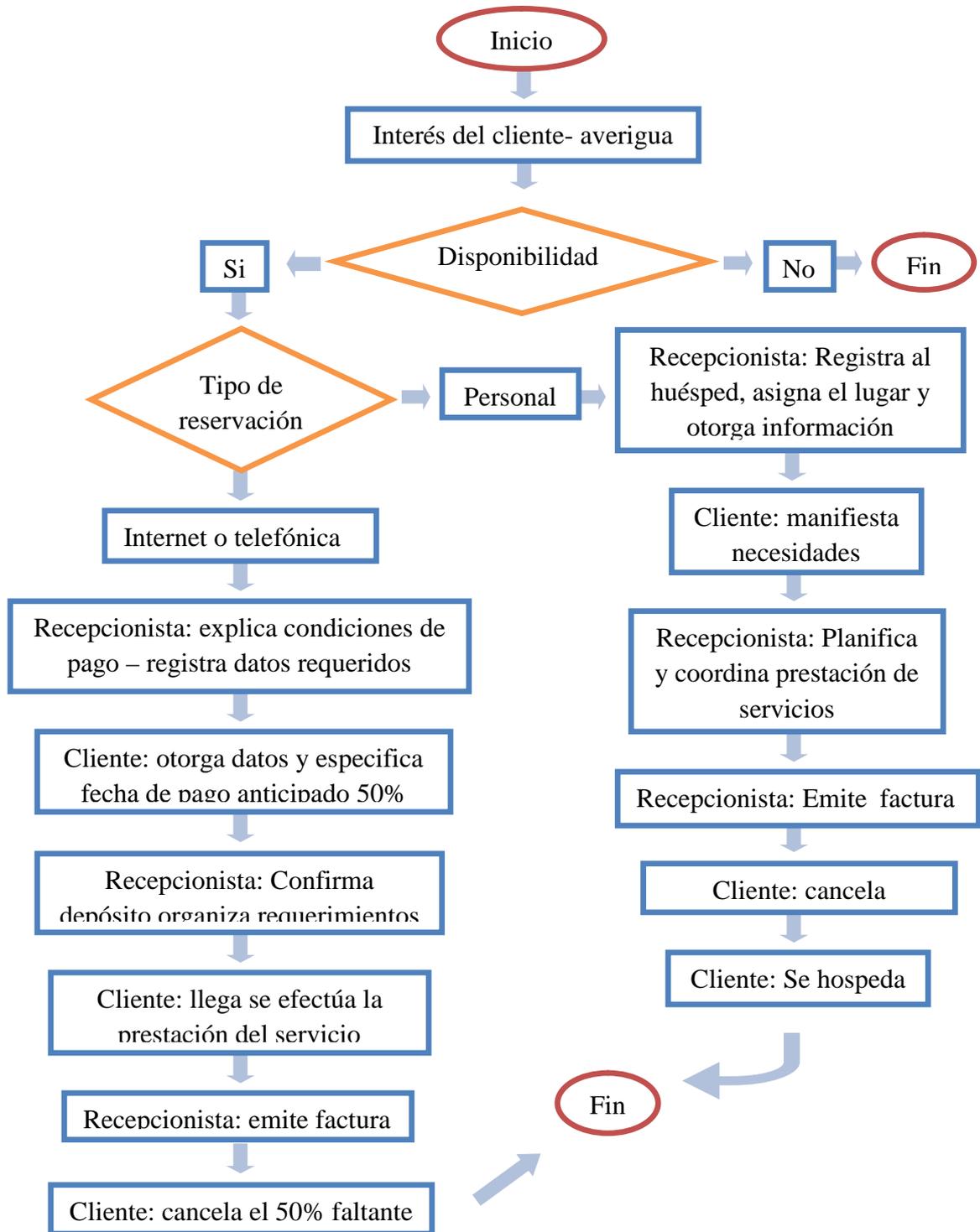
Se establecieron diagramas de flujo, los mismos que facilitarán la provisión del servicio, desde que el potencial cliente solicita información hasta que termina su visita. Se identificaron cuatro productos que se desea implementar.

Grafico No 51. Flujograma general de producción de servicios turísticos.



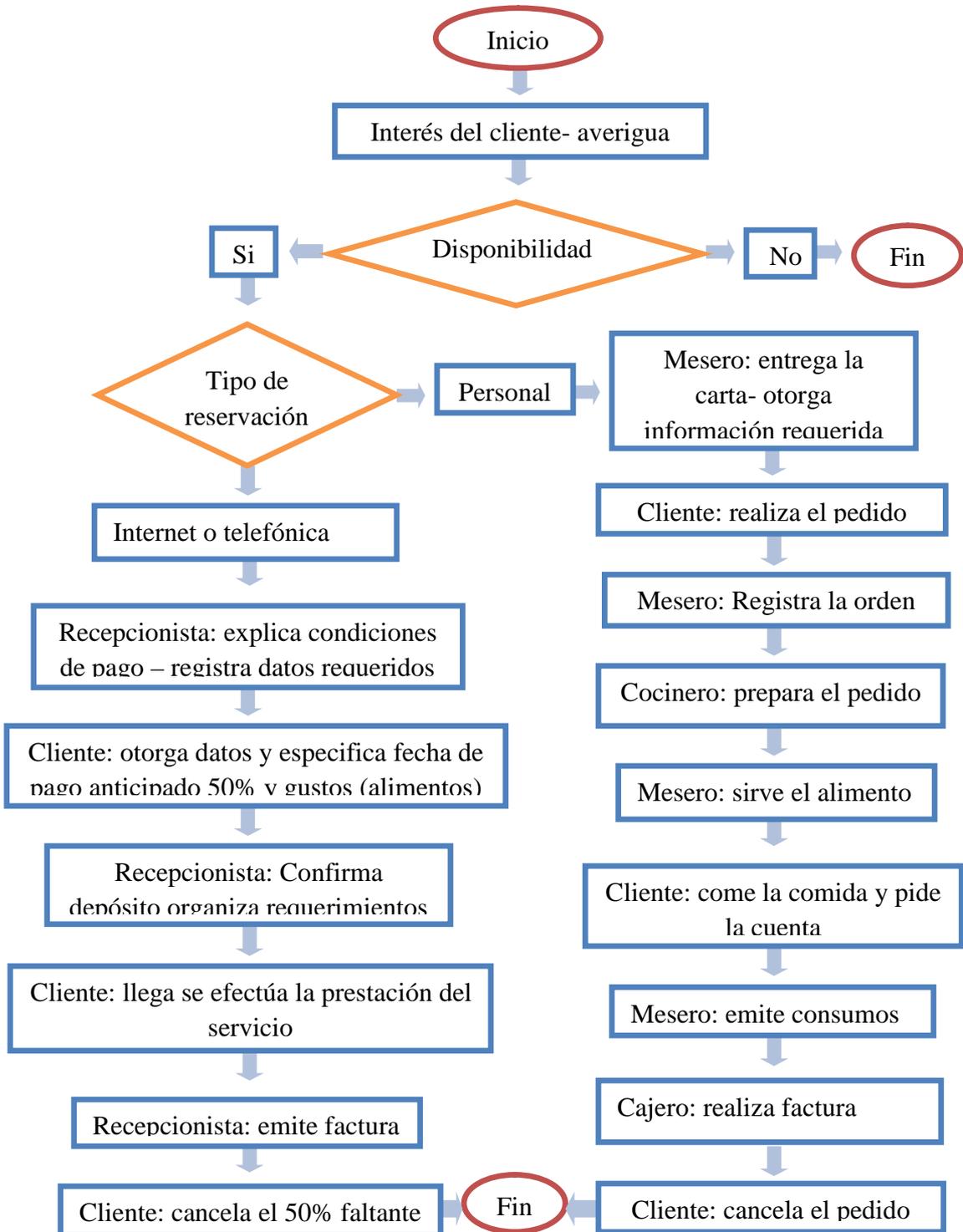
a) Servicio de camping

Grafico No 52. Flujograma servicio de camping.



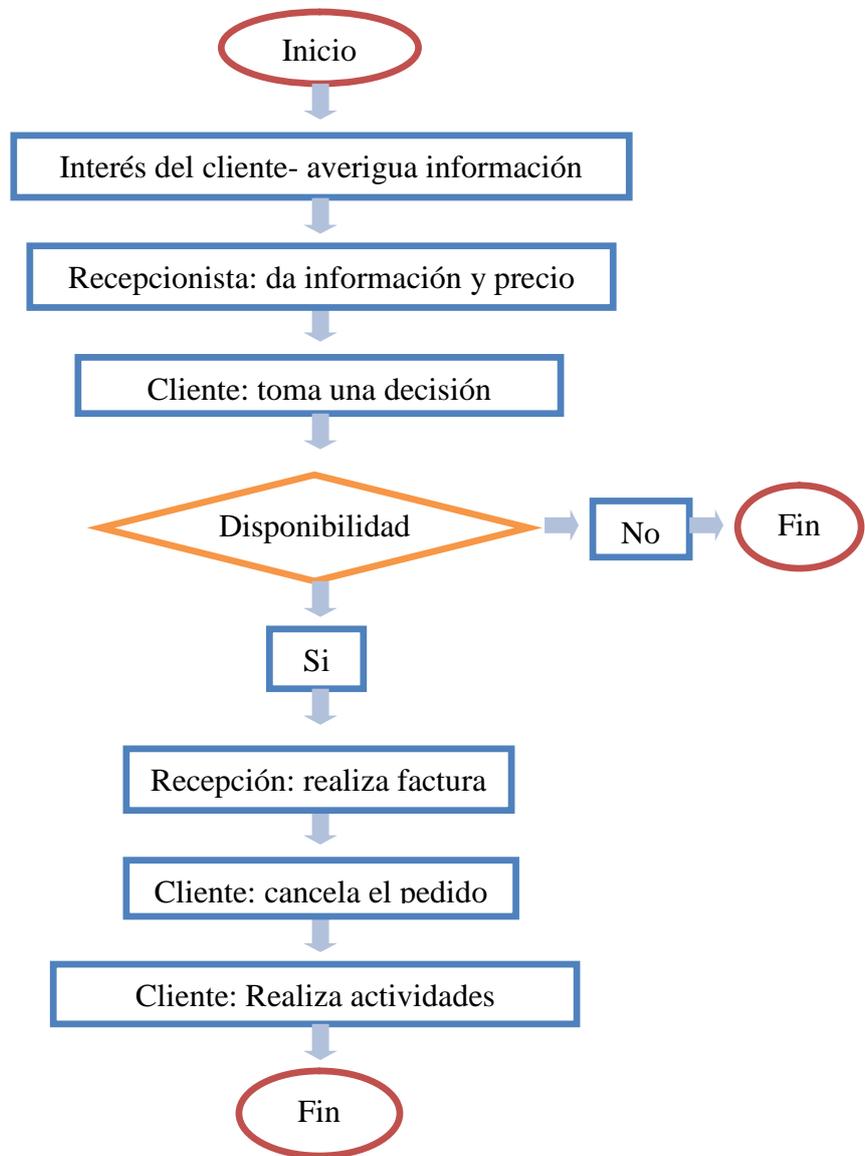
b) Servicio de alimentación

Grafico No 53. Flujograma servicio de alimentación.



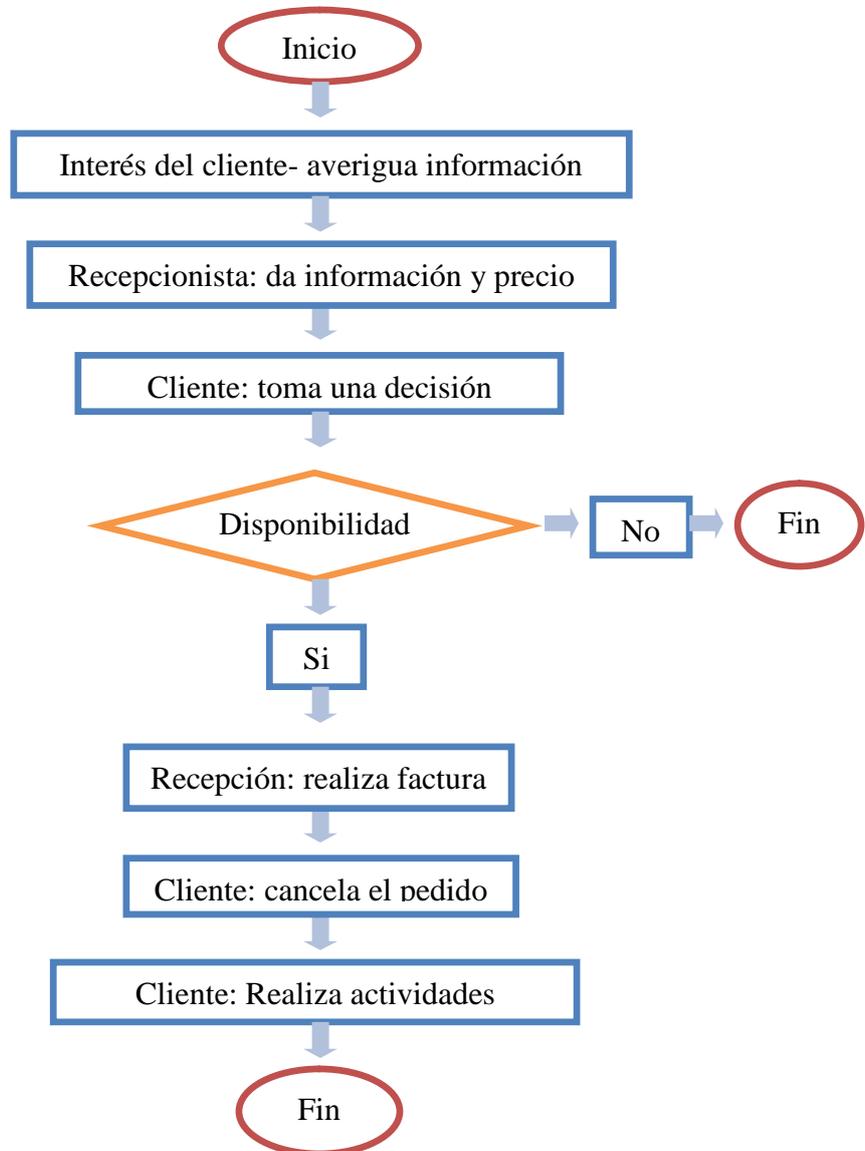
c) Servicio de recreación

Grafico No 54. Flujograma del servicio de recreación.



d) Servicio de piscina

Grafico No 55. Flujograma del servicio de piscina.



d. Requerimientos de instalaciones.

1) Definición y organización del espacio

Tabla No 72. Definición y organización del espacio.

ÁREA TOTAL(m²)	DESCRIPCIÓN	
82300,73	Restaurante	342,45m ²
	Administración	146,64m ²
	Piscina	1746,64m ²
	Baterías sanitarias x 3	30,00m ²
	Área de camping	10000,00m ²
	Laguna	4654,00m ²
	Espejos de agua	1600,00m ²
	Mobiliario e infraestructura	63719,00m ²

Tomando en consideración ciertos parámetros identificados en el perfil del turista, se logró determinar las necesidades de instalaciones que permitan ofrecer adecuadamente los principales servicios de este proyecto.

2) Presupuesto de instalaciones

a) Requisitos generales para la construcción

Tabla No 73. Presupuesto de los requerimientos generales.

OBRA: REQUERIMIENTOS GENERALES

PRESUPUESTO REFERENCIAL

VARIOS

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA	MES	7,00	50,00	350,00
CONSUMO DE AGUA POTABLE	MES	7,00	20,00	140,00
SUELDO GUARDIÁN	MES	7,00	150,00	1050,00
SEGURO OBRERO	MES	7,00	100,00	700,00
IMPUESTO PREDIAL	AÑO	1,00	600,00	600,00
DERECHO CONEXION DE ALCANTARILLADO	U	1,00	200,00	200,00
LIMPIEZA FINAL DE OBRA	M2	670,00	1,09	730,30
DESALOJOS	U	50,00	20,00	1000,00
TOTAL				4770,30

Elaborado por: Arq. José David Orellana

b) Construcción del restaurante

Tabla No 74. Presupuesto de la construcción del restaurante.

**OBRA: RESTAURANTE
PRESUPUESTO REFERENCIAL**

Rubro	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Precio total
OBRAS INICIALES				
REPLANTEO, NIVELACIÓN Y TRAZADO	M2	342,45	0,82	280,81
BODEGA Y GUARDIANÍA	M2	30,00	28,60	858,00
SALIDA DE ALUMBRADO Y CONTACTOS CON TUBERÍA CONDUIT DE PVC PARED Y ALAMBRE TW,	U	1,00	95,60	95,60
SALIDA AGUA FRÍA HG	PTO	3,00	19,74	59,22
RÓTULOS	U	1,00	200,00	200,00
SUM. E INST. DE INODORO MAS ACCESORIOS EDESA. INCLUYE TUBO DE ABASTO	PZA	1,00	81,69	81,69
SUBTOTAL				1575,32
MOVIMIENTO DE TIERRAS				
EXCAVACIÓN DE CIMIENTOS	M3	27,98	11,50	321,74
SUBTOTAL				321,74
ESTRUCTURAS				
REPLANTILLO DE HORMIGÓN SIMPLE e= 5cm	M2	27,98	9,63	269,28
CADENA DE AMARRE PLANTA BAJA (0.30X 0.20)	M3	10,81	230,92	2496,71
CADENA DE AMARRE 1 PISO(0.30X 0.20)	M3	10,81	230,92	2496,71
CONTRAPISO	M2	418,43	4,25	1778,33
CONTRAPISO HORMIGÓN/ MALLA ELEC (0.05)	M2	309,86	18,60	5763,40
CUBIERTA DE MADERA Y TEJA COCIDA	M2	436,58	49,50	21610,51
COLUMNAS	U	31,00	162,00	5022,00
RIOSTRAS VERTICALES DE MADEA	U	12,00	37,23	446,76
SUBTOTAL				39883,69
MAMPOSTERÍAS				
LADRILLO e= 15cm	M2	301,00	19,10	5747,90
SUBTOTAL				5747,90
RECUBRIMIENTOS				
PISO DE INGRESO, HALL, RECIBIDOR Y PASILLO	M2	99,16	55,00	5453,80
PISO COMEDOR HUÉSPEDES	M2	202,62	30,00	6078,60
PISO BAÑO HUÉSPEDES	M2	26,84	30,00	805,20
SUBTOTAL				12337,60
PAREDES DE CERÁMICA				
PARED BAÑO HUÉSPEDES	M2	87,65	25,00	2191,20
SUBTOTAL				2191,20
RASTRERAS				
RASTRERAS MDF 15cm	ML	319,68	6,90	2205,79
SUBTOTAL				2205,79

	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Precio total
PUERTAS				
PUERTA PRINCIPAL	U	1,00	700,00	700,00
PUERTA DORMITORIO	U	11,00	180,00	1980,00
PUERTA BAÑO	U	11,00	155,00	1705,00
SUBTOTAL				4385,00
CARPINTERÍA				
MUEBLE DE ALTO DE BAÑO	M	11,00	150,00	1650,00
SUBTOTAL				1650,00
VENTANAS				
VENTANAS DE ALUMINIO Y VIDRIO	M2	141,96	65,00	9227,40
SUBTOTAL				9227,40
CERRAJERÍA				
CERRADURA LLAVE-LLAVE	U	10,00	30,00	300,00
CERRADURA SEGURIDAD PARA BAÑO	U	11,00	23,00	253,00
SUBTOTAL				553,00
CANALIZACIÓN Y DESAGÜES				
BAJANTES PVC AGUAS LLUVIAS 110mm	M	81,00	5,36	434,16
CANALES DE ZINC	M	114,90	8,50	976,65
RECUBRIMIENTO DE BAJANTES AALL	M	81,00	12,00	972,00
POZO DE REVISIÓN 80x80x100cm + TAPA	U	1,00	61,14	61,14
SUM.INS. REJILLA HIERRO (0.8x0.8)	U	20,00	4,16	83,20
DREN PVC NORMAL DE 110mm	M	79,25	6,48	513,54
SUBTOTAL				3040,69
AGUA POTABLE				
SUM. INS TUBERÍA PVC 1/2"	M	102,78	3,97	408,04
SALIDA DE AGUA CALIENTE HG	PTO	33,00	39,11	1290,63
SALIDA AGUA FRÍA HG	PTO	22,00	37,11	816,42
SUM. E INST DE CALENTADORES DE AGUA	U	2,00	407,89	815,78
CISTERNA Y BOMBA	U	1,00	3.500,00	3500,00
Total AGUA POTABLE				6830,87
PIEZAS SANITARIAS				
SUM. E INST. DE INODORO MAS ACCESORIOS EDESA. INCLUYE	PZA	10,00	140,59	1405,90
TUBO DE ABASTO				
LAVAMANOS MAS ACCESORIOS EDESA INCLUYE TUBO DE ABASTO Y GRIFERÍA	PZA	10,00	150,00	1500,00
GRIFERÍA DUCHAS	U	10,00	95,00	950,00
GRIFERÍA SERVICIO	U	2,00	35,00	70,00
DUCHA DE MANO	U	10,00	48,00	480,00
SUBTOTAL				4405,90
INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
ACOMETIDA	GLB	1,00	400,00	400,00
INTERRUPTORES	U	28,00	28,93	810,04
TOMACORRIENTE DOBLE MAS PLACA PTICINO	U	56,00	29,80	1668,80
INSTALACIÓN DE TV CABLE+ADICIONAL	U	12,00	68,00	816,00
INSTALACIÓN DE TELÉFONO	PTO	12,00	32,31	387,72
SUBTOTAL				4082,56
PINTURA				
PINTURA EXTERIOR	M2	316,12	6,71	2121,17
PINTURA CAUCHO INTERIOR	M2	887,88	5,53	4909,98
RECUBRIMIENTO DE CUBIERTA	M2	389,80	13,75	5359,75
SUBTOTAL				12390,89
			TOTAL	110829,55

Elaborado por: Arq. José David Orellana

c) Construcción de la área administrativa

Tabla No 75. Presupuesto de la construcción de la administración.

**OBRA: ADMINISTRACIÓN
PRESUPUESTO REFERENCIAL**

Rubro	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Precio total
OBRAS INICIALES				
REPLANTEO, NIVELACIÓN Y TRAZADO	M2	146,64	0,82	120,24
BODEGA Y GUARDIANÍA	M2	30,00	28,60	858,00
SALIDA DE ALUMBRADO Y CONTACTOS CON TUBERÍA CONDUIT DE PVC PARED Y ALAMBRE TW,	U	1,00	95,60	95,60
SALIDA AGUA FRÍA HG	PTO	3,00	19,74	59,22
RÓTULOS	U	1,00	200,00	200,00
SUM. E INST. DE INODORO MAS ACCESORIOS EDESA. INCLUYE TUBO DE ABASTO	PZA	1,00	81,69	81,69
SUBTOTAL				1414,75
MOVIMIENTO DE TIERRAS				
EXCAVACIÓN DE CIMIENTOS	M3	14,44	11,50	166,06
SUBTOTAL				166,06
ESTRUCTURAS				
REPLANTILLO DE HORMIGÓN SIMPLE e= 5cm	M2	14,44	9,63	138,99
CADENA DE AMARRE PLANTA BAJA (0.30X 0.20)	M3	94,40	230,92	21798,85
CADENA DE AMARRE 1 PISO(0.30X 0.20)	M3	94,40	230,92	21798,85
CONTRAPISO	M2	146,64	4,25	623,22
CONTRAPISO HORMIGÓN/ MALLA ELEC (0.05)	M2	146,64	18,60	2727,50
CUBIERTA DE MADERA Y TEJA COCIDA	M2	164,24	49,50	8129,72
COLUMNAS	U	16,00	162,00	2592,00
SUBTOTAL				57809,13
MAMPOSTERÍAS				
LADRILLO e= 15cm	M2	213,39	19,10	4074,83
SUBTOTAL				4074,83
RECUBRIMIENTOS				
PISO COMEDOR	M2	97,23	55,00	5347,65
PISO SSHH	M2	22,29	30,00	668,70
PISO COCINA	M2	15,50	30,00	465,00
SUBTOTAL				6481,35
PAREDES DE CERÁMICA				
PARED BAÑO Y COCINA	M2	167,22	25,00	4180,40
SUBTOTAL				4180,40
RASTRERAS				
RASTRERAS MDF 15cm	ML	111,39	6,90	768,59
SUBTOTAL				768,59
PUERTAS				
PUERTA PRINCIPAL	U	2,00	700,00	1400,00
PUERTA COCINA	U	1,00	180,00	180,00
PUERTA BAÑO	U	5,00	155,00	775,00
SUBTOTAL				2355,00

	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Precio total
CARPINTERÍA				
MUEBLE DE ALTO DE BAÑO	M	6,65	150,00	997,50
SUBTOTAL				997,50
VENTANAS				
VENTANAS DE ALUMINIO Y VIDRIO	M2	27,40	65,00	1781,00
SUBTOTAL				1781,00
CERRAJERÍA				
CERRADURA LLAVE-LLAVE	U	3,00	30,00	90,00
CERRADURA SEGURIDAD PARA BAÑO	U	5,00	23,00	115,00
SUBTOTAL				205,00
CANALIZACIÓN Y DESAGÜES				
BAJANTES PVC AGUAS LLUVIAS 110mm	M	33,60	5,36	180,10
CANALES DE ZINC	M	50,84	8,50	432,14
RECUBRIMIENTO DE BAJANTES AALL	M	33,60	12,00	403,20
POZO DE REVISIÓN 80x80x100cm + TAPA	U	4,00	61,14	244,56
SUM.INS, REJILLA HIERRO (0.8x0.8)	U	3,00	4,16	12,48
DREN PVC NORMAL DE 110mm	M	47,74	6,48	309,36
SUBTOTAL				1581,83
AGUA POTABLE				
SUM. INS TUBERÍA PVC 1/2"	M	62,06	3,97	246,38
SALIDA DE AGUA CALIENTE HG	PTO	2,00	39,11	78,22
SALIDA AGUA FRÍA HG	PTO	14,00	37,11	519,54
SUM. E INST DE CALENTADORES DE AGUA	U	1,00	407,89	407,89
CISTERNA Y BOMBA	U	1,00	3.500,00	3500,00
SUBTOTAL				4752,03
PIEZAS SANITARIAS				
SUM. E INST. DE INODORO MAS ACCESORIOS EDESA. INCLUYE TUBO DE ABASTO	PZA	5,00	140,59	702,95
LAVAMANOS EMPOTRABLE MAS ACCESORIOS EDESA INCLUYE TUBO DE ABASTO Y GRIFERÍA	PZA	6,00	150,00	900,00
LAVERDE UN POSO Y FALDA	PZA	1,00	180,00	180,00
GRIFERÍA LAVADERO	U	1,00	60,00	60,00
GRIFERÍA SERVICIO	U	2,00	35,00	70,00
SUBTOTAL				1912,95
INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
ACOMETIDA	GLB	1,00	400,00	400,00
INTERRUPTORES	U	5,00	28,93	144,65
TOMACORRIENTE DOBLE MAS PLACA PTICINO	U	14,00	29,80	417,20
INSTALACIÓN DE TV CABLE+ADICIONAL	U	1,00	68,00	68,00
INSTALACIÓN DE TELÉFONO	PTO	1,00	32,31	32,31
SUBTOTAL				1062,16
PINTURA				
PINTURA EXTERIOR	M2	142,35	6,71	955,18
PINTURA CAUCHO INTERIOR	M2	311,89	5,53	1724,76
RECUBRIMIENTO DE CUBIERTA	M2	66,09	13,75	908,74
SUBTOTAL				3588,68
			TOTAL	93131,26

Elaborado por: Arq. José David Orellana

d) Construcción de la piscina

Tabla No 76. Presupuesto de la construcción de la piscina.

**OBRA: PISCINA
PRESUPUESTO REFERENCIAL**

Rubro	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Precio total
OBRAS INICIALES				
REPLANTEO, NIVELACIÓN Y TRAZADO	M2	146,64	0,82	120,24
BODEGA Y GUARDIANÍA	M2	30,00	28,60	858,00
SALIDA DE ALUMBRADO Y CONTACTOS CON TUBERÍA CONDUIT DE PVC PARED Y ALAMBRE TW,	U	1,00	95,60	95,60
SALIDA AGUA FRÍA HG	PTO	3,00	19,74	59,22
RÓTULOS	U	1,00	200,00	200,00
SUM. E INST. DE INODORO MAS ACCESORIOS EDESA. INCLUYE TUBO DE ABASTO	PZA	1,00	81,69	81,69
SUBTOTAL				1414,75
MOVIMIENTO DE TIERRAS				
EXCAVACIÓN DE CIMIENTOS	M3	3.777,50	11,50	43441,25
SUBTOTAL				43441,25
ESTRUCTURAS				
REPLANTILLO DE HORMIGÓN SIMPLE e= 5cm	M2	1.511,00	9,63	14543,38
CADENA DE AMARRE PLANTA BAJA (0.30X 0.20)	M3	183,00	230,92	42258,36
CADENA DE AMARRE 1 PISO(0.30X 0.20)	M3	183,00	230,92	42258,36
CONTRAPISO	M2	1511,00	4,25	6421,75
CONTRAPISO HORMIGÓN/ MALLA ELEC (0.05)	M2	1511,00	18,60	28104,60
CUBIERTA DE MADERA Y TEJA COCIDA	M2	201,00	49,50	9949,50
COLUMNAS	U	35,00	162,00	5670,00
SUBTOTAL				149205,95
MAMPOSTERÍAS				
LADRILLO e= 15cm	M2	69,50	19,10	1327,17
SUBTOTAL				1327,17
RECUBRIMIENTOS				
PISO ESTAR	M2	185,00	55,00	10175,00
PISO SSHH	M2	20,80	30,00	624,00
SUBTOTAL				10799,00
PAREDES DE CERÁMICA				
PARED BAÑO Y COCINA	M2	218,30	25,00	5457,50
SUBTOTAL				5457,50
RASTRERAS				
RASTRERAS MDF 15cm	ML	125,00	6,90	862,50
SUBTOTAL				862,50

	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Precio total
PUERTAS				
PUERTA BAÑO	U	4,00	155,00	620,00
SUBTOTAL				620,00
CARPINTERÍA				
MUEBLE DE VESTIDOR	M	6,00	150,00	900,00
SUBTOTAL				900,00
CERRAJERÍA				
CERRADURA SEGURIDAD PARA BAÑO	U	4,00	23,00	92,00
SUBTOTAL				92,00
CANALIZACIÓN Y DESAGÜES				
BAJANTES PVC AGUAS LLUVIAS 110mm	M	14,60	5,36	78,26
CANALES DE ZINC	M	22,00	8,50	187,00
RECUBRIMIENTO DE BAJANTES AALL	M	22,00	12,00	264,00
POZO DE REVISIÓN 80x80x100cm + TAPA	U	4,00	61,14	244,56
SUM.INS, REJILLA HIERRO (0.8x0.8)	U	6,00	4,16	24,96
DREN PVC NORMAL DE 110mm	M	253,00	6,48	1639,44
SUBTOTAL				2438,22
AGUA POTABLE				
SUM. INS TUBERÍA PVC 1"	M	62,00	3,97	246,14
SALIDA DE AGUA CALIENTE HG	PTO	8,00	39,11	312,88
SALIDA AGUA FRÍA HG	PTO	8,00	37,11	296,88
SUM. E INST DE CALENTADORES DE AGUA	U	1,00	1.200,00	1200,00
CISTERNA Y BOMBA	U	1,00	6.500,00	6500,00
Total AGUA POTABLE				8555,90
PIEZAS SANITARIAS				
SUM. E INST. DE INODORO MAS ACCESORIOS EDESA. INCLUYE TUBO DE ABASTO	PZA	2,00	140,59	281,18
LAVAMANOS EMPOTRABLE MAS ACCESORIOS EDESA INCLUYE TUBO DE ABASTO Y GRIFERÍA	PZA	6,00	150,00	900,00
Total PIEZAS SANITARIAS				1181,18
INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
ACOMETIDA	GLB	1,00	800,00	800,00
INTERRUPTORES	U	8,00	28,93	231,44
TOMACORRIENTE DOBLE MAS PLACA PTICINO	U	18,00	29,80	536,40
INSTALACIÓN DE TV CABLE+ADICIONAL	U	1,00	68,00	68,00
INSTALACIÓN DE TELÉFONO	PTO	1,00	32,31	32,31
Total INSTALACIONES ELÉCTRICAS				1668,15
PINTURA				
PINTURA EXTERIOR	M2	215,00	6,71	1442,65
PINTURA CAUCHO INTERIOR	M2	425,00	5,53	2350,25
RECUBRIMIENTO DE CUBIERTA	M2	312,00	13,75	4290,00
Total PINTURAS Y ACABADOS				8082,90
			TOTAL	236046,47

Elaborado por: Arq. José David Orellana

e) **Construcción de las baterías sanitarias**

Tabla No 77. Presupuesto de la construcción de las baterías sanitarias.

**OBRA: BATERÍA SANITARIA
PRESUPUESTO REFERENCIAL**

Rubro	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Precio total
OBRAS INICIALES				
REPLANTEO, NIVELACIÓN Y TRAZADO	M2	30,00	0,82	24,60
BODEGA Y GUARDIANÍA	M2	30,00	28,60	858,00
SALIDA DE ALUMBRADO Y CONTACTOS CON TUBERÍA CONDUIT DE PVC PARED Y ALAMBRE TW,	U	1,00	95,60	95,60
SALIDA AGUA FRÍA HG	PTO	3,00	19,74	59,22
RÓTULOS	U	1,00	200,00	200,00
SUM. E INST. DE INODORO MAS ACCESORIOS EDESA. INCLUYE TUBO DE ABASTO	PZA	1,00	81,69	81,69
SUBTOTAL				1319,11
MOVIMIENTO DE TIERRAS				
EXCAVACIÓN DE CIMIENTOS	M3	4,60	11,50	52,90
SUBTOTAL				52,90
ESTRUCTURAS				
REPLANTILLO DE HORMIGÓN SIMPLE e= 5cm	M2	30,00	9,63	288,75
CADENA DE AMARRE PLANTA BAJA (0.30X 0.20)	M3	3,00	230,92	692,76
CADENA DE AMARRE 1 PISO(0.30X 0.20)	M3	3,00	230,92	692,76
CONTRAPISO	M2	30,00	4,25	127,50
CONTRAPISO HORMIGÓN/ MALLA ELEC (0.05)	M2	30,00	18,60	558,00
CUBIERTA DE MADERA Y TEJA COCIDA	M2	45,00	49,50	2227,50
COLUMNAS	U	8,00	162,00	1296,00
SUBTOTAL				5883,27
MAMPOSTERÍAS				
LADRILLO e= 15cm	M2	64,00	19,10	1222,14
SUBTOTAL				1222,14
RECUBRIMIENTOS				
PISO	M2	28,00	30,00	840,00
SUBTOTAL				840,00
PAREDES DE CERÁMICA				
PARED BAÑO	M2	34,50	25,00	862,50
SUBTOTAL				862,50
PUERTAS				
PUERTA PRINCIPAL	U	2,00	700,00	1400,00
PUERTA BAÑO	U	4,00	155,00	620,00
SUBTOTAL				2020,00

	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Precio total
CARPINTERÍA				
MUEBLE BAJO	M	6,00	170,00	1020,00
SUBTOTAL				1020,00
VENTANAS				
VENTANAS DE ALUMINIO Y VIDRIO	M2	18,90	65,00	1228,50
SUBTOTAL				1228,50
CERRAJERÍA				
CERRADURA LLAVE-LLAVE	U	2,00	30,00	60,00
CERRADURA SEGURIDAD PARA BAÑO	U	4,00	23,00	92,00
SUBTOTAL				152,00
CANALIZACIÓN Y DESAGÜES				
BAJANTES PVC AGUAS LLUVIAS 110mm	M	11,20	5,36	60,03
CANALES DE ZINC	M	9,00	8,50	76,50
RECUBRIMIENTO DE BAJANTES AALL	M	9,00	12,00	108,00
POZO DE REVISIÓN 80x80x100cm + TAPA	U	4,00	61,14	244,56
SUM.INS, REJILLA HIERRO (0.8x0.8)	U	8,00	4,16	33,28
DREN PVC NORMAL DE 110mm	M	26,00	6,48	168,48
SUBTOTAL				690,85
AGUA POTABLE				
SUM. INS TUBERÍA PVC 1/2"	M	36,00	3,97	142,92
SALIDA DE AGUA CALIENTE HG	PTO	4,00	39,11	156,44
SALIDA AGUA FRÍA HG	PTO	4,00	37,11	148,44
SUM. E INST DE CALENTADORES DE AGUA	U	1,00	407,89	407,89
SUBTOTAL				855,69
PIEZAS SANITARIAS				
SUM. E INST. DE INODORO MAS ACCESORIOS EDESA. INCLUYE TUBO DE ABASTO	PZA	4,00	140,59	562,36
LAVAMANOS EMPOTRABLE MAS ACCESORIOS EDESA INCLUYE TUBO DE ABASTO Y GRIFERÍA	PZA	8,00	150,00	1200,00
GRIFERÍA SERVICIO	U	8,00	35,00	280,00
SUBTOTAL				2042,36
INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
ACOMETIDA	GLB	1,00	400,00	400,0
INTERRUPTORES	U	4,00	28,93	115,72
TOMACORRIENTE DOBLE MAS PLACA PTICINO	U	4,00	29,80	119,20
SUBTOTAL				634,92
PINTURA				
PINTURA EXTERIOR	M2	68,00	6,71	456,28
PINTURA CAUCHO INTERIOR	M2	91,00	5,53	503,23
RECUBRIMIENTO DE CUBIERTA	M2	30,00	13,75	412,50
SUBTOTAL				1372,01
			TOTAL	20196,26
			TOTALx3	60588,77

Elaborado por: Arq. José David Orellana

f) **Construcción de la área de camping**

Tabla No 78. Presupuesto de la construcción del área de camping.

**OBRA: ZONA DE CAMPING
PRESUPUESTO REFERENCIAL**

Rubro	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Precio total
MOVIMIENTO DE TIERRAS				
REPLANTEO Y NIVELACIÓN	M2	10000,00	0,82	8200,00
SUBTOTAL				8200,00
VEGETACIÓN				
Césped	M2	10000,00	0,89	8900,00
SUBTOTAL				8900,00
INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
Iluminación exterior/poste menor 4m	U	40,00	240,00	9600,0
SUBTOTAL				9600,00
			TOTAL	26700,00

Elaborado por: Arq. José David Orellana

g) **Construcción del lago**

Tabla No 79. Presupuesto de la construcción del lago.

**OBRA: LAGO ARTIFICIAL
PRESUPUESTO REFERENCIAL**

MOVIMIENTO DE TIERRAS				
EXCAVACIÓN	M3	9.308,00	11,50	107042,00
SUBTOTAL				107042,00
			TOTAL	107042,00

Elaborado por: Arq. José David Orellana

h) Construcción del mobiliario e infraestructura

Tabla No 80. Presupuesto de la construcción del mobiliario e infraestructura.

**OBRA: MOBILIARIO E
INFRAESTRUCTURA
PRESUPUESTO REFERENCIAL**

Rubro	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Precio total
MOVIMIENTO DE TIERRAS				
REPLANTEO Y NIVELACIÓN	M2	63719,00	0,82	52249,58
EXCAVACIÓN DE CIMIENTOS	M3	621,00	11,50	7141,50
SUBTOTAL				59391,08
CANCHAS				
Tenis	U	3,00	4500,00	13500,00
Vóley	U	3,00	6000,00	18000,00
Básquet	U	3,00	6000,00	18000,00
indor futbol	U	4,00	9500,00	38000,00
SUBTOTAL				87500,00
PISOS				
Adoquinado de parqueaderos y vías	M2	4820,00	16,50	79530,00
Bordillos	M	9852,00	7,68	75663,36
Adoquinado decorativo trafico ligero	M2	3654,00	18,20	66502,80
SUBTOTAL				221696,16
VEGETACIÓN				
Césped	M2	8692,00	0,89	7735,88
Total				7735,88
INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
Iluminación exterior/poste menor 4m	U	210,00	240,00	50400,0
Total				50400,00
INSTALACIONES SANITARIAS				
Desagües	Global	1,00	8.500,00	8500,0
Total				8500,00
			TOTAL	384823,12

Elaborado por: Arq. José David Orellana

e. **Requerimientos de mano de obra**

1) **Requerimiento de mano de obra del departamento operacional.**

Tabla No 81. Requerimiento de mano de obra del departamento operacional.

CARGO	N°	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)
Chef	1	320,00	4.480,00
Ayudante de cocina	1	240,00	3.360,00
Jardinero	1	240,00	3.360,00
Encargado del área recreacional	1	240,00	3.360,00
Encargado del área de camping	1	240,00	3.360,00
Mesero	1	280,00	3.920,00
Jardinero	1	240,00	3.360,00
Guardia	3	260,00	10.920,00
TOTAL			31.640,00

2) **Requerimientos de mano de obra del departamento administrativo.**

Tabla No 82. Requerimiento de mano de obra del departamento administrativo.

CARGO	N°	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)
Gerente General	1	400,00	5.600,00
Administrador	1	300,00	4.200,00
TOTAL			9.800,00

3) **Requerimientos de mano de obra del departamento financiero.**

Tabla No 83. Requerimiento de mano de obra del departamento financiero.

CARGO	N°	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)
Contador	1	300,00	4.200,00
TOTAL			4.200,00

f. **Requerimiento de materia prima.**

1) **Requerimiento de materia prima para el servicio de alimentación**

a. **Recetas comida típica de la zona**

Tabla No 84. Determinación de la materia prima para el plato maito de tilapia.

Maito de tilapia (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Tilapias	8	u	2,50	20,00
Hojas de bijao	8	u	0,10	0,80
Palmito	1	l	1,00	1,00
Yuca	4	u	0,15	0,60
Platano verde	4	u	0,10	0,40
Cebolla paiteña	4	u	0,10	0,40
Tomate	4	u	0,08	0,32
Cilandro	4	ramita	0,01	0,04
Limón	2	u	0,10	0,20
Costo total de materia prima				23,76
Costo unitario				2,97

Tabla No 85. Determinación de la materia prima para el plato maito de pollo.

Maito de pollo (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Pechuga de pollo	6	l	1,10	6,60
Hojas de bijao	8	u	0,10	0,80
Palmito	1	l	1,00	1,00
Yuca	4	u	0,15	0,60
Plátano verde	4	u	0,10	0,40
Cebolla paiteña	4	u	0,10	0,40
Tomate	4	u	0,08	0,32
Cilandro	4	ramita	0,01	0,04
Limón	2	u	0,10	0,20
Costo total de materia prima				10,36
Costo unitario				1,30

Tabla No 86. Determinación de la materia prima para el plato estofado de guanta.

Estofado de guanta (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Carne de guanta	5	l	2,20	11,00
Tomate	2	u	0,08	0,16
Cebolla paiteña	1	l	0,10	0,10
Pimiento verde	4	u	0,06	0,24
Culantro	4	u	0,01	0,04
Yuca	3	u	0,15	0,45
Costo total de materia prima				11,99
Costo unitario				1,50

Tabla No 87. Determinación de la materia prima para el plato ceviche volquetero.

Ceviche volquetero (4 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Atún	2	u	1,19	2,38
Chochos	1 ½	l	1,25	1,88
Plátano verde	1	u	0,10	0,10
Maíz	¼	l	0,60	0,15
Cebolla paiteña	2	u	0,10	0,20
Tomate	2	u	0,08	0,18
Limón	2	u	0,10	0,10
Costo total de materia prima				5,01
Costo unitario				1,25

b. Recetas comida ecuatoriana

Tabla No 88. Determinación de la materia prima para el plato loco de papa.

Locro de papa (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Aguacate	2	u	0,40	0,80
Cilandro	3	ramita	0,01	0,03
Cebolla blanca	4	u	0,07	0,28
Ajo	4	u	0,06	0,24
Leche	½	litro	0,50	0,25
Queso	¼	u	1,25	0,31
Papas	6	libra	0,20	1,20
Costo total de materia prima				3,11
Costo unitario				0,39

Tabla No 89. Determinación de la materia prima para el plato caldo de gallina.

Caldo de gallina (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Gallina	1	u	7,00	7,00
Arvejas	½	l	1,00	0,50
Zanahoria	2	u	0,04	0,08
Tomate riñón	1	u	0,08	0,08
Arroz	½	libra	0,30	0,15
Cilandro	2	ramita	0,01	0,02
Cebolla blanca	4	u	0,06	0,24
Ajo	4	u	0,06	0,24
Apio	1	ramita	0,03	0,03
Papas	3	libra	0,20	0,60
Costo total de materia prima				8,94
Costo unitario				1,12

Tabla No 90. Determinación de la materia prima para el plato fritada.

Fritada (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Carne de cerdo	6	libra	1,50	9,00
Maduro	3	u	0,15	0,45
Ajo	10	u	0,06	0,60
Cebolla paiteña	5	u	0,10	0,50
Pimiento	1	u	0,06	0,06
Limón	2	u	0,10	0,20
Cebolla blanca	3	u	0,06	0,18
Cilandro	2	ramita	0,01	0,02
Choclo	8	u	0,10	0,80
Maíz	1	libra	0,60	0,60
Mote	3	libra	0,80	2,40
Costo total de materia prima				14,81
Costo unitario				1,85

c. Recetas comida internacional

Tabla No 91. Determinación de la materia prima para el plato milanesa.

Milanesa (4 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Lomo de res de grosor de 1/2cm.	3	l	1,75	5,25
Huevo	2	u	0,10	0,20
Papa	3	l	0,20	0,60
Bizcocho	4	u	0,10	0,40
Ajo	3	u	0,06	0,18
Arveja	½	l	1,00	0,50
Zanahoria	4	u	0,04	0,16
Lechuga	1	u	0,15	0,15
Costo total de materia prima				7,44
Costo unitario				1,86

d. Cuadro resumen de los costos de la materia prima

Tabla No 92. Cuadro resumen de los costos de la materia prima.

Denominación	Porcentaje aparente de consumo	# clientes al año	Costo materia prima/por plato	Costo anual clientes/plato
Típica de la zona	14967			
Maito de tilapia	25%	3742	2,97	11.113,10
Maito de pollo	25%	3742	1,30	4.864,32
Seco de guanta	25%	3742	1,50	5.612,68
Ceviche volquetero	25%	3742	1,25	4.677,23
Sub total 1				26.267,32
Ecuatoriana	12306			
Locro de papas	34%	4184	0,39	1.631,82
Caldo de gallina	33%	4061	1,12	4.548,41
Fritada	33%	4061	1,85	7.513,00
Sub total 2				13.693,23

Denominación	Porcentaje aparente de consumo	# clientes al año	Costo materia prima/por plato	Costo anual clientes/plato
Internacional	5987			
Milanesa	100%	5987	1,86	11.135,55
Sub total 3				11.135,55
Sub total 1+2+3				51.096,10
10% imprevistos				5.109,61
TOTAL				56.205,71

e. Insumos para el restaurante

Tabla No 93. Insumos para el restaurante.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Insumos generales para el restaurante				
Fósforos el sol paquete de diez cajas	6	0,49	0,25	2,94
Aceite Alesol 1l funda	20	1,69	2,82	33,80
Achiote en grano El Sabor 40g	12	0,45	0,45	5,40
Aliño Condimensa 380 g	12	0,89	0,89	10,68
Café Nescafé 85g	12	4,89	4,89	58,68
Hierbas aromáticas Hormimans 25 sobres	12	1,09	1,09	13,08
Sal Pacífico yodada 2 k	24	0,49	0,98	11,76
Pimienta molida 50 g	24	0,49	0,98	11,76
Margarina Bonella 1 k	12	2,79	2,79	33,48
Cerveza	48	0,65	2,60	31,20
Vinagre blanco San Jorge 500 cc	6	0,95	0,48	5,70
Harina de trigo YA 1 kg	6	2,45	1,23	14,70
Azúcar Valdez 50kg	3	40,00	10,00	120,00
Arroz Conejo 50kg	6	36,00	18,00	216,00
Sub total				569,18
10% Imprevistos				56,92
TOTAL				626,10

f. Insumos de limpieza

Tabla No 94. Insumos de limpieza.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Esponja mixta Estrella Salvaunas 10g	12	0,49	0,49	5,88
Estropajo de alambre estrella x 3 unds.	12	0,79	0,79	9,48
Cloro Ajax 2000 cc clásico	48	2,36	9,44	113,28
Limpiador Tips Tanque 48 g	300	2,15	53,75	645,00
Desinfectante Fresklin 1000cc floral	24	2,25	4,50	54,00
Detergente Deja 1000 g floral	24	2,29	4,58	54,96
Jabón de lavar Lava Todo 6250 g x 2 unds.	12	1,09	1,09	13,08
Funda para basura Futbolera 10 U	182	0,59	8,95	107,38
Lavavajilla en crema Axion 900 g limón	24	2,79	5,58	66,96
Sub Total				1.070,02
10% imprevistos				107,00
TOTAL				1.177,02

g. Insumos para el servicio de camping

Tabla No 95. Insumos para el servicio de camping.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papel higiénico Familia económico x 12 rollos	60	2,99	14,95	179,40
Jabón Jolly 3 u	64	0,99	5,28	63,36
Sub total				242,76
10% imprevistos				24,28
TOTAL				267,04

h. Insumos para el servicio de recreación

Tabla No 96. Insumos para el servicio de recreación.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papel higiénico Familia económico x 12 rollos	120	2,99	29,90	358,80
Jabón Jolly 3 u	64	0,99	5,28	63,36
Sub total				422,16
10% imprevistos				42,22
TOTAL				464,38

i. Insumos para el servicio de restaurante

Tabla No 97. Insumos para el servicio de restaurante.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papel higiénico Familia económico x 12 rollos	180	2,99	44,85	538,20
Jabón Jolly 3 u	96	0,99	7,92	95,04
Servilletas Familia Económica 100 u	150	0,69	8,63	103,50
Sub total				736,74
10% imprevistos				73,67
TOTAL				810,41

j. Insumos para el servicio de piscina

Tabla No 98. Insumos para el servicio de piscina.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papel higiénico Familia económico x 12 rollos	32	2,99	7,97	95,68
Sub total				95,68
10% imprevistos				9,57
TOTAL				105,25

k. Requerimiento activos fijo

1) Requerimiento equipos

Tabla No 99. Requerimiento equipos.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Área de Restaurante			
Congelador Horizontal Durex	2	650,00	1.300,00
Refrigeradora blanco Durex	1	793,00	793,00
Cocina industrial de 6 quemadores	1	800,00	800,00
Licuada Oster	2	82,00	164,00
Sanduchera Inoxidable Umco	1	22,00	22,00
Mini componente LG	1	321,30	321,30
Batidora Umco 5 velocidades	1	20,00	20,00
Television LCD Sony 32 pulgadas	1	1.100,00	1.100,00
Asadero	1	230,00	230,00
Caja registradora Casio	1	460,00	460,00
Sub total 1			5.210,30
Área de Recreación			
Bote Coleman Para 4 Personas	6	155,00	930,00
Sub total 2			930,00
Área de Piscina			
Kit equipo de mantención	1	30,00	30,00
Sub total 3			30,00
Área de camping			
Lavadora LG 1492 14 kg	1	494,00	494,00
Secadora LG 10062 10.5 kg	1	795,00	795,00
Caja fuerte	4	300,00	1.200,00
Cabina telefónica x 2 todo incluido	1	750,00	750,00
Sub total 4			3.239,00
Departamento Administrativo			
Computadora	2	900,00	1.800,00
Teléfono Panasonic	2	45,00	90,00
Calculadora	2	20,00	40,00

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Sub total 5			1.930,00
Departamento Financiero			
Computadora	1	900,00	900,00
Teléfono Panasonic	1	45,00	45,00
Calculadora	1	20,00	20,00
Sub total 6			965,00
TOTAL 1+2+3+4+5+6			12.304,30
10% Imprevistos			1.230,43
COSTO TOTAL			13.534,73

2) Requerimientos muebles y enseres

Tabla No 100. Requerimientos muebles y enseres.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Área de Restaurante			
Mesa de madera lacada (80cm X80 cm)	20	21,00	420,00
Silla de madera con espaldar	100	12,00	1.200,00
Mesa de madera lacada (40cm X40 cm)	10	15,00	150,00
Mesa para niños	4	36,00	144,00
Alacena para la cocina x m	11	80,00	880,00
Mueble de bajo recepción x m	10,5	65,00	682,50
Sub total 1			3.476,50
Área de Camping			
Carpa Coleman 9000 Lite Extreme 2-3 persona	8	50,00	400,00
Carpa Coleman 6 personas	3	164,00	492,00
Sleeping Bag Coleman - Breeze (soporta 15.5 °c)	42	20,00	840,00
Aislante G-Tech 180x50x0.8	42	8,00	336,00
Sub total 2			2.068,00
Área de Recreación			
Casita para niños de madera	3	700,00	2.100,00
Castillo de madera	2	800,00	1.600,00
Estación de juegos	3	1.100,00	3.300,00
Banca forjadas de metal y madera	40	150,00	6.000,00

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Área de Recreación			
Balón de baloncesto sala # 7 Spalding	6	20,00	120,00
Balón de ecua-vóley # 5 Mikasa	6	29,00	174,00
Red de ecua-voley	3	25,00	75,00
Mini bomba inflador de aluminio	2	8,00	16,00
Pelotas de tenis Wilson 3 pack	12	6,00	72,00
Raqueta de Tenis Head	8	25,00	200,00
Red de tennis	2	180,00	360,00
Chaleco salvavidas	24	20,00	480,00
Inflador Bestway manual	2	10,00	20,00
Sub total 3			14.661,00
Área de Piscina			
Silla plástica Italo con brazos	15	5,00	75,00
Sub total 4			75,00
Departamento administrativo			
Decoración	2	200,00	400,00
Silla giratoria	2	55,00	110,00
Escritorio	2	175,00	350,00
Silla	4	22,00	88,00
Archivador aéreo	2	82,00	164,00
Sub total 5			1.112,00
Departamento financiero			
Decoración	1	200,00	200,00
Silla giratoria	1	55,00	55,00
Escritorio	1	175,00	175,00
Silla	2	22,00	44,00
Archivador aéreo	1	82,00	82,00
Sub total 6			556,00
TOTAL 1+2+3+4+5+6			21.948,50
10% Imprevistos			2.194,85
COSTO TOTAL			24.143,35

3) Requerimiento de menaje

Tabla No 101. Requerimiento de menaje.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Área de Restaurante			
Textil			
Gorra de mesero	3	2,30	6,90
Camiseta de mesero	3	5,00	15,00
Mantel de mesa	30	4,00	120,00
Cubre mantel	30	2,00	60,00
Sub total 1			201,90
Menaje de cocina			
Achiotero de aluminio Indalum con tapa	1	2,99	2,99
Aislante de calor grande aluminio fundido	1	6,95	6,95
Balde plástico 10lts s tapa 901206	1	3,59	3,59
Balde plástico 12lts	1	1,59	1,59
Balde plástico 8l	1	1,59	1,59
Banco plástico	3	2,99	8,97
Cesto plástico calado	2	2,59	5,18
Colador de hierro	2	3,20	6,40
Ensaladera de acero inoxidable	2	1,59	3,18
Escurreidor plástico multiuso 27cms	2	1,59	3,18
Espátula de madera mediana espátula mediana	2	1,49	2,98
Exprimidor de limón de aluminio fundido	1	4,59	4,59
Canasta plástico	2	3,99	7,98
Basurero de metal	2	5,00	10,00
Tacho plástico megafuerte	5	6,87	34,35
Tanque de gas	4	35,00	140,00
Jarra plástica 1 litro	4	0,99	3,96
Jarra plástica 2 litro	4	2,99	11,96
Sartén mediado de teflón	2	5,45	10,90
Juego de 2 sartenes Umco de 20 y 24 cm	1	22,00	22,00
Cuchillo mediano Tramontina	3	9,00	27,00
Cuchillo grande Tramontina	3	12,00	36,00
Set de toallas de cocina 3 unidades 30x30	4	7,99	31,96

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Menaje de cocina			
Paila gruesa	2	19,10	38,20
Olla marca Umco número 32	2	38,80	77,60
Olla marca Umco número 36	2	52,20	104,40
Olla marca Umco número 40	2	64,25	128,50
Set de cuchillos mas tabla	2	8,00	16,00
Sub total 2			752,00
Cristalería			
Vaso de vidrio liso 14 onzas	100	0,42	42,00
Jarra de vidrio	15	2,87	43,05
Copa de cristal	24	0,53	12,72
Sub total 3			97,77
Menaje de mesa			
Servilletero	30	1,29	38,70
Ajicero	30	2,25	67,50
Salero y pimentero	30	2,00	60,00
Sub total 4			166,20
Cubertería			
Tenedores docena	10	10,5	105,00
Cuchillos docena	10	13,5	135,00
Cucharas docena	10	10,5	105,00
Cucharas pequeña docena	10	6,00	60,00
Sub total 5			405,00
Vajilla			
Plato base de 30cm. de diámetro	60	6,50	390,00
Plato llano de 27cm. de diámetro	60	4,80	288,00
Plato medio de 25 cm. de 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	60	2,10	126,00
Plato para pan de 16cm. de diámetro	10	1,80	18,00
Tasa	25	2,25	56,25
Plato base de tasa	25	1,50	37,50
Sub total 6			1.035,75

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Área de Recreación			
Herramientas jardinería			
Manguera 20m	2	16,00	32,00
Azadón mediano	1	10,87	10,87
Paleta de jardinería	1	3,50	3,50
Corta césped	1	4,80	4,80
Rastrillo	1	4,10	4,10
Podadera	1	5,00	5,00
Sub total 7			60,27
Servicio de piscina			
Canasta para ropa	20	4,00	80,00
Sub total 8			80,00
TOTAL 1+2+3+4+5+6+7+8			2.798,89
10% Imprevistos			279,89
COSTO TOTAL			3.078,78

4) Requerimiento de menaje para aseo y limpieza

Tabla No 102. Requerimiento de menaje para aseo y limpieza.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Botella con atomizador	8	0,99	7,92
Cepillo para lavar ropa	2	1,00	2,00
Trapeador	8	2,89	23,12
Guantes de caucho negro	8	1,39	11,12
Pala para basura pica	4	0,99	3,96
Destapa cañerías	4	2,00	8,00
Escoba	8	2,54	20,32
Escobilla	4	2,00	8,00
Basurero de baño 12 lt	28	3,00	84,00
Basurero Verdes	10	25,00	250,00
Basurero Azules	10	25,00	250,00
Basurero Negros	10	25,00	250,00
Basurero metálicos para oficina	5	12,00	60,00
TOTAL			978,44
10% Imprevistos			97,84
COSTO TOTAL			1.076,28

l. Requerimiento adquisición de plantas

Tabla No 103. Requerimiento de adquisición de plantas.

PLANTA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Plantas arbóreas y arbustivas			
Sangre de drago (<i>Croton lechleri</i>)	10	1,65	16,50
Araza (<i>Eugenia stipitata</i>)	10	2,25	22,50
Guayaba (<i>Psidium spp.</i>)	10	1,85	18,50
Uva del monte (<i>Pouroma cecropiifolia</i>)	10	2,25	22,50
Chonta (<i>Bactris gasipaes</i>)	20	2,00	40,00
Achiote(<i>Bixa orellana</i>)	10	1,85	18,50
Uña de gato (<i>Alnus acuminata</i>)	10	1,50	15,00
Guarumo (<i>Cecropia spp.</i>)	10	0,75	7,50
Guaba (<i>Inga edulis</i>)	10	1,75	17,50
Plátano (<i>Musa paradiasiaca</i>)	15	2,00	30,00
Mandarina (<i>Citrus spp.</i>)	15	2,50	37,50
Sub total 1			246,00
Plantas herbáceas			
Caña agria (<i>Guadua sp.</i>)	30	0,30	9,00
Helechos (<i>Polypodium spp.</i>)	40	1,25	50,00
Anturio (<i>Anthurium sp.</i>)	30	1,50	45,00
Orquídeas (<i>Sobralia rosea</i>)	20	3,75	75,00
Eliconeas (<i>Heliconia sp.</i>)	30	2,60	78,00
Bromelia (<i>Bromelia sp.</i>)	30	2,15	64,50
Sub total 2			321,50
TOTAL 1+2			567,50
Imprevistos 10%			56,75
TOTAL			624,25

m. Requerimiento de combustible

Este requerimiento se determinó en base al consumo de combustible que será utilizado para la adquisición de productos, movilización administrativa, etc. El precio de la gasolina extra es 1,48 el galón.

Tabla No 104. Requerimiento de combustible.

COMBUSTIBLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gasolina Extra	20 galones (al mes)	1,48	29,60	355,20
Carbón	2 saco al mes	8,00	16,00	192,00
Sub total				547,20
Imprevistos 10%				54,72
TOTAL				601,92

n. Servicios Básicos

Actualmente la tarifa del kilovatio/hora se ubica en 0,0868 ctv.

Tabla No 105. Consumo mensual aparente de energía eléctrica.

Carga	Potencia	tiempo/uso (horas/día)	consumo mensual (Kwh)	consumo (usd)
Foco ahorrador (30 focos)	20	5	90,00	7,81
Lámparas exteriores led (150)	50	6	1.350,00	117,18
Computador x 5	300	4	180,00	15,62
Refrigerador	300	8	72,00	6,25
Congelador x 2	300	8	144,00	12,50
Licuadaora	200	1	6,00	0,52
Sanduchera	700	½	10,50	0,91
Mini componente	100	6	18,00	1,56
Batidora	100	1	3,00	0,26
Televisión	85	6	15,30	1,33
Lavadora	410	2	24,60	2,14
Secadora	350	2	21,00	1,82
Caja registradora x 2	25	1	1,50	0,13
Cabinas telefónica x 2	400	1	24,00	2,08
Costo Total Mensual				170,12

Tabla No 106. Costo Mensual de Servicios Básicos.

SERVICIO	Costo mensual	Costo anual
Energía eléctrica	170,12	2.041,44
Agua	15,00	180,00
Consumo gas	6,00	72,00
Teléfono fijo	20,00	240,00
Teléfono celular	25,00	300,00
Subtotal		2.833,44
Imprevistos 10%		283,34
COSTO TOTAL		3.116,78

o. Diseño arquitectónico

El diseño técnico (Ver anexo N° 5. Planos arquitectónicos) se realizó con la colaboración de un profesional en la arquitectura que es el Arq. José David Orellana Erazo, en función de la planificación constructiva (determinación de necesidades de construcción y dimensión de objetos que serán colocados en cada área del proyecto).

C. ESTUDIO AMBIENTAL

Se utilizó la Matriz de Lázaro Lagos la cual es una "Metodología general para la evaluación de impacto ambiental de proyectos" en la que se explica la evaluación matricial de impactos y "Línea Base Ambiental para Proyectos de Obra o Actividad" que da detalles generales de este proceso.

1. Identificación de acciones que pueden causar impacto.

a. Fase de instalación

1) Movimiento de tierra

Debido a la construcción de la obra se deberá realizar movimientos de tierra como excavaciones, aplanamiento, deforestación, entre otras. Las cuales son acciones inevitables por lo cual en el futuro se deberá realizar medidas que recompensen dicha acción.

2) Montaje de la obra

Esta acción se refiere a la fase de construcción de planta turística. En esta hay como resultado varios impactos, lo que es importante analizar con detalles este paso del proyecto.

b. Fase de Operación

1) Operación turística

Debido que la operación requiere actividad humana habrá impactos en el momento de realizar dicha actividad. Por tal motivo se involucra en este estudio esta acción del proyecto.

2) Actividades turísticas (Camping y restaurante)

La presente acción es la principal actividad que se debe tomar en cuenta ya que la afluencia de los visitantes será un impacto que generará el proyecto siendo positivo como negativo.

3) Actividades recreacionales

Esta acción al igual que la anterior es importante ya que las dos serán el principal motivo de visita al centro recreacional por lo cual tendrán impactos sociales y ambientales en el desarrollo del proyecto.

4) Educación ambiental

Es una actividad que nos ayuda a explicar adecuadamente la importancia de la flora y fauna representativa del lugar, además permite sensibilizar a los visitantes acerca de la importancia de proteger el medio ambiente

5) Eliminación de desechos

La operación turística en la zona supone la generación de desechos orgánicos e inorgánicos, el problema se genera a partir de su eliminación, porque en la recolección y eliminación de basura no existe un procedimiento adecuado de tratamiento para el efecto.

6) Fuentes de trabajo

Efectivamente este factor será el que más beneficie a la localidad pues se pretende que el personal que labore en el centro recreacional sea quienes forman parte de la comunidad local. Todas las acciones del proyecto generan fuentes temporales o permanentes de empleo, además, los negocios locales serán beneficiados por ser proveedores de los recursos que se necesite para la operación.

2. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptibles a recibir impactos

a. Aire

Es uno de los factores mas susceptibles a sufrir impactos por las actividades turísticas realizadas en un determinado lugar, al ser un elemento vital para el ser humano, se debe hacer

un estudio responsable del mismo. La utilización de vehículos tanto en la fase de construcción y de operación produce un efecto negativo sobre este elemento. El principal impacto a ser evaluado en este factor ambiental es:

Emisión de gases contaminantes

b. Suelo

La utilización del centro y mas aún la construcción de la planta turística puede causar impactos ambientales tales como compactación, contaminación por desechos sólidos. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

Compactación

Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos

c. Agua

Dentro de la planta turística se construirá una laguna el cual será utilizado por los visitantes para realizar actividades de recreación. Además, como objetivo de las actividades es de interpretación ambiental, dando a conocer la importancia de dicho recurso. El principal impacto a ser evaluado en este factor ambiental es:

Revalorizar la naturaleza

d. Flora y Fauna

La presencia de turistas en el sector de influencia del proyecto, puede causar impactos negativos tanto en flora como en fauna, aun más en la etapa de construcción mediante la modificación del hábitat.

En flora la pérdida de especies en la etapa de construcción, lo cual es necesario que la reforestación para recompensar el daño causado. En fauna la alteración del hábitat y comportamiento de las especies dará como resultado el alejamiento de especies.

La implementación de la señalética favorece para que no se originen efectos mayores en estos elementos, brindando una educación ambiental que reduce los posibles impactos negativos. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

Modificación del hábitat	Pérdida de flora
Alejamiento de especies de fauna	Reforestación de especies nativas

e. Socio económico

El turismo contribuye a crear un encuentro cultural, el cual debe manejarse en términos de respeto a la cultura local, como resultado de un intercambio de costumbres. Otro factor del presente proyecto es que contribuirá al incremento de ingresos económicos para la comunidad local mediante generación de empleos y por el consumo que el proyecto tendrá.

El proyecto generará una cultura de una vida mas sana mediante el fomento de deportes y esparcimiento, además, tendrá como resultado principal es el amor a la naturaleza y a una vida sin estrés. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

Aumento de turismo en la zona	Dinamización de la economía local
Sensibilización de turistas	Fomento de deportes y esparcimiento
Intercambio cultural	

f. Paisaje

Como toda creación humana tiene efectos, uno de ellos es la modificación del entorno debido a la distorsión tanto en la etapa de construcción y en la de operación. Otras son la generación de basura y la perturbación por ruido. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

Generación y eliminación de Basura	Modificación del Entorno
Perturbación por ruido	

3. Matriz de evaluación de impactos

Tabla No 107. Matriz de evaluación de impactos del centro recreacional.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Movimiento de tierras	2. Montaje de la obra	3. Operación turística	4. Actividades turísticas	5. Actividades recreacionales	6. Educación ambiental	7. Eliminación de desechos	8. Fuentes de trabajo		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
A. AIRE	X	X	X						Emisión de gases contaminantes	(-)	1	1	C	Pr	2	3	C	N	6
B. SUELO	X	X							Compactación	(-)	2	1	D	Pr	2	3	M	N	7
	X	X		X	X		X		Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	(-)	1	1	C	Sc	1	3	C	N	5
C. AGUA					X	X			Revalorizar la naturaleza	+	1	3	D	Pr	1	1	C	S	5
D. 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	+	2	3	C	Pr	2	1	M	S	9
E. SOCIO-ECONÓMICO				X	X	X			Aumento de turismo en la zona	+	3	3	D	Pr	2	3	L	S	14
					X	X			Sensibilización de turistas	+	3	2	D	Pr	2	3	M	S	11
				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	+	3	2	D	Pr	2	3	M	S	11
					X				Fomento de deportes y esparcimiento	+	3	2	D	Pr	2	3	M	S	11
F. 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

Tabla No 108. Matriz de cuantificación del centro recreacional.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8			
A	-6	-6	-6						-	18	18
B	-7, -5	-7, -5		-5	-5		-5		-	39	39
C					+5	+5			10	-	10
D	-6, -8, -9	-6, -8, -9, +9	-8, -9	-8		+9	-6, -8		18	85	103
E	+11	+11	+11	+14, +7, +11	+14, +11, +7, +11, +11	+14, +11, +7		+11	162	-	162
F	-6, -3, -8	-6, -3, -8		-6, -3	-6, -3		-6, -8		-	66	66
TOTAL (+)	11	20	11	32	59	46	-	11	190		
TOTAL (-)	58	58	23	22	14	-	33	-		208	
TOTAL	69	78	34	54	60	46	33	11			398

4. Interpretación de la Matriz.

Para evaluar el presente proyecto de implementación de un centro recreacional es ambientalmente factible se construyeron dos matrices las cuales permiten interpretar de manera fácil y real los posibles actividades que van en detrimento del medio ambiente.

En general, los resultados obtenidos de la matriz son negativos arrojando un valor de 190 frente a la variable negativa con un valor de 208, es un resultado lógico ya que el presente proyecto es en esencia el primer año se realizarán muchos impactos con la construcción del proyecto.

En cuanto a las acciones, se pudo demostrar por medio de la matriz que las actividades recreacionales son las más beneficiosas del proyecto con un valor positivo de 59, primeramente por el aporte que da a lo sociocultural como crear fuentes alternativas de trabajo para la gente de la comunidad, implementar una cultura de deporte y dando sensibilidad al turista sobre el medio ambiente, que en el futuro creará una conciencia ecológica profunda tanto en los pobladores de la zona como en los turistas que van a ser los potenciales clientes.

En cambio las acciones más perjudiciales son el movimiento de tierras y construcción de la obra con una calificación negativa de 58, sin embargo, una responsable operación turística y un seguimiento del proyecto será el factor que determine que el daño causado no sea importante ni nocivo para el medio ambiente.

En cuanto a componentes ambientales, la parte socio-económica con un valor de 162 es la más beneficiada, puesto que se crean fuentes alternativas de trabajo, también se busca por medio del presente proyecto una sensibilización frente al entorno lo cual además supone un beneficio directo para el medio ambiente. El aumento de turismo en la zona beneficiará no solo a los involucrados directamente con el turismo sino a todas aquellas personas que brinden servicios complementarios al mismo, sin embargo, el intercambio cultural con el turista puede causar erosión cultural, es por ello que el encuentro entre el turista y los pobladores locales debe

enmarcarse dentro de el respeto mutuo la cultura de cada uno, solo así se logrará que el intercambio cultural llegue a ser una experiencia positiva para ambas partes.

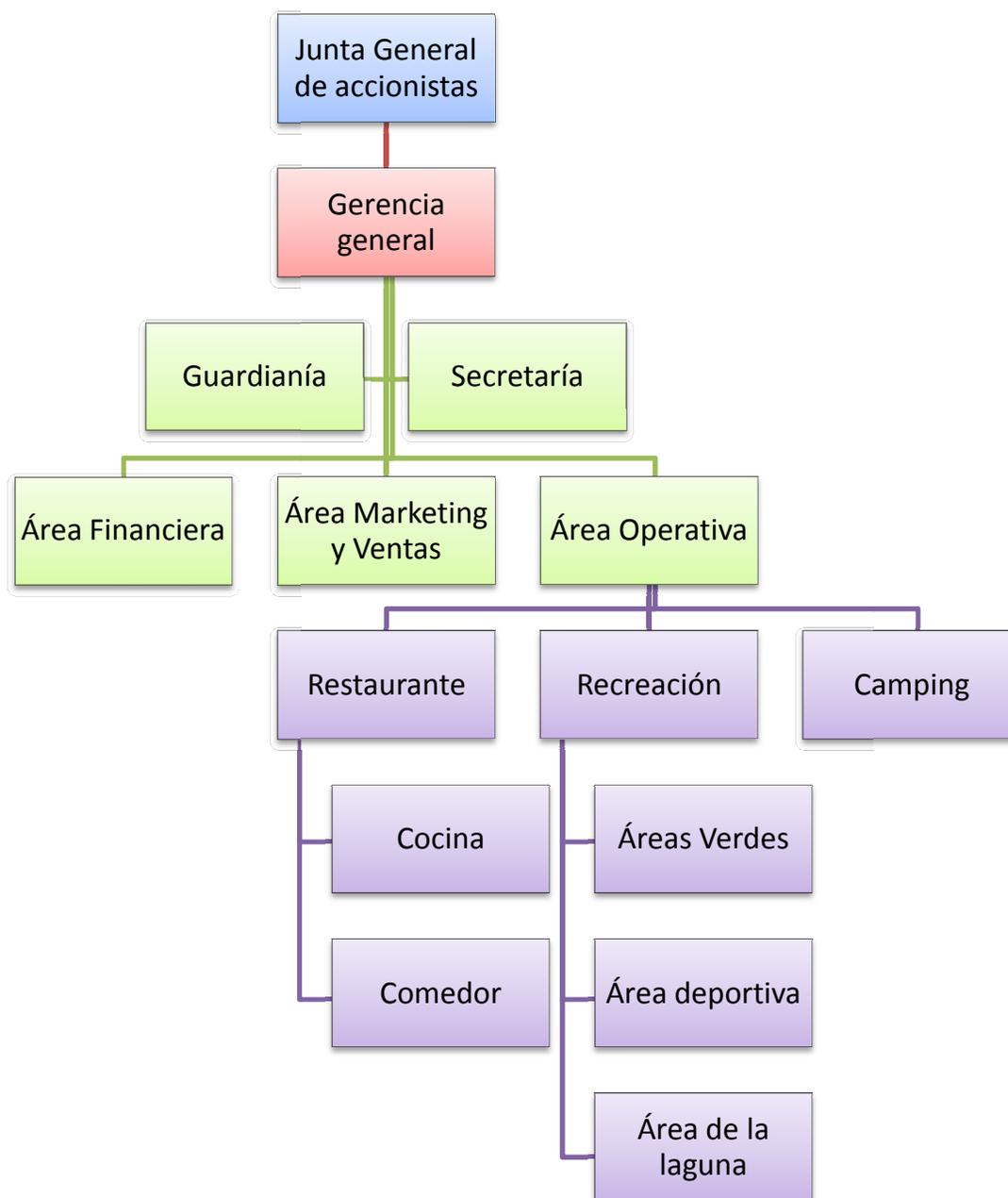
En cuanto a aspectos negativos, la matriz arrojó un valor negativo de 86 para el componente flora y fauna, esto básicamente por la modificación del hábitat que la implementación del proyecto en la zona trae consigo, es por esto que la reforestación es la actividad fundamental para mitigar este grave impacto ambiental que perjudicará principalmente la estética del paisaje que en el futuro podría frenar considerablemente el crecimiento turístico de la zona.

D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Estructura organizativa de la empresa

a. Organización estructural

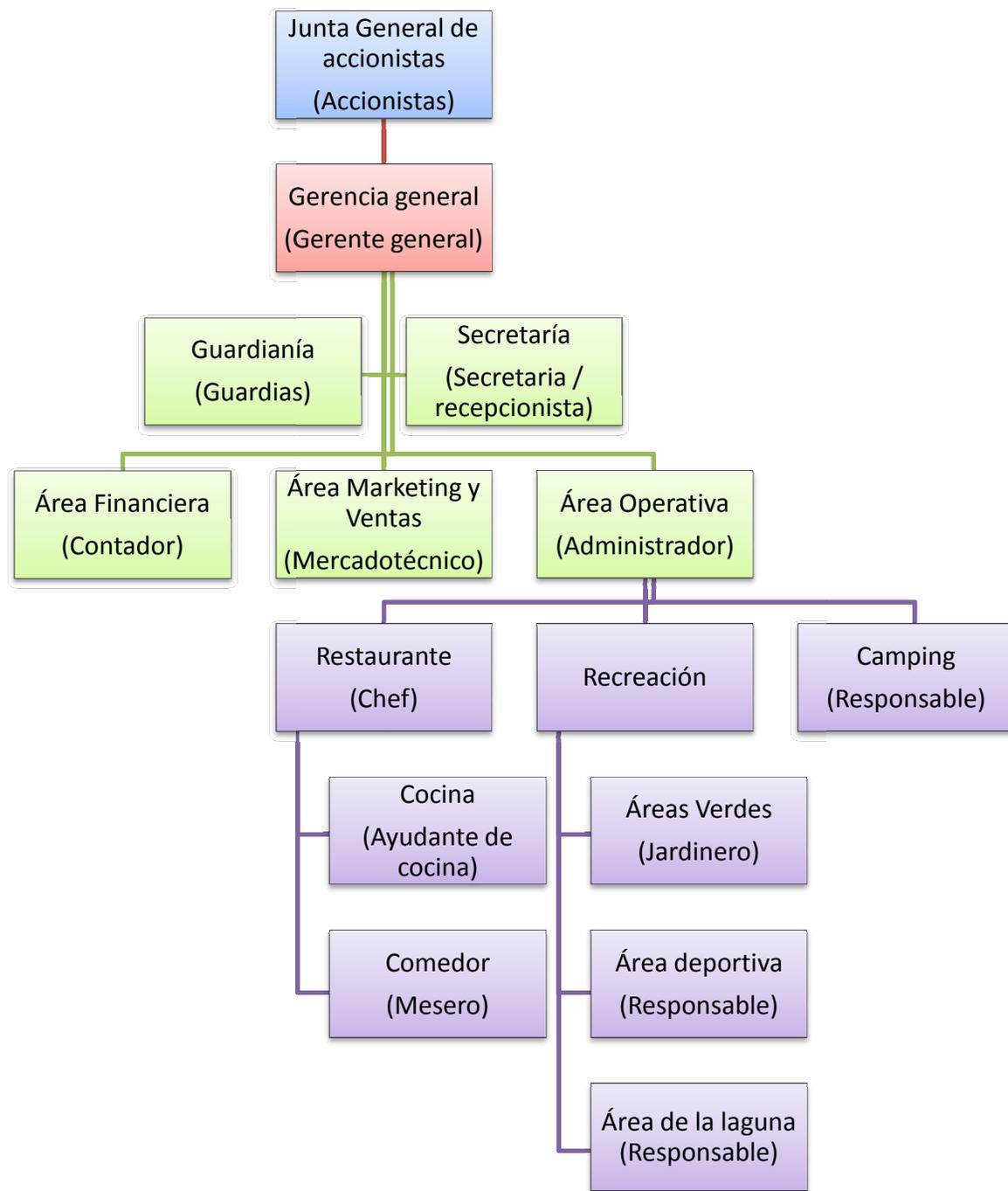
Grafico No 56. Organigrama estructural



b. Organización funcional

1) Organigrama funcional

Grafico No 57. Organigrama funcional



2) Manual de funciones y políticas de remuneración

a) Departamento administrativo

Tabla No 109. Manual de funciones del gerente general.

Título del puesto	Gerente General.
Áreas de responsabilidad	Gerencia General.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
Naturaleza del trabajo:	
Ejecución de labores de control y coordinación entre cada uno de los departamentos.. Ejecución de labores de dirección técnico - administrativas, programación, ejecución y control de actividades administrativas, financieras, técnicas y legales de la operadora. El gerente es la máxima autoridad ejecutiva de la compañía, y tendrá la representación legal y extrajudicial de la compañía, correspondiéndole las siguientes atribuciones.	
Tareas típicas:	
<ul style="list-style-type: none"> - Convocar e intervenir como Secretario en las sesiones de la Junta General y suscribir con el Presidente las actas correspondientes. - Suscribir certificados de aportaciones. - Administrar y representar legalmente a la compañía, necesitando autorización de la Junta General para vender o gravar los inmuebles de ella. - Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la compañía. - Llevar a conocimiento de la Junta General de Accionistas los asuntos que deban ser conocidos y resueltos por ella. - Representar a la compañía judicial y extrajudicialmente en todo acto o contrato - Administrar la compañía. - Presentar a la Junta General de Accionistas un informe anual de labores. - Presentar ofertas a nombre de la compañía en licitaciones, ferias y bolsas de turismo, concursos de precios y ofertas. - Contratar empleados. - Contratar los prestadores de servicios y ocuparse de sus pagos. - Supervisar el trabajo de los funcionarios y empleados. 	

- Cumplir otras funciones que le asigne la Junta General de Accionistas.
- Las demás establecidas en la Ley de Compañías y en el estatuto.
- Propender y promover políticas de gestión de calidad en todas las áreas del establecimiento y especialmente en Servicio al Cliente y huéspedes que permitan el fortalecimiento de la imagen empresarial.
- Fomentar el equilibrio de los procesos productivos y comerciales que suceden en la operación Hotelera con el cuidado del entorno Ecológico y la responsabilidad social que de la actividad se genera, acorde con las normas de sostenibilidad.

Características del puesto de trabajo:

- Responsabilidad en la conducción de cada uno de los departamentos de la empresa.
- Responsabilidad en cada una de las tareas designadas por la Junta General de Accionistas.
- Responsabilidad en la conducción de la empresa y el cumplimiento de políticas, objetivos y metas fijadas.
- Responsabilidad en la toma de decisiones administrativas y económicas.
- Responsabilidad en el manejo de los fondos y bienes de la operadora.

Requisitos:

- Ingeniero en Ecoturismo.
- Conocimiento en administración de empresas turísticas.
- Dominio del idioma inglés.

Dependencia:

Jerárquicamente depende de la Junta General de Accionistas y ante el responderá por el cumplimiento de sus deberes y atribuciones.

Subrogación:

En caso de ausencia temporal será reemplazado por el Presidente de la Junta General de Accionistas, con todas sus atribuciones, hasta que la misma resuelva lo conveniente.

Tabla No 110. Remuneraciones del departamento administrativo.

CARGO	N°	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)
Gerente General	1	400	5600
TOTAL			5600

b) Departamento comercial

Tabla No 111. Manual de funciones de la Secretaria / Recepcionista.

Título del puesto	Secretaria / Recepcionista.
Áreas de responsabilidad	Secretaría.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
Naturaleza del trabajo: Ejecución de labores de mecanografiado, archive, etc. de la Operadora; atención e información al público.	
Tareas típicas: <ul style="list-style-type: none"> - Realizar la redacción de documentos y oficios de la empresa. - Recepción y control de comunicaciones internas y externas. - Coordinar las actividades de la empresa. - Archivar y manejar la documentación existente de la empresa. - Atender e informar al público. - Reservar y vender los productos turísticos. - Colaborar con el contador para el cierre de caja diario. - Reservar prestadores de servicios a tiempo. - Cumplir otras funciones que le asignen sus superiores. 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> - Garantizar la custodia de documentos, archivos y el manejo correcto en la venta y reservación de paquetes. - Cuidado y esmero en la elaboración del trabajo asignado con el cometimiento del mínimo de errores. - Sujeto a supervisión permanente. 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Título en secretariado ejecutivo bilingüe. - Conocimiento en administración turística. - Experiencia mínima de 2 años. - Buenas relaciones humanas. 	
Dependencia: Jerárquicamente depende del Gerente General.	
Subrogación: En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.	

Tabla No 112. Manual de funciones del Mercadotécnico.

Título del puesto	Mercadotécnico.
Áreas de responsabilidad	Área de Marketing.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
Naturaleza del trabajo: Planificación y ejecución de actividades de marketing, publicidad y ventas.	
Tareas típicas: <ul style="list-style-type: none"> - Diseño y Promoción de los productos turísticos en los diferentes medios publicitarios. - Elaborar el material necesario para el marketing de los productos. - Ofertar y vender productos en instituciones, empresas y otras dentro y fuera de la ciudad. - Colaborar con el contador en los ejercicios contables que incluyan sus ventas. - Colaborar con el Gerente General en la participación de licitaciones, ferias y bolsas de turismo, concursos de precios y ofertas. - Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato. 	
Características de la clase: <ul style="list-style-type: none"> - Este puesto se caracteriza por la realización de labores de marketing, publicidad y ventas - El trabajo debe presentarse sin ningún error. - Garantiza el cumplimiento de los objetivos y metas. - Debe mantener la confidencialidad de la información. 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Tecnólogo en marketing y publicidad. - Experiencia en ventas. - Buenas relaciones humanas. 	
Dependencia: Jerárquicamente depende del Gerente General.	
Subrogación: En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.	

Tabla No 113. Remuneraciones del departamento comercial.

CARGO	Nº	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)
Secretaria / Recepcionista	1	300	4200
Mercadotécnico	1	300	4200
TOTAL			8400

c) Departamento financiero

Tabla No 114. Manual de funciones del Contador.

Título del puesto	Contador.
Áreas de responsabilidad	Área Financiera.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
Naturaleza del trabajo: Planificación y ejecución de actividades financieras y contables.	
Tareas típicas: <ul style="list-style-type: none"> - Realizar la contabilidad de la empresa. - Realizar el cierre diario de caja. - Elaborar los roles de pago para el personal. - Ocuparse de que la empresa este al día en sus obligaciones. - Elaborar un informe mensual sobre el estado económico de la empresa. - Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato. 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> - Este puesto se caracteriza por la realización de labores presupuestarias, financieras y contables. - El trabajo debe presentarse sin ningún error. - Garantiza la custodia de documentos. - Debe mantener la confidencialidad de la información. 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Título de contador. - Experiencia mínima de 2 años. 	
Dependencia: Jerárquicamente depende del Gerente General.	
Subrogación: En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.	

Tabla No 115. Remuneraciones del departamento financiero.

CARGO	Nº	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)
Contador	1	300	4200
TOTAL			4200

d) Departamento productivo

Tabla No 116. Manual de funciones del Administrador.

Título del puesto	Administrador del área operativa.
Áreas de responsabilidad	Área Operativa.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
Naturaleza del trabajo:	
Ejecución de labores de control y coordinación entre cada uno de los departamentos que depende de dicha área.	
Tareas típicas:	
<ul style="list-style-type: none"> - Administrar la operación del área de competencia desde el punto de vista de Planeación, organización y funcionamiento. · Presentar propuestas generales variadas con el objetivo de mejorar la gestión y el funcionamiento de área. - Ejercer control y seguimiento a los demás departamentos que conforman la área. - Coordinar el Área operativa. - Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato. 	
Características del puesto de trabajo:	
<ul style="list-style-type: none"> - Administra el Área Operativa. - Trabaja para el buen funcionamiento del área. - Informa de las actividades y del progreso a la Gerencia General. 	
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none"> - Tecnólogo en administración turística. - Conocimiento de Inglés. - Buenas relaciones humanas. 	
Dependencia:	
Jerárquicamente depende del Gerente General.	
Subrogación:	
En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.	

Tabla No 117. Manual de funciones del Chef.

Título del puesto	Chef.
Áreas de responsabilidad	Restaurant.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
Naturaleza del trabajo: Administrar la restauración del establecimiento turístico.	
Tareas típicas: <ul style="list-style-type: none"> · Administrar la operación del restaurante desde el punto de vista de Planeación, organización y funcionamiento. · Presentar propuestas generales variadas con el objetivo de mejorar la gestión y el funcionamiento del ante el administrador operativo. · Vigilar la limpieza, orden, aptitudes y actitudes del personal. · Enseñar, aclarar, informar y dar explicaciones de los trabajos a realizar. · Confeccionar menús y cartas a los que pone precio. · Realizar la lista de compras de la minuta. · Vigilar la cantidad y rendimiento del género de mercado. · Vigilar la preparación y disposición de los platos, condimentando algunos. · Cuidar de la mejor administración de los géneros adquiridos y de los gastos generales de la cocina. · Controla los vales o notas de pedido del cliente. · Vigilar el cumplimiento de las medidas legales, tanto en el personal, como en las instalaciones o en el manejo de los equipos. · Supervisar el mantenimiento de utensilios, batería, menaje, fogones y electrodomésticos. · Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato. 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> - Dirige la cocina y se responsabiliza ante la dirección de la empresa del buen funcionamiento del servicio de restaurante. - Cuida de que los platos que se sirvan cumplan las condiciones exigidas por el recetario nacional o internacional. - Compra y realiza el escandallo. - Distribución del trabajo en la cocina. - Supervisión de la higiene, instalación, y grado de rendimiento del conjunto. - Confección del menú, carta de especialidades y plato del día. 	

<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en gastronomía. - Conocimiento en Inglés. - Buena presencia. - Buenas relaciones humanas.
<p>Dependencia:</p> <p>Jerárquicamente depende del Administrador de la Área Operativa.</p>
<p>Subrogación:</p> <p>En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.</p>

Tabla No 118. Manual de funciones del Ayudante de Cocina.

Título del puesto	Ayudante de Cocina.
Áreas de responsabilidad	Restaurante.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
<p>Naturaleza del trabajo:</p> <p>Tendrá a cargo la preparación de alimentos conjuntamente del Chef.</p>	
<p>Tareas típicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disponer adecuadamente las herramientas, utensilios y materiales de trabajo. - Organizar neveras y armarios. - Lavar, pelar, tornear y cortar legumbres, hortalizas, carnes, pescados y mariscos. - Preparar fondos, ensaladas, salsas y participar en los inventarios. - Colaborar con el chef en el servicio. - Limpiar y ordenar su puesto de trabajo y colaborar en el arreglo general de la cocina. - Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato. 	
<p>Características del puesto de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Colabora con el cocinero en la elaboración de los platos. - Ejecuta los trabajos sencillos de apoyo a su jefe inmediato y estará capacitado para finalizar determinadas tareas. 	
<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos en cocina. - 1 año de experiencia. - Buena presencia. - Buenas relaciones humanas. 	

<p>Dependencia: Jerárquicamente depende del Chef del Restaurante.</p>
<p>Subrogación: En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.</p>

Tabla No 119. Manual de funciones del Cajero / Mesero.

Título del puesto	Cajero / Mesero.
Áreas de responsabilidad	Restaurante.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
<p>Naturaleza del trabajo: Responsable del servicio directo hacia los consumidores del Restaurante en el comedor.</p>	
<p>Tareas típicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar las funciones del vendedor atendiendo a los clientes, practicando las reglas de cortesía y sociabilidad que fueren necesarias. - Conocer todos los productos que se ofertan en el punto de venta según corresponda al tipo de producto o servicio. - Atender de forma eficiente las quejas y solicitudes de los clientes. - Responder durante la jornada laboral por el fondo de cambio y la recaudación diaria tomando las medidas que garanticen la no existencia de sobrantes ni faltantes en la caja. - Presentarse al trabajo debidamente aseado, tanto del cuerpo como del uniforme. - Limpia mesas, estaciones de servicio, ceniceros, candeleros, menús, lámparas de mesas, charolas, etc. - Ser responsable del correcto montaje de las mesas. - Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio con todo lo necesario: Sal, azúcar, salsas, cubiertos, etc. - Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía. - Conocer perfectamente los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes con que están preparados. - Inspeccionar que los platillos sean según lo solicitado antes de llevarlos a la mesa. - Recoger los muertos. - Reportar al chef los comentarios de los clientes acerca del servicio y la calidad de los alimentos y bebidas. - Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato. 	

<p>Características del puesto de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Representante y promotor ante los clientes. - Atención con su entera satisfacción con cordialidad, ética y profesionalismo.
<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento del trabajo a aplicar. - 1 año de experiencia. - Conocimiento de Inglés. - Buena presencia. - Buenas relaciones humanas.
<p>Dependencia:</p> <p>Jerárquicamente depende del Chef del Restaurante.</p>
<p>Subrogación:</p> <p>En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.</p>

Tabla No 120. Manual de funciones del Jardinero.

Título del puesto	Jardinero.
Áreas de responsabilidad	Área recreacional.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
<p>Naturaleza del trabajo:</p> <p>Mantenimiento de las áreas verdes del establecimiento.</p>	
<p>Tareas típicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuidar los jardines. - Podar. - Reconocer malezas. - Detectar plagas y enfermedades. - Regar. - Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato. 	
<p>Características del puesto de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realiza de manera autónoma y precisa la preparación del terreno, las implantaciones de elementos vegetales, las labores de mantenimiento de jardines, céspedes y plantas de interior. - Ejerce actividades observando las normativas vigentes sobre seguridad e higiene y protección del usuario y del medio ambiente. 	

<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudios de Bachiller. - Conocimiento del trabajo a aplicar. - Buenas relaciones humanas.
<p>Dependencia:</p> <p>Jerárquicamente depende del Administrador de la Área Operativa.</p>
<p>Subrogación:</p> <p>En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.</p>

Tabla No 121. Manual de funciones del Encargado.

Título del puesto	Encargado.
Áreas de responsabilidad	Área recreacional.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
<p>Naturaleza del trabajo:</p> <p>Mantenimiento de las canchas deportivas, espacios recreacionales y piscina.</p>	
<p>Tareas típicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administrar el Área de Recreación. - Controlar la utilización del área. - Dar cumplimiento a lo dispuesto en el presente reglamento sobre admisión o expulsión de los clientes. - Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato. 	
<p>Características del puesto de trabajo:</p> <p>Mantiene en buen funcionamiento el área recreacional.</p>	
<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudios de Bachiller. - Conocimiento del trabajo a aplicar. - Buenas relaciones humanas. 	
<p>Dependencia:</p> <p>Jerárquicamente depende del Administrador de la Área Operativa.</p>	
<p>Subrogación:</p> <p>En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.</p>	

Tabla No 122. Manual de funciones del Encargado.

Título del puesto	Encargado.
Áreas de responsabilidad	Área de Camping.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
Naturaleza del trabajo: Mantenimiento y control de visitantes en la área de camping.	
Tareas típicas: <ul style="list-style-type: none"> - Administrar el Área de Camping. - Controlar la utilización del área. - Dar cumplimiento a lo dispuesto en el presente reglamento sobre admisión o expulsión de los clientes. - Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato. 	
Características del puesto de trabajo: Cuida del buen funcionamiento del campamento, en especial de que el trato a la clientela por parte del personal sea amable y cortés.	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Estudios de Bachiller. - Conocimiento del trabajo a aplicar. - Buenas relaciones humanas. 	
Dependencia: Jerárquicamente depende del Administrador de la Área Operativa.	
Subrogación: En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.	

Tabla No 123. Manual de funciones del Encargado.

Título del puesto	Encargado.
Áreas de responsabilidad	Área de la laguna.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
Naturaleza del trabajo: Mantenimiento y control de visitantes en la área de laguna.	
Tareas típicas: <ul style="list-style-type: none"> - Administrar el Área de la laguna. 	

<ul style="list-style-type: none"> - Controlar la utilización del área. - Dar cumplimiento a lo dispuesto en el presente reglamento sobre admisión o expulsión de los clientes. - Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato.
<p>Características del puesto de trabajo:</p> <p>Cuida del buen funcionamiento y utilización del equipo, en especial de que el trato a la clientela por parte del personal sea amable y cortés.</p>
<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudios de Bachiller. - Conocimiento del trabajo a aplicar. - Buenas relaciones humanas.
<p>Dependencia:</p> <p>Jerárquicamente depende del Administrador de la Área Operativa.</p>
<p>Subrogación:</p> <p>En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.</p>

Tabla No 124. Manual de funciones del Guardia.

Título del puesto	Guardia.
Áreas de responsabilidad	Guardianía.
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias.
<p>Naturaleza del trabajo:</p> <p>Velar por la tranquilidad del lugar y proteger tanto la planta turística como a los visitantes.</p>	
<p>Tareas típicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Custodiar el campamento. - Cuidar el buen orden, funcionamiento y cumplimiento por parte de los clientes del Reglamento de Régimen Interno del Campamento. - Reconocer el terreno desalojado por los clientes para comprobar el estado en que se encuentra y recoger, si fuere del caso, los objetos que hubieren sido extraviados. - Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato. 	
<p>Características del puesto de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuida y da seguridad el área del proyecto. - Pone orden el comportamiento de los visitantes. 	

Requisitos:

- Edad entre 25 – 35 años.
- Altura 1,70 m.
- Estudios Bachiller.
- Experiencia en el área de Seguridad mínima 2 años.
- Con iniciativa.
- Buenas relaciones humanas.

Dependencia:

Jerárquicamente depende del Gerente General.

Subrogación:

En caso de ausencia temporal será reemplazada por quien designe por escrito.

Tabla No 125. Remuneraciones del departamento productivo.

CARGO	Nº	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL + 13ro + 14to (\$)
Administrador	1	300	4200
Chef	1	320	4480
Ayudante de cocina	1	240	3360
Mesero	1	280	3920
Jardinero	1	240	3360
Encargado del área recreacional	1	240	3360
Encargado del área de camping	1	240	3360
Encargado de la área de la laguna	1	240	3360
Guardia	3	260	10920
TOTAL			40320

2. Viabilidad legal.

a. Extractos de ley que abalicen la creación de la empresa y leyes requeridas

1) Constitución política de la Republica del Ecuador

Art. 66. numeral 13: El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

Art. 66, Numeral 15: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Art. 66, Numeral 25: derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

Art 83, literal 6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

2) Ley de Turismo

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

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;

- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

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

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

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento.

3) Reglamento general de aplicación a la ley de turismo

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la Ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la Ley y este Reglamento, se dediquen a la

prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

a) Del registro único de turismo

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el Registro de Turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el Catastro o Registro Público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El Registro de Turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y, otros.

Art. 48.- Pago por concepto de Registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el siguiente detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

c) De la licencia única anual de funcionamiento

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del Registro de Turismo, la Licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 56.- Derechos por la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la Licencia Única Anual de

Funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el Artículo 10 de la Ley de Turismo.

Art. 60.- Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por Registro. En los Municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la Ordenanza correspondiente.

4) Reglamento General de actividades turísticas

Art. 35.- Campamentos de turismo o camping.- Son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remolque habitable, mediante precio.

No se someterán a las normas de este reglamento los campamentos de turismo instalados por corporaciones privadas, por instituciones del Estado, o por entidades de derecho privado que los destinen para uso exclusivo de sus miembros o asociados y que no persigan fines de lucro. Estos campamentos estarán obligados, únicamente, a comunicar con anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañando una memoria descriptiva de sus características.

Art. 36.- Campamentos de tres estrellas.- Los campamentos de tres estrellas deberán reunir las siguientes condiciones mínimas:

1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

a) De recepción;

b) De prestación de asistencia médica. Este servicio, de ser utilizado será con cargo al cliente, debiendo existir en todo caso el servicio permanente de un enfermero titulado y botiquín de primeros auxilios;

c) Telefónico con algún aparato en cabina aislada;

- d) De lavandería, administrado directamente por el alojamiento;
- e) De vigilancia diurna y nocturna;
- f) De recolección de basura, dos veces al día;
- g) De custodia de valores en caja fuerte;
- h) De recogida y entrega diaria de correspondencia en la recepción; e,
- i) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas, así como periódicos y revistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un administradora o administrador, un recepcionista con conocimientos del idioma inglés, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento, y personal encargado del mantenimiento y limpieza. Todo el personal, excepto el administradora o administrador, deberá estar debidamente uniformado.

Art. 37.- Campamentos de dos estrellas.- Los campamentos de dos estrellas deberán reunir las siguientes condiciones mínimas. 1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

- a) De recepción;
- b) Botiquín de primeros auxilios y prestación de asistencia médica. El servicio de asistencia médica, de ser utilizado, será con cargo al cliente;
- c) Telefónico, con algún aparato en cabina aislada;
- d) De vigilancia diurna y nocturna;

- e) De recolección de basura, dos veces al día;
- f) De custodia de valores en caja fuerte;
- g) De recogida y entrega diaria de correspondencia en la recepción; y,
- h) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas, así como periódicos y revistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un recepcionista capacitado, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento y personal encargado de la limpieza y mantenimiento. Todo el personal llevará su correspondiente distintivo.

Art. 38.- Campamentos de una estrella.- Los campamentos de una estrella deberán reunir las siguientes condiciones mínimas:

1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:

- a) De recepción;
- b) De asistencia médica con cargo al cliente, debiendo existir un botiquín de primeros auxilios;
- c) Telefónico con algún aparato con cabina aislada;
- d) De vigilancia diurna y nocturna;
- e) De recolección de basura, dos veces al día;
- f) De custodia de valores en caja fuerte;
- g) De recepción y entrega diaria de correspondencia en la recepción; y,

h) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas.

2.- Contar, entre su personal, al menos con un recepcionista capacitado, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento y personal de mantenimiento y limpieza. Todo el personal deberá llevar el correspondiente distintivo.

Art. 39.- Temporada de funcionamiento de los campamentos de turismo.- Los campamentos de turismo deberán permanecer abiertos durante toda la temporada de funcionamiento, constante en la Licencia Anual de Funcionamiento.

Cualquier ampliación o reducción de la temporada deberá ser previamente aprobada por el Ministerio de Turismo.

5) Ley de las compañías

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusive e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente.

3. El reglamento de la empresa

Se realizaron los Estatutos de la empresa compañía anónima, en base a la Ley de Compañías. Este documento se encuentra en el Anexo N° 6

4. Requisitos legales para la constitución

Tabla No. 126 Requisitos básicos.

REQUISITOS BÁSICOS
Registro único de turismo
Este pago se realizará una sola vez
Solicitud dirigida al ministerio de turismo (director)
Constitución legal de la empresa
Representación legal de la entidad
Acta de Constitución
Licencia única anual de funcionamiento de establecimientos turísticos
Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo.
La patente municipal.
Copia certificada del RUC.
Certificado Del Ministerio De Salud
Certificado Del Cuerpo De Bomberos
Formulario actualizado de la planta turística.
Lista de precios del establecimiento turístico.
Copia de La Escritura O Contrato de Arrendamiento del local

Patente municipal
Copia de la cédula y papeleta de votación
Copia de RUC.
Copia permiso de cuerpo de bomberos
Copia del título del predio donde se ubica la actividad
Copia del permiso de funcionamiento de Salud
Copia de la Licencia Única Anual De Funcionamiento
Copia del permiso de la Intendencia
Constitución como una empresa compañía anónima
Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008).
De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.
La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).
Invención en Ecuador
Solicitud en formato IEPI
Tasa de solicitud
Memoria descriptiva en español
Reivindicaciones en español

Dibujos
Sesión de derechos
Copia de prioridad
Tasa de mantenimiento
Nombramiento del representante legal
Inscripción del RUC
Formulario RUC 01-A lleno con los datos de la compañía
Original y copia de la escritura de constitución de la compañía
Original y copia del nombramiento del representante legal
Original y copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
Planilla anual de pago de servicios
Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC

5. Obligaciones fiscales

a Obligaciones por única vez

Tabla No. 127 Obligaciones por única vez.

Obligaciones	Costo
Registro Único de turismo (El valor fija el Ministerio de Turismo de acuerdo a la categorización otorgada por el mismo, al número de carpas y una debida inspección del la empresa turística). Para el presente estudio se clasificó como Campamento Turístico de segunda categoría de tres estrellas con capacidad de 25 carpas.	54,75
Apertura de una cuenta en el Banco Nacional de Fomento con un valor de 400 dólares como requisito para ser una Microempresa Asociativa	400,00
Otras instituciones	200,00
COSTO TOTAL	654,75

b Obligaciones anuales

Tabla No. 128 Obligaciones anuales.

Obligaciones	Costo
Licencia anual de funcionamiento (El valor fija el base a los siguientes factores: al valor otorgado por el Ministerio de Turismo, el número de carpas 2,19 dólares/carpa, y el numero de mesas 6,97 dólares/mesa. Para nuestro estudio se pretende una capacidad de 25 carpas y la implementación de un restaurante con 30 mesas.	263,85
Otras instituciones	30,00
COSTO TOTAL	293,85

F. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA

1. Análisis Financiero

a. Inversiones del Proyecto

Tabla No. 129 Inversiones del Proyecto.

RUBRO	Inversión realizada	Inversión por realizar	Total de la inversión
Inversiones Fijas	31000,00	1064947,16	1095947,16
Terreno	15000,00		15000,00
Vehículo	16000,00		16000,00
Construcción del restaurante		110829,55	110829,55
Construcción de la área administrativa		93131,26	93131,26
Construcción de la piscina		236046,47	236046,47
Construcción de la batería sanitaria x 3		60588,77	60588,77
Construcción de la laguna		107042,00	107042,00
Construcción del mobiliario e infraestructura		384823,12	384823,12
Construcción de la zona de camping		26700,00	26700,00
Equipo de cómputo		4950,00	4950,00
Muebles y enseres		25348,95	25348,95
Equipos de oficina		357,50	357,50
Equipos		10350,23	10350,23
Menaje		4155,06	4155,06
Adquisición de plantas		624,25	624,25
Activos Diferidos	800,00	7766,85	8566,85
Requerimientos generales para construcción		4770,30	4770,30
Gasto de organización y constitución		948,60	948,60
Gasto por estudios de factibilidad	800,00		800,00
Gastos de promoción		1640,00	1640,00
Imprevistos		407,95	407,95

RUBRO	Inversión realizada	Inversión por realizar	Total de la inversión
Capital de trabajo		19413,74	19413,74
Materia prima		6809,32	6809,32
Insumos restaurante		94,86	94,86
Insumo de limpieza		178,34	178,34
Insumo de camping		40,46	40,46
Insumo de recreación		70,36	70,36
Insumo de restaurante		122,79	122,79
Insumo de piscina		15,95	15,95
Mano de obra directa		1306,67	1306,67
Mano de obra indirecta		4713,33	4713,33
Sueldos y salarios		3733,33	3733,33
Servicios básicos		472,24	472,24
Combustible		91,20	91,20
Contingencias		1764,89	1764,89
TOTAL	31800,00	1092127,74	1123927,74

b. Fuentes y Usos del Proyecto

Tabla No. 130 Fuentes y Usos del Proyecto.

RUBRO	Uso de fondos	Capital propia	Banco
Inversiones Fijas	1095947,16	503019,42	592927,74
Terreno	15000,00	15000,00	
Vehículo	16000,00	16000,00	
Construcción del restaurante	110829,55	110829,55	
Construcción de la área administrativa	93131,26	93131,26	
Construcción de la piscina	236046,47	236046,47	
Construcción de la batería sanitaria x 3	60588,77		60588,77
Construcción de la laguna	107042,00		107042,00

RUBRO	Uso de fondos	Capital propia	Banco
Construcción del mobiliario e infraestructura	384823,12		384823,12
Construcción de la zona de camping	26700,00	26700,00	
Equipo de cómputo	4950,00	4950,00	
Muebles y enseres	25348,95		25348,95
Equipos de oficina	357,50		357,50
Equipos	10350,23		10350,23
Menaje	4155,06		4155,06
Adquisición de plantas	624,25	362,14	262,11
Activos Diferidos	8566,85	8566,85	
Requerimientos generales para construcción	4770,30	4770,30	
Gasto de organización y constitución	948,60	948,60	
Gasto por estudios de factibilidad	800,00	800,00	
Gastos de promoción	1640,00	1640,00	
Imprevistos	407,95	407,95	
Capital de trabajo	19413,74	19413,74	
Materia prima	6809,32	6809,32	
Insumos restaurante	94,86	94,86	
Insumo de limpieza	178,34	178,34	
Insumo de camping	40,46	40,46	
Insumo de recreación	70,36	70,36	
Insumo de restaurante	122,79	122,79	
Insumo de piscina	15,95	15,95	
Mano de obra directa	1306,67	1306,67	
Mano de obra indirecta	4713,33	4713,33	
Sueldos y salarios	3733,33	3733,33	
Servicios básicos	472,24	472,24	
Combustible	91,20	91,20	
Contingencias	1764,89	1764,89	
TOTAL	1123927,74	531000,00	592927,74

c. Clasificación de las Inversiones

Tabla No. 131 Inversiones en Activos Fijos.

DETALLE	VALOR
Terreno	15000,00
Vehículo	16000,00
Construcción del restaurante	110829,55
Construcción de la área administrativa	93131,26
Construcción de la piscina	236046,47
Construcción de la batería sanitaria x 3	60588,77
Construcción de la laguna	107042,00
Construcción del mobiliario e infraestructura	384823,12
Construcción de la zona de camping	26700,00
Equipo de cómputo	4950,00
Muebles y enseres	25348,95
Equipos de oficina	357,50
Equipos	10350,23
Menaje	4155,06
Adquisición de plantas	624,25
TOTAL	1095947,16

Tabla No. 132 Inversiones en Activos Diferidos.

DETALLE	VALOR
Requerimientos generales para construcción	4770,30
Gasto de organización y constitución	948,60
Gasto por estudios de factibilidad	800,00
Gastos de promoción	1640,00
Imprevistos	407,95
TOTAL	8566,85

Tabla No. 133 Capital de Trabajo.

DETALLE	VALOR
Materia prima	6809,32
Insumos restaurante	94,86
Insumo de limpieza	178,34
Insumo de camping	40,46
Insumo de recreación	70,36
Insumo de restaurante	122,79
Insumo de piscina	15,95
Mano de obra directa	1306,67
Mano de obra indirecta	4713,33
Sueldos y salarios	3733,33
Servicios básicos	472,24
Combustible	91,20
Contingencias	1764,89
TOTAL	19413,74

Tabla No. 134 Total de la inversión.

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	1095947,16
ACTIVOS DIFERIDOS	8566,85
CAPITAL DE TRABAJO	19413,74
TOTAL	1123927,74

d. Financiamiento del Proyecto

Tabla No. 135 Financiamiento del Proyecto.

FINANCIAMIENTO	
PRÉSTAMO	592927,74
APORT COMUN (Inv. realizada)	31000,00
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO A	50000,00
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO B	50000,00
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO C	50000,00
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO D	50000,00
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO E	50000,00
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO F	50000,00
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO G	50000,00
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO H	50000,00
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO I	50000,00
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO J	50000,00
TOTAL FINANCIAMIENTO	1123927,74
TOTAL APORTE SOCIOS	500000,00

g. Cálculo de la Amortización del Préstamo

Plazo 10 años, capitalizable anualmente

Tabla No. 138 Cálculo de la Amortización del Préstamo.

PERÍODO	CAPITAL PREST.	INTERÉS (12%)	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	592927,74	71151,33	59292,77	130444,10	533634,97
2	533634,97	64036,20	59292,77	123328,97	474342,20
3	474342,20	56921,06	59292,77	116213,84	415049,42
4	415049,42	49805,93	59292,77	109098,70	355756,65
5	355756,65	42690,80	59292,77	101983,57	296463,87
6	296463,87	35575,66	59292,77	94868,44	237171,10
7	237171,10	28460,53	59292,77	87753,31	177878,32
8	177878,32	21345,40	59292,77	80638,17	118585,55
9	118585,55	14230,27	59292,77	73523,04	59292,77
10	59292,77	7115,13	59292,77	66407,91	0,00
TOTAL		391.332,31	592.927,74	984.260,06	

h. Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto

Tabla No. 139 Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto.

ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO										
1. COSTOS DE PRODUCCIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mano de obra directa	1.306,67	1.395,52	1.490,42	1.591,76	1.700,00	1.815,60	1.939,06	2.070,92	2.211,74	2.362,14
Mano de obra indirecta	28.280,00	30.203,04	32.256,85	34.450,31	36.792,93	39.294,85	41.966,90	44.820,65	47.868,46	51.123,51
Materia prima alimentación	6.809,32	7.272,36	7.766,88	8.295,02	8.859,08	9.461,50	10.104,88	10.792,02	11.525,87	12.309,63
Insumos para alimentación	94,86	101,31	108,20	115,56	123,42	131,81	140,78	150,35	160,57	171,49
Insumos de limpieza	178,34	190,46	203,42	217,25	232,02	247,80	264,65	282,64	301,86	322,39
Insumos de camping	40,46	43,21	46,15	49,29	52,64	56,22	60,04	64,12	68,49	73,14
Insumos de recreación	70,36	75,14	80,25	85,71	91,54	97,76	104,41	111,51	119,10	127,19
Insumos de restaurante	122,79	131,14	140,06	149,58	159,75	170,62	182,22	194,61	207,84	221,98
Insumo de la piscina	15,95	17,03	18,19	19,43	20,75	22,16	23,66	25,27	26,99	28,83
Gasto combustible	91,20	97,40	104,02	111,10	118,65	126,72	135,34	144,54	154,37	164,87
Deprec de construcción	5.095,81	5.095,81	5.095,81	5.095,81	5.095,81	5.095,81	5.095,81	5.095,81	5.095,81	5.095,81
Deprec. Vehículo	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Deprec de muebles y enseres	253,49	253,49	253,49	253,49	253,49	253,49	253,49	253,49	253,49	253,49
Deprec de equipos	207,00	207,00	207,00	207,00	207,00	207,00	207,00	207,00	207,00	207,00
Deprec menaje	207,75	207,75	207,75	207,75	207,75	207,75	207,75	207,75	207,75	207,75
Requerimientos generales para construcción	524,73	524,73	524,73	524,73	524,73	524,73	524,73	524,73	524,73	524,73
	43698,73	46215,41	48903,22	51773,80	54839,58	58113,83	61610,74	65345,43	69334,08	73593,96
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN										
Sueldos y salarios	3.733,33	3.987,20	4.258,33	4.547,90	4.857,15	5.187,44	5.540,19	5.916,92	6.319,27	6.748,98
Servicios básicos	519,46	554,79	592,51	632,80	675,83	721,79	770,87	823,29	879,28	939,07
Equipos de oficina	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58
Gasto licencia anual	293,85	293,85	293,85	293,85	293,85	293,85	293,85	293,85	293,85	293,85
Deprec de equip de comput	495,00	495,00	495,00	495,00	495,00	495,00	495,00	495,00	495,00	495,00
	5045,22	5334,41	5643,27	5973,13	6325,41	6701,66	7103,48	7532,64	7990,97	8480,47

3. COSTO DE VENTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto promoción	1.804,00	1.640,00	1.640,00	1.640,00	1.640,00	1.640,00	1.640,00	1.640,00	1.640,00	1.640,00
	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00
4. COSTOS FINANCIEROS										
Intereses bancarios	71151,33	64036,20	56921,06	49805,93	42690,80	35575,66	28460,53	21345,40	14230,27	7115,13
	71151,33	64036,20	56921,06	49805,93	42690,80	35575,66	28460,53	21345,40	14230,27	7115,13
TOTAL	121699,28	117390,02	113271,55	109356,85	105659,79	102195,15	98978,75	96027,46	93359,32	90993,56

i. Estructura de Ingresos

Tabla No. 140 Estructura de Ingresos.

Producto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Camping	79609,34	85022,77	90804,32	96979,01	103573,59	110616,59	118138,52	126171,94	134751,63	143914,74
Alimentación	159463,88	170307,42	181888,33	194256,74	207466,19	221573,90	236640,92	252732,50	269918,31	288272,76
Piscina	66341,11	70852,31	75670,27	80815,84	86311,32	92180,49	98448,76	105143,28	112293,02	119928,95
Laguna	79609,34	85022,77	90804,32	96979,01	103573,59	110616,59	118138,52	126171,94	134751,63	143914,74
TOTAL	385023,67	411205,28	439167,23	469030,61	500924,69	534987,57	571366,72	610219,66	651714,60	696031,19

j. Estado de Resultados

Tabla No. 141 Estado de Resultados.

PROFORMA DE RESULTADOS										
RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas netas	385023,67	411205,28	439167,23	469030,61	500924,69	534987,57	571366,72	610219,66	651714,60	696031,19
- Costos de producción	43.698,73	46.215,41	48.903,22	51.773,80	54.839,58	58.113,83	61.610,74	65.345,43	69.334,08	73.593,96
= Utilidad Bruta	341.324,94	364.989,87	390.264,02	417.256,81	446.085,11	476873,73	509755,98	544874,23	582380,51	622437,23
- Costos de administración	5.045,22	5.334,41	5.643,27	5.973,13	6.325,41	6.701,66	7.103,48	7.532,64	7.990,97	8.480,47
- Costos de ventas	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00	1804,00
= Utilidad operativa	334.475,71	357.851,46	382.816,75	409.479,68	437.955,70	468.368,08	500.848,50	535.537,59	572.585,54	612.152,76
- Costo financiero	71151,33	64036,20	56921,06	49805,93	42690,80	35575,66	28460,53	21345,40	14230,27	7115,13
= Utilidad neta antes de rep de utilidades	263.324,38	293.815,26	325.895,69	359.673,75	395.264,90	432.792,41	472.387,97	514.192,19	558.355,28	605.037,62
- Reparto de utilidades 15%	39498,66	44072,29	48884,35	53951,06	59289,73	64918,86	70858,20	77128,83	83753,29	90755,64
= Utilidad neta antes de impuestos	223.825,73	249.742,97	277.011,33	305.722,69	335.975,16	367.873,55	401.529,77	437.063,37	474.601,99	514.281,98
- Impuestos 12%	26859,09	29969,16	33241,36	36686,72	40317,02	44144,83	48183,57	52447,60	56952,24	61713,84
= Utilidad neta	196.966,64	219.773,81	243.769,97	269.035,97	295.658,14	323.728,72	353.346,20	384.615,76	417.649,75	452.568,14

k. Balance General

Tabla No. 142 Balance General.

BALANCE GENERAL											
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Activo corriente (cap. de trabajo)	19413,74	238893,86	144150,62	115776,17	88671,54	62923,11	38623,07	15869,93	-5231,12	-24567,75	-42019,97
Activo fijo	1095947,16	1307811,54	1307811,54	1307811,54	1307811,54	1307811,54	1307811,54	1307811,54	1307811,54	1307811,54	1307811,54
Depreciación acumulada (-)		6662,63	13325,26	19987,88	26650,51	33313,14	39975,77	46638,40	53301,02	59963,65	66626,28
Ac. diferi (valor anual de amort)	8566,85	7710,16	6853,48	5996,79	5140,11	4283,42	3426,74	2570,05	1713,37	856,68	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	1123927,74	1547752,94	1445490,38	1409596,62	1374972,68	1341704,93	1309885,58	1279613,13	1250992,77	1224136,83	1199165,29
Pasiv. corr (intereses)		71151,33	5374,38	4777,22	4180,07	3582,92	2985,76	2388,61	1791,46	1194,31	597,15
Pasiv. Largo p. (préstamo)	592927,74	533634,97	474342,20	415049,42	355756,65	296463,87	237171,10	177878,32	118585,55	59292,77	0,00
Patrimonio	531000,00	746000,00	746000,00	746000,00	746000,00	746000,00	746000,00	746000,00	746000,00	746000,00	746000,00
UTIL.EJERCICIO (Utilidad neta)		196966,64	219773,81	243769,97	269035,97	295658,14	323728,72	353346,20	384615,76	417649,75	452568,14
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	1123927,75	1547752,94	1445490,38	1409596,62	1374972,68	1341704,93	1309885,58	1279613,13	1250992,77	1224136,83	1199165,29

I. Flujo de Caja

Tabla No. 143 Flujo de Caja.

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS +		385023,67	411205,28	439167,23	469030,61	500924,69	534987,57	571366,72	610219,66	651714,60	696031,19
VALOR SALVAMENTO +											1013696,63
COSTO DE PRODUCCIÓN -		43698,73	46215,41	48903,22	51773,80	54839,58	58113,83	61610,74	65345,43	69334,08	73593,96
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN -		5045,22	5334,41	5643,27	5973,13	6325,41	6701,66	7103,48	7532,64	7990,97	8480,47
COSTOS VENTAS -		1804,00	1.804,00	1.804,00	1.804,00	1.804,00	1.804,00	1.804,00	1.804,00	1.804,00	1.804,00
COSTOS FINANCIEROS -		71151,33	64036,20	56921,06	49805,93	42690,80	35575,66	28460,53	21345,40	14230,27	7115,13
AMORT. ACTIVOS DIFERIDOS -		856,68	856,68	856,68	856,68	856,68	856,68	856,68	856,68	856,68	856,68
UTI ANTES DE REP. UT. E IMP.		262467,70	292958,58	325039,00	358817,07	394408,21	431935,73	471531,29	513335,51	557498,59	1617877,57
REPARTO DE UTILIDADES -		39498,66	44072,29	48884,35	53951,06	59289,73	64918,86	70858,20	77128,83	83753,29	90755,64
UTILIDADES ANTES DE IMPU.		222969,04	248886,29	276154,65	304866,01	335118,48	367016,87	400673,09	436206,68	473745,30	1527121,93
IMPUESTO -		26859,09	29969,16	33241,36	36686,72	40317,02	44144,83	48183,57	52447,60	56952,24	61713,84
UTILIDAD NETA		196109,95	218917,13	242913,29	268179,28	294801,46	322872,04	352489,52	383759,08	416793,06	1465408,09
DEPRECIACIONES +		6662,63	6.662,63	6.662,63	6.662,63	6.662,63	6.662,63	6.662,63	6.662,63	6.662,63	6.662,63
AMORT. ACTIVOS NOMINALES +		856,68	856,68	856,68	856,68	856,68	856,68	856,68	856,68	856,68	856,68
INV MAQUINARIA EQUIPO -	26707,73										
INV TERRENO / OBRA FÍSICA -	1034161,17										
INVERSIÓN OTROS -	35078,26										
INVER ACTIVO NOMINAL -	8566,85										
INVER CAPITAL TRABAJO -	19413,74	19413,74									
RECUP. CAPITAL TRABAJO +											19413,74
PRÉSTAMO +	592927,74										
AMORTI. DEL PRÉSTAMO -		59292,77	59292,77	59292,77	59292,77	59292,77	59292,77	59292,77	59292,77	59292,77	59292,77
FLUJO DE CAJA	- 531000,00	124922,76	167143,67	191139,83	216405,82	243028,00	271098,58	300716,05	331985,62	365019,60	1413634,63

m. Punto de Equilibrio

Tabla No. 144 Costos fijos y costos variables del primero, segundo y tercer año.

RUBROS	AÑOS 2010			AÑOS 2011			AÑOS 2012		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	7423,28	36275,45	43698,73	7928,06	38287,35	46215,41	8467,17	40436,05	48903,22
Gasto de Venta		5334,41	5334,41		5334,41	5334,41		5643,27	5643,27
Gastos Administrativos		1640,00	1640,00		1640,00	1640,00		1640,00	1640,00
Gastos Financieros		71151,33	71151,33		64036,20	64036,20		56921,06	56921,06
Total costos variables	7423,28			7928,06			8467,17		
Total costos fijos		114401,19			109297,96			104640,38	
COSTO TOTAL	7423,28	114401,19	121824,47	7928,06	109297,96	117226,02	8467,17	104640,38	113107,55

Tabla No. 145 Costos fijos y costos variables del cuarto, quinto y sexto año.

RUBROS	AÑOS 2013			AÑOS 2014			AÑOS 2015		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	9042,94	42730,86	51773,80	9657,86	45181,72	54839,58	10314,59	9042,94	42730,86
Gasto de Venta		5973,13	5973,13		6325,41	6325,41			5973,13
Gastos Administrativos		1640,00	1640,00		1640,00	1640,00			1640,00
Gastos Financieros		49805,93	49805,93		42690,80	42690,80			49805,93
Total costos variables	9042,94			9657,86			10314,59	9042,94	
Total costos fijos		100149,92			95837,93				100149,92
COSTO TOTAL	9042,94	100149,92	109192,85	9657,86	95837,93	105495,79	10314,59	9042,94	100149,92

Tabla No. 146 Costos fijos y costos variables del séptimo, octavo, noveno y décimo año.

RUBROS	AÑOS 2016			AÑOS 2017			AÑOS 2018			AÑOS 2019		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	47799,24	58113,83	11015,98	50594,75	61610,74	11765,07	53580,36	65345,43	12565,09	56768,99	69334,08	13419,52
Gasto de Venta	6701,66	6701,66		7103,48	7103,48		7532,64	7532,64		7990,97	7990,97	
Gastos Administrativos	1640,00	1640,00		1640,00	1640,00		1640,00	1640,00		1640,00	1640,00	
Gastos Financieros	35575,66	35575,66		28460,53	28460,53		21345,40	21345,40		14230,27	14230,27	
Total costos variables			11015,98			11765,07			12565,09			13419,52
Total costos fijos	91716,56			87798,77			84098,39			80630,22		
COSTO TOTAL	91716,56	102031,15	11015,98	87798,77	98814,75	11765,07	84098,39	95863,46	12565,09	80630,22	93195,32	13419,52

Tabla No. 147 Totalidad de costos fijos y costos variables del proyecto.

DETALLE	USD
Costos variables	101599,56
Costos fijos	945981,37
Costo total	1047580,93
Ingresos totales	5269671,20

1) Determinación del punto de equilibrio en USD.

$$\text{Punto de equilibrio ventas} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}} = 945981,28$$

2. Evaluación Financiera

a. Valor Actual Neto

1) Datos para el cálculo del valor actual neto

Tabla No. 148 Flujo de efectivo.

FLUJO DE EFECTIVO	
0	-531000,00
1	124922,76
2	167143,67
3	191139,83
4	216405,82
5	243028,00
6	271098,58
7	300716,05
8	331985,62
9	365019,60
10	1413634,63

Tabla No. 149 Cálculo del valor actual neto.

Años	Flujo de efectivo	Factor de	Flujo efectivo	Flujo efectivo
------	-------------------	-----------	----------------	----------------

		actualización	actualizado	actualizado acumulado
0	-531000,00	1	-531000,00	-531000,00
1	124922,76	0,89285714	111538,18	-419461,82
2	167143,67	0,79719388	133245,91	-286215,92
3	191139,83	0,71178025	136049,55	-150166,36
4	216405,82	0,63551808	137529,81	-12636,55
5	243028,00	0,56742686	137900,61	125264,06
6	271098,58	0,50663112	137346,98	262611,04
7	300716,05	0,45234922	136028,67	398639,71
8	331985,62	0,40388323	134083,42	532723,13
9	365019,60	0,36061002	131629,73	664352,86
10	1413634,63	0,32197324	455152,52	1119505,38
VAN: 1119505,38				

b. Período de Recuperación del Capital

Período de Recuperación de la inversión: 4 años y 7,89 meses, en donde los egresos son igual a los ingresos, a partir de este período, los ingresos superan a los egresos.

c. Relación Costo Beneficio

Tabla No. 150 Relación Costo Beneficio.

R B/C	1,62
INGRESOS ACTUALIZADOS	2801561,93
COSTOS ACTUALIZADOS	610615,472
INVERSIÓN	1123927,74

d. Tasa Interna de Retorno

La tasa de rentabilidad del dinero que se mantendrá en el proyecto es de 38%.

VI. CONCLUSIONES

A. El estudio de mercado nos demuestra que, del universo de 106622 turistas (99462 nacionales y 7160 extranjeros) y 23638 personas que es la población del Puyo con capacidad

de consumo, el 93% (92499) turistas nacionales, el 91% (6515) turistas extranjeros y el 94% de la población local manifiestan estar de acuerdo con la idea del proyecto, cuyos servicios requeridos son los siguientes: alimentación 50%, piscina 20%, juegos recreativos 20% y camping 10% donde se realizarán actividades recreacionales según los requerimientos de la demanda que están distribuidas de la siguiente manera: navegación en la laguna, ciclismo, observación de flora, juegos deportivos y juegos de niños. Las preferencias alimentarias de los turistas que se inclinan por degustar comida típica de la zona 45%, nacional 37%, e internacional 18%. Además; la principal fuente de información para los turistas es el internet y para el consumidor local es la televisión, con este resultado se realizó el estudio mercadotécnico y se identificó el nombre de la empresa que es en Kichwa “Pay Tinku” que significa “El Encuentro Para Jugar” y cuyo eslogan es “Tu punto de encuentro”.

B. En función del perfil del turista, se identificó el tamaño del proyecto y demás requerimientos técnicos que conlleva el adecuado funcionamiento de una centro recreacional se determinó la construcción de una zona de alimentación con capacidad de 100 plazas, en la zona recreacional tenemos una piscina con capacidad de 30 personas, una laguna con capacidad de 6 botes, una área de ciclismo, un área para realizar aeróbicos, dos áreas para juegos de niños, canchas deportivas (3 de tenis, 3 de vóley, 3 de baloncesto y 4 de futbol), y una zona de camping con capacidad de 25 carpas, que cuentan con la infraestructura necesaria para una placentera estancia de los visitantes y tomando en cuenta con los requisitos que el Ministerio de Turismo dicta como cabinas telefónicas, guardías, cajas fuertes, entre otros.

C. El análisis ambiental realizado, utilizando la matriz propuesta por Lázaro Lagos debido a que es una "Metodología general para la evaluación de impacto ambiental de proyectos", donde se identificó las acciones que se realizarán y los factores ambientales y sociales que pueden recibir impactos , obteniendo como resultados levemente positivos arrojando un valor de 190 frente a la variable negativa con un valor de 208, debido a que el primer año se realizarán muchos impactos con la construcción del proyecto. En las acciones las actividades recreacionales son las más beneficiosas del proyecto con un valor positivo de 59 debido al aporte social que brinda el proyecto y en cambio las acciones más perjudiciales son el movimiento de tierras y construcción de la obra con una calificación negativa de 58. En cuanto a los componentes ambientales y sociales, la parte socio-económica con un valor de

162 es la más beneficiada y la menos beneficiada con 86 puntos es para el componente flora y fauna, esto básicamente por la modificación del hábitat.

D. El principal rector de la empresa es la junta de accionistas donde la responsabilidad del correcto funcionamiento recae con el Gerente General que administrará tres áreas principales que es la administrativa, de marketing y ventas y la productiva, además, se realizó el manual de funciones de cada personal que trabajará en el negocio. Así como, el marco legal para el funcionamiento del Centro Recreacional está amparado reconocido en la Superintendencia de Compañías como una Empresa de Compañía Anónima debido al tamaño del negocio.

E. El estudio económico y la evaluación financiera del presente proyecto nos demuestra la factibilidad y rentabilidad económica tras el análisis de las siguientes cifras: una vez actualizado los ingresos y egresos se espera un valor actual neto positivo de 1119505,38 dólares americanos, que significa que el proyecto arroja beneficios aún después de cubrir los costos de oportunidad de otras alternativas de inversión. El TIR es de 38% frente a la tasa mínima de 12%. El período de recuperación del capital es en 4 años 8 meses. La relación costo- beneficio es de 1,62 lo que significa que por cada dólar invertido se ganará 62 centavos.

VII. RECOMENDACIONES

A. Una vez que la empresa empiece a funcionar se recomienda realizar un plan de marketing anual que permita identificar las necesidades que tiene el consumidor / usuario y planificar las acciones adecuadas para que este quede plenamente satisfecho, esto permitirá alcanzar la demanda objetivo establecida para cada uno de los años del proyecto.

B. Los productos propuestos y diseñados en el estudio técnico deben ser flexibles (expuestos a cambios), para responder a los casos específicos. Es necesario además, crear nuevos productos turísticos (paquetes) los mismos deberán enfocarse en las variables representativas de los segmentos de mercado objetivo y así cubrir con sus necesidades y expectativas.

C. Seguido a la implementación del proyecto se recomienda ejecutar un plan de manejo ambiental continuo, el mismo que mitigue los impactos ambientales causados por la operación turística durante la vida del proyecto.

D. Cumplir con todos los requerimientos legales para su debida operación de conformidad con las leyes vigentes. Además es importante que la empresa cuente con el personal calificado para un adecuado funcionamiento, de los cuales depende mucho la calidad del servicio, por lo que se recomienda que el recurso humano a contratar cumpla con los requisitos expuestos en el estudio administrativo.

E. Gestionar apoyo gubernamental a través de instituciones del estado como el Banco Nacional de Fomento, Ministerio de Turismo, Corporación Financiera Nacional, entre otros para la implementación del proyecto y en un futuro la ampliaciones de nuevos servicios en el cual será necesario realizar estudios financieros contables en cada año de funcionamiento, para monitorear los datos que se identificaron en el estudio y determinar futuras factibilidades de nuevos servicios.

VIII. RESUMEN

El presente trabajo de investigación propone: realizar el estudio de factibilidad para implementar un Centro Recreacional en la parroquia Puyo, mediante la elaboración del estudio de mercado, técnico, ambiental, administrativo – legal y financiero; utilizando, métodos cuantitativos y cualitativos tomados de fuentes primarias y secundarias. Como resultados, en el estudio de mercado se determinó que el proyecto es viable, donde el 91% de turistas extranjeros, el 93% de turistas nacionales y el 81% del consumidor local, están de acuerdo implementar un centro recreacional que brinde los servicios de: restaurante, camping, piscina y canchas deportivas. En el estudio técnico se identificó los requerimientos para la operación de los productos a ser ofertados, como: cuatro platos de comida típica, tres de comida nacional, uno de comida internacional, camping, piscina y navegación en laguna; en conjunto con canchas deportivas, juegos de niños y jardines. En el estudio ambiental se obtuvo como resultados levemente negativos, debido a que el primer año se realizarán muchos impactos con la construcción. En el estudio administrativo - legal se implantó la estructura organizacional, los lineamientos, directrices y/o reglamentos, así como los impuestos y controles a los que debe sujetarse para su debida operación. Finalmente, al establecer el estudio financiero para un período de 10 años, con una inversión total de \$1'123.927,74 USD se obtuvieron el VAN que es igual a \$1'119.505,38 USD, la TIR igual a 38% y la relación beneficio – costo de \$0,62 centavos, lo que indica que el proyecto es factible.

IX. SUMMARY

This work proposes. The study of feasibility of implementing a Recreational Center in Puyo parish, through the developing of the research of market, technical, environmental, administrative – legal and financial, using, quantitative and qualitative methods, they are taken from primary and secondary sources. As a result, in the market study determined that the project is viable, where 91% of foreign tourists , 93% of domestic tourists and 81% local consumer, they agree to implement a central to provide recreational services: restaurant, camping, swimming and sports fields. In the technical study is identified requirements for the operation of the products to be offered, as typical four meals, three national dishes an International meal, camping, swimming and sailing in the lagoon, in group with sport courts, playground and gardens: The environmental study got results slightly negative, because the first year people will make many impacts with the construction: In the study administrative-legal organizational structure was implemented, the guidelines, directives and/or regulations and taxes and controls to be supported for proper operation. Finally to establish a financial study for a period of 10 years, with a total investment of \$1'123.927,74 USD, NPV is obtained which is equal \$1'119.505,38 USD, the IRR equal 38% and the benefit-cost of \$0,62 cents, indicating that the project is feasible.

X. BIBLIOGRAFIA

1. BACA, G. 2001. "Evaluación de Proyectos". 4ta ed. México. Editorial McGrawHill; México, D.F. 13-82p.
2. BÁEZ A.; ACUÑA A. 2003. "Guía para las Mejores Prácticas de Ecoturismo en Áreas Protegidas" Mexico. 159 p.
3. BOULLÓN, R. 1994 "Planificación del Espacio Turístico" Editorial Trillas México
4. CONTRERAS, C. 2005 "Estudio de Mercado". Consultado 6 oct. 2008. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
5. CUARTAS, F. 2008. "Evaluación Económica y Financiera de los Proyectos". Consultado 6 oct. 2008. Disponible en: <http://www.gacetafinanciera.com>
6. FIGUEREDO, y OTROS. 2002. "Modulo I. Marco Legal e Institucional para el Turismo en Colombia" Bogota-Colombia.
7. GRATEROL, M. 1997. "Proyectos de Inversión". Venezuela.
8. LUNA, R.; CHAVES, D. 2001 "Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos" Guatemala. 33 p.
9. MENESES, E. 2001. "Preparación y Elaboración de Proyectos". 3^{era} ed. Quito – Ecuador. 215 p.
10. MIRANDA, J. 1997. "Gestión de Proyectos" Primera Edición. Bogotá. MB Editores. 366 p.
11. OMT, (Organización Mundial de Turismo). 1999. "Guía para administradores locales: Desarrollo turístico Sostenible". Madrid - España. 216 pg

12. OMT. (Organización Mundial de Turismo). 1998. "Introducción al Ecoturismo". Madrid.
13. RATIO, N. 2001. "Proyecto de Turismo Cultural para la Provincia de Catamarca – Depto. Andalgalá - Argentina" Foro Virtual de Antropología Naya.
14. RODRÍGUEZ, F. 2001. "Estudio técnico". Consultado 6 oct. 2008. Disponible en: <http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico1.htm>.
15. The Nature Conservancy "Desarrollo del Ecoturismo – Un manual para los profesionales de la conservación", Volumen II. 2004 Arlington, Virginia, USA. 116 p.
16. VALDIVIESO, L. 2000. "Texto Básico de Administración de Empresas". Riobamba-Ecuador. 34-35p.
17. "Vocabulario Turístico" Consultado 6 oct. 2008. Disponible en: http://es.geocities.com/itaca_peru/vocabularioturistico.htm
18. Yucta, P. 2002. "Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos". Riobamba – Ecuador. 25 p

XI. ANEXOS

Anexo No 01 Encuesta para turistas extranjeros.

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Dear Ms. / Mr.

This poll is objective is to know the interests and favorites of the visitors who frequent tourist services in Puyo, Pastaza canton. This survey is completely anonymous.

Poll № _____ Date: _____ Place: Puyo

Pollster: Paul Alejandro Erazo Granizo

1. **Age:** () years old
2. **Gender:** a. Male () b. Female ()
3. **Country** _____ **City** _____ **State** _____
4. **Occupation:** a. Professional () b. Student () c. Other _____
5. **Education level:**
 - a. Primary () c. University ()
 - b. Secondary () d. Post grad ()
6. **What is the principal reason for your travel?**
 - a. Recreation () d. Congress / convention ()
 - b. Shopping () e. Business ()
 - c. Visit family or friends () f. Other / specify _____
7. **How many days will you stay in Puyo?**
 - a. 1 to 2 days () b. 2 to 3 days () c. More than 3 days ()
8. **Who came with you?**
 - a. Friends () b. Family () c. Alone () d. Others ()
9. **How many people came with you to visit Puyo? Include yourself.** _____
10. **Do you think the implementation of a Recreational Center in Pastaza Canton with the following Characteristics would be good?**

Restaurant / Swimming Pool / Recreational Games / Camping

YES () **NO** ()

Anexo No. 02 Encuesta para el turista nacional.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Estimado Sra. / Sr.

La presente encuesta tiene como objetivo conocer los gustos y preferencias de los visitantes al momento de la prestación de servicios turísticos en la ciudad Puyo, cantón Pastaza.

Encuesta N° _____ Fecha: _____ Lugar: Puyo

Encuestador: Paúl Alejandro Erazo Granizo

- 17. Edad:** () años
- 18. Genero:** a. Masculino () b. Femenino ()
- 19. Lugar de residencia:** Ciudad/Provincia _____
- 20. Ocupación:** a. Profesional () b. Estudiante () c. Otro _____
- 21. Nivel de educación formal:**
- | | |
|-------------------|----------------------|
| e. Primaria () | g. Universitaria () |
| f. Secundaria () | h. Otros () |
- 22. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?**
- | | |
|-------------------------------------|------------------------------|
| g. Recreación () | j. Congreso / convención () |
| h. Compras () | k. Negocios () |
| i. Visita a familiares o amigos () | l. Otro / especifique _____ |
- 23. ¿Cuántos días va a permanecer en la ciudad de Puyo?**
- a. 1 día () b. De 2 a 3 días () c. Más de 3 días ()
- 24. ¿Acompañado de quien visita la ciudad de puyo?**
- a. Amigos () b. Familia () c. Solo () d. Otros ()
- 25. ¿Acompañado de cuántas personas, incluyéndose usted visita la ciudad de Puyo? ____**
- 26. ¿Le gustaría a usted que se implemente un centro recreacional en el cantón Pastaza con las siguientes características?**
- Restaurant / Piscina / Juegos recreativos y canchas deportivas / Camping
- SI** () **NO** ()

27. ¿Cuál servicio que ofertaría el Centro Recreacional utilizaría usted?

- k. Restaurant () m. Piscina ()
 l. Juegos/canchas deportivas () n. Camping ()

28. De los siguientes servicios a continuación, ¿Cuál cree usted que debería existir en el centro recreacional?

- a. Navegación en botes () d. Artesanías ()
 b. Paseos guiados () e. Educación ambiental ()
 c. Visita a jardín botánico () f. Otro / especifique _____

29. ¿Cuál mes cree usted que podría visitar el Centro Recreacional?

- a. Enero () e. Mayo () i. Septiembre ()
 b. Febrero () f. Junio () j. Octubre ()
 c. Marzo () g. Julio () k. Noviembre ()
 d. Abril () h. Agosto () l. Diciembre ()

30. ¿Qué tipo de comida estaría dispuesto a degustar en el Centro?

- a. Comida Típica () c. Comida Internacional ()
 b. Comida Nacional () d. Todas las anteriores ()

31. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día y por persona por la prestación de servicios en el Centro Recreacional?

- a. \$5 - \$10 () c. \$17 - \$22 ()
 b. \$11 - \$16 () d. Más de \$22 ()

32. ¿Cuál es su forma de pago?

- c. Tarjeta de crédito () d. Efectivo ()

17. ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse? Por favor especifique en caso de poder hacerlo

- k. Radio () p. Afiches y trípticos ()
 l. Televisión () q. Centros de información turística ()
 m. Internet () r. Agencias de viajes ()
 n. Prensa () s. Persona a persona ()
 o. Revistas () t. Otros (especifique) _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo No. 03 Encuesta para el consumidor local.

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Estimado Sra. / Sr.

La presente encuesta tiene como objetivo conocer los gustos y preferencias de los visitantes al momento de la prestación de servicios turísticos en la ciudad Puyo, cantón Pastaza.

Encuesta N° _____ Fecha: _____ Lugar: Puyo

Encuestador: Paúl Alejandro Erazo Granizo

- 33. Edad:** () años
- 34. Género:** a. Masculino () b. Femenino ()
- 35. Ocupación:** a. Profesional () b. Estudiante () c. Otro _____
- 36. Nivel de educación formal:**
- i. Primaria () k. Universitaria ()
- j. Secundaria () l. Otros ()
- 37. ¿Le gustaría a usted que se implemente un centro recreacional en el cantón Pastaza con las siguientes características?**
Restaurant / Piscina / Juegos recreativos y canchas deportivas / Camping
SI () **NO** ()
- 38. ¿Cuál servicio que ofertaría el Centro Recreacional utilizaría usted?**
- o. Restaurant () q. Piscina ()
- p. Juegos/canchas deportivas () r. Camping ()
- 39. ¿Acompañado de cuántas personas, incluyéndose usted visita la ciudad de Puyo? ____**
- 40. Con que frecuencia visita a este tipo de establecimiento.**
- a. Una vez a la semana () c. Dos veces al mes ()
- b. Una vez al mes () d. Tres veces al mes ()
- 41. De los siguientes servicios a continuación, ¿Cuál cree usted que debería existir en el centro recreacional?**
- g. Navegación en botes () h. Paseos guiados ()

- i. Visita a jardín botánico () k. Educación ambiental ()
j. Artesanías () l. Otro / especifique _____

42. ¿Qué tipo de comida estaría dispuesto a degustar en el Centro?

- e. Comida Típica () g. Comida Internacional ()
f. Comida Nacional () h. Todas las anteriores ()

43. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día y por persona por la prestación de servicios en el Centro Recreacional?

- e. \$5 - \$10 () g. \$17 - \$22 ()
f. \$11 - \$16 () h. Más de \$22 ()

44. ¿Cuál es su forma de pago?

- e. Tarjeta de crédito () f. Efectivo ()

17. ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse? Por favor especifique en caso de poder hacerlo

- u. Radio () y. Revistas ()
v. Televisión () z. Afiches y trípticos ()
w. Internet () aa. Persona a persona ()
x. Prensa () bb. Otros (especifique) _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo No 04 Catastro del cantón Pastaza.

CATASTRO TURISTICO 2009						
Nro	REG.	RAZON SOCIAL	PROPIETARIO	DIRECCION	CATEGORIA	TELF.
		AGENCIAS DE VIAJE				
		<i>Agencias de viajes</i>				
1	1601500264	EXPEDICIONES EL FIGUAL S.A.	COLOMA PARREÑO MAURA	20 DE JULIO Y COTOPAXI	ORERADORA	
2	1601500368	AYAWASKA TOURIS	AYAWASKA TOURIS CIA. LTDA.	CESALAO MARÍN Y SEVERO VARGAS	OPERADORA	
3	1601500007	PAPANGU OPER.TURIS.ECOLOGIC	GUALINGA MONTALVO JOSE	27 DE FEBRERO Y SUCRE	OPERADORA	2887-684
4	1601500341	KILITOURS	BRITO ROJAS MAYRA	ATAHUALPA	OPERADORA	
5	1601500370	SELVAVIDA TRAVEL	VIDATRAVEL CIA. LTDA.	NUÑEZ LUIS	OPERADORA	
6	1601500008	NAVEDA SANTOS	SANTOS LEON MARCIA	NAYAPI Y AV. ALBERTO ZAMBRANO	OPERADORA	
		ALOJAMIENTO				
		<i>Cabañas</i>				
7	1601560329	KAPAWI	COMPLEJO ECOTURISTICO KAPAWI S.A.	COMPLEJO ECOTURISTICO KAPAWI S.A.	PRIMERA	
8	1601500186	EVERY BODY'S JUNGLE	GUERRERO RODRIGUEZ CHELO	KM 16 VIA PUYO MACAS	TERCERA	2414-524
9	1601570365	ALTOS DEL PASTAZA		KM 16 VIA PUYO MACAS, km 14 A POMONA	SEGUNDA	
		<i>Hostal</i>				
10	1601500354	DEL RÍO	PERENCEVICH CUEVAS JORGE	LOJA Y CAÑAR	TERCERA	2886-090
11	1601500245	CUMANDA	HERAS PIÑA VICENTE ABELINO	AVDA. ALBERTO ZAMBRANO	TERCERA	2889-969
12	1601500013	PUYO	MUÑOZ MORALES VICENTE	9 DE OCTUBRE Y 4 DE MAYO	PRIMERA	2886525
13	1601500251	KANDAS	TITE NARANJO DORA JAQUELINE	9 DE OCTUBRE Y LUNCINDO ORTEGA	SEGUNDA	2887-169
14	1601500249	COLONIAL	HERAS HERAS MERCY GUADALUPE	AV. ALBERTO ZAMBRANO	PRIMERA	2887-109
15	1601500248	LA JOYA DEL ORIENTE	POZO PERRAZO MARIA	20 DE JULIO Y COTOPOXI	TERCERA	2888-585
16	1601500230	EL CISNE	TOCTAQUIZA NARVAEZ CARLOS RENE	27 DEFEBRERO Y FRANCISCO DE ORELLANA	SEGUNDA	2886-232
17	1601500239	SAN PATRICIO	SANCHEZ ROVAYO MIRIAM BEATRIZ	20 DE JULIO Y GUAYAS	PRIMERA	2885-814
18	1601500228	CASA BLANCA	MEZA ARCOS JOCONDA HEMELI	20 DE JULIO Y BOLÍVAR	PRIMERA	2885-146
19	1601500110	LIBERTAD	MOROCHO SAULAG MARIA INES	FRANCISCO DE ORELLANA Y GENERAL VILLAMIL	TERCERA	2883-282
20	1601500269	EL DORADO	FREIRE FLORES SEGUNDO FRANCISCO	27 DE FEBRERO Y CESLAO MARIN	SEGUNDA	2885-234
21	1601500163	POSADA REAL	GODOY GOMEZ ELIZABETH	27 DE FEBRERO Y 4 DE ENERO	PRIMERA	2883-227
22	1601500260	L.F.	FREIRE PAZMIÑO MARIA	CACIQUE NAYAPI Y CACIQUE PALATI	PRIMERA	2886-922
23	1601500214	SAMMY & JOSE	LASCANO LOPEZ JOSE HUMBERTO	CESLAO MARÍN Y MANABÍ	SEGUNDA	2887-772
24	1601500134	LAS PALMAS	CHUGCHO BARROSO NELSON RAÚL	20 DE JULIO Y 4 DE ENERO	SEGUNDA	2884-832

25	1601500379	ARAUCANO	AREVALO BASTIDAS RUBIELA FIDELA	CESLAO MARIN Y 27 DE FEBRERO	SEGUNDA		
26	1601500012	MILENIUM	GUEVARA PALACIOS BELGICA	27 DE FEBRERO Y FRCO, ORELLANA	SEGUNDA	2884-691	
27	1601500268	JEYKOV	CASTRO SANCHEZ ELADIO ENRIQUE	FRCO. ORELLANA Y AV. ZAMBRANO	SEGUNDA	2885-008	
28	1601500234	JARDIN EL	CASTRO CARRASCO EDGAR ROBERTO	PASEO TURISTICO DEL RÍO PUYO	SEGUNDA		
29	1601500257	ORO NEGRO	RUGEL VILLAFUERTE CLARA ECUADOR	9 DE OCTUBRE Y BELLABISTA	SEGUNDA	2888-020	
30	1601500366	PORTO FINO	ANDRADE VACA MARTHA CECILIA	ALBERTO ZAMBRANO(500MTS DEL REDONDEL)	TERCERA		
31	1601500382	GAHONA	GAHONA CALLE EUCLIDES RAFAEL	ALBERTO ZAMBRANO- TERMINAL TERRESTRE	TERCERA		
		<i>Hostal Residencia</i>					
32	1601500016	MAJESTIC INN	SOSA CASTRO LILIAN GUADALUPE	CESLAO MARÍN (FRENTE B.N.F.)	SEGUNDA	2885-417	
33	1601500129	JARDIN AMAZONICO	JARA MATUTE DARIO ASUNCION	AV. ALBERTO ZAMBRANO	TERCERA	2887-705	
34	1601500318	DIAMANTE	MARIA TERESA ORTEGA ROBAYO	AV. ALBERTO ZAMBRANO	TERCERA	2883-318	LICENCIA 2010
35	1601500150	MÉXICO	SILVA MARIA LASTEÑA	9 DE OCTUBRE Y 24 DE MAYO	SEGUNDA	2885-668	
36	1601500018	CHASI	CHASI RIVERA ROBERTO	9 DE OCTUBRE Y FRANCISCO DE ORELLANA	TERCERA	2883-059	
37	1601500222	D' PAULA	BEDON HERRERA GILBERTO	9 DE OCTUBRE Y 24 DE MAYO	SEGUNDA	2883-912	
38	1601500363	CALIFORNIA	CASTRO LOPEZ MIRIAN	CESLAO MARÍN Y 27 DE FEBRERO	TERCERA	2885-189	
39	1601500227	JARED	SANCHEZ CASTRO JULIA YOLANDA	27 DE FEBRERO Y 24 DE MAYO	TERCERA		LICENCIA 2010
40	1601500233	MI KASA	FREIRE MORENO NELLY ERMELINDA	AV. ALBERTO ZAMBRANO (FRENTE TERMINAL)	TERCERA		
41	1601500350	BALSAS LAS	SINCHI SIGUENCIA ANGEL IGNACIO	AV. ALBERTO ZAMBRANO (CASA DE LA Balsa)	TERCERA		
		<i>Hosteria</i>					
42	1601500027	TURINGIA	ENGELMANN ALCIVAR NELLY JANINE	CESLAO MARÍN Y JAVIER VARGAS	SEGUNDA	2885-180	
43	1601500147	SAFARI	VELASTEGUI GALARZA CLEOTILDE	KM.3VIA PUYO TENA	SEGUNDA	2885-465	
44	1601500023	FINCA EL PIGUAL	BOUQUILLON MOREL PHILIPPE EDUARDO	20 DE JULIO Y COTOPAXI	SEGUNDA	2886-137	LICENCIA 2010
45	1601500024	FLOR DE CANELA	VACA VALLE AMPARITO ELIZABETH	PASEO TURISTICO RIO PUYO	SEGUNDA	2885-256	
46	1601500351	LIZANES	FENANDEZ COX INES AMANDA	VIA SHELL(SECTOR SANTA ROSA)			
47	1601630148	HACHA CASPI	PEREZ CASCO JORGE MARTIN	BARRIO PARAÍSO VÍA A LA TARQUI	SEGUNDA	2887-294	
		<i>Hotel</i>					
48	1601500255	LOS COFANES	PALMA GAVILANES MANUEL MESIAS	27 DE FEBRERO Y CESLAO MARIN	SEGUNDA	2885-560	
49	1601500297	DELFIN ROSADO	SANCHEZ SILVA ERESA MARLENE	CESLAO MARIN	SEGUNDA		
50	1601500035	RIZZO INN	RODRIGUEZ ESPIN FELIX	9 DE OCTUBRE Y BOLÍVAR	TERCERA	2883-279	
51	1601500022	TURISMO INN	CAMPAÑA MARCO GERMAN	CURARAY Y BOBONAZA	TERCERA	2883-075	LICENCIA 2010
		<i>Hotel Residencia</i>					

52	1601500373	FRANCE INTERNACIONAL	NUÑEZ SALAZAR MARTHA CECILIA	JACINTO DÁVILA Y ATAHUALPA	TERCERA		
53	1601500113	GRANADA	PABON BARRIO NUEVO ROSA ELVIRA	27 DE FEBRERO Y FCO. DE ORELLANA	TERCERA		
		<i>Motel</i>					
54	1601500233	PARAÍSO	NUÑEZ ALTAMIRANO JHONSON	KM 3 VÍA PUYO 10 DE AGOSTO	TERCERA	2884-626	
55	1601500031	EXTASIS	LOPEZ MERIZALDE ERNESTO	KM 2 1/2 VÍA TARQUI	TERCERA	2884-430	
		<i>Pensión</i>					
56	1601500383	AVENTURA	IGLESIAS MENA MAYRA ROCIO	ENTRADA PARQUE ACUÁTICO	TERCERA		
57	1601500209	ATLANTIDA	SOLIZ MOLINA CARLOTA YOLANDA	EUGENIO ESPEJO Y CESLAO MARIN	TERCERA		
58	1601500371	COLIBRI	PARISELLA KEITH MARSHAL	MANABI Y BOLIVAR	TERCERA		
59	1601500296	VALESKA	BEDON HERRERA GLORIA ISABEL DE LOS AN	AMAZONAS			
60	12601500359	AMBATEÑITA	VALLE MOSQUERA ANITAS	AV. ALBERTO ZAMBRANO	TERCERA	2886-793	
61	1601500327	LOS PUENTES	PEÑAFIEL SANMIGUEL CINTHIA	EL ORO Y CARCHI	PRIMERA	2886-284	
		COMIDAS Y BEBIDAS					
		<i>Bares</i>					
62	1601500249	CAMALEÓN	MACHADO NARVAEZ JEFFERSON	20 DE JULIO	SEGUNDA	2887-527	
63	1601500044	TEQUENDAMA	CHASI RIVERA ROBERTO	24 DE MAYO Y 9 DE OCTUBRE	SEGUNDA	2883-089	
64	1601500286	LOBO CERVECERO	ESCOBAR CASTRO HERRY PAUL	9 DE OCTUBRE Y CESLAO MARIN	SEGUNDA	2883-172	
65	1601500325	LATINOS 2	ARMIJOS JARAMILLO LUIS ENRIQUE	FRANCISCO DE ORELLANA Y 10 DE AGOSTO	SEGUNDA	2888-890	
66	1601500346	EL RODEO	MUÑOZ FLORES MARCO VINICIO	CESLAO MARÍN Y AV. VALLADARES	SEGUNDA		
67	1601500288	ORBITA	RITA MARTINEZ CHASI	20 DE JULIO Y CITAYACU	SEGUNDA	2885-129	
68	1601500284	LA CHOZA	QUISHPI NUÑEZ EDWIN FERNANDO	LOJA Y CHIMBORAZO	SEGUNDA	2883-224	
69	1601500287	EL PENTAGONO	GUEVARA AGUILAR YESENIA	CESLAO MARIN Y 9 DE OCTUBRE	SEGUNDA	2890-430	
70	1601500324	AMAZONIC	LEIVA ENCALADA FABIAN MANUEL	9 DE OCTUBRE Y SUCRE	SEGUNDA	2888-517	
71	1601500291	AMBAR	FIALLOS CHULDE GREIS AMPARITO	AV. ALBERTO ZAMBRANO	SEGUNDA	2884-998	
72	1601500322	FUSSION	SARMIENTO TENEMAZA MARIA	AV. ALBERTO ZAMBRANO	TERCERA		
73	1601500256	QUASQUIAS	REAL LOPEZ ALERTO VINICIO	CESLAO MARIN Y SEVERO VARGAS	SEGUNDA	2890-141	
74	1601500215	TEQUILA	LEON NAULA MARIANA DE JESUS	BOLIVAR Y MANABÍ	SEGUNDA	2887-121	
75	1601500362	AMAZON'S	PROAÑO ROCIO ELIZABETH	CESLAO MARIN Y MANABI	SEGUNDA		
76	1601500393	BULEVBAR	JARAMILLO CASTILLO ANGEL RICARDO	JARAMILLO CASTILLO ANGEL RICARDO	SEGUNDA		
77	1601500392	FRANCIS	FIALLO PAOLASIN MONICA DEL ROCIO	FIALLO PAOLASIN MONICA DEL ROCIO	SEGUNDA		
78	1601500391	LA KALLE 20	PACHECO ANGELA INES	20 DE JULIO Y TUNGURAHUA	SEGUNDA		

79	1601500338	PLAZA 12	FREIRE NOBOA XAVIER OSWALDO	9 DE OCTUBRE Y SUCRE	SEGUNDA		
80	1601500391	PLAY BOY	CAJAS MONTERO CRISTHIAN PATRICIO	CESLAO MARIN Y JUAN DE VELASCO	SEGUNDA		
81	1601500288	JUNIOR	ALBAN SOFIA JAQUELINE	LOJA Y CHIMBORAZO	SEGUNDA		LICENCIA 2010
82	1601500283	VULCANO ENTRETENIMIENTO	MORENO PONCE ANDREA GABRIELA	COTOPAXI Y AZUAY	SEGUNDA		
		<i>Cafeterías</i>					
83	1601500046	OASIS	BELTRAN SEGUNDO MARCIAL	9 DE OCTUBRE Y 24 DE MAYO	TERCERA		
		<i>Fuentes de soda</i>					
84	1601500241	VICTORINO'S	HERNÁNDEZ LÓPEZ VÍCTOR TEMISTOCLES	COTOPAXI Y AZUAY	TERCERA	2884-329	
85	1601500157	JUANITO BAR.B.Q	AREQUIPA REDROVAN GLADYS	LOJA Y TUNGURAHUA	TERCERA	s/n	
86	1601500342	PUYO	ORTIZ VÁZQUEZ ERMELINDA CONCEPCION	PASTAZA Y COTOPAXI(BOYACU)	TERCERA		
87	1601500162	EL VOLQUETERO	PEREDAS PABLO PEDRO	MALECON BOYACU PUYO	TERCERA	2883-632	
88	1601500050	EL MIRADOR	ORTÍZ VÁZQUEZ TRANSITO LEONOR	LOJA Y TUNGURAHUA	TERCERA	2884-575	
89	1601500235	PAPAS LOCAS	ALVAREZ IGLESIAS SANDRA PATRICIA	ATAHUALPA Y 9 DE OCTUBRE	TERCERA		
90	1601500244	EL FARISEO	PEÑAFIEL SEGOVIA SARA	ATAHUALPA Y GENERAL VILLAMIL	TERCERA	2884-825	
		<i>Restaurants</i>					
91	1601500155	CAMPERO EL	GUEVARA VACA MARIO RODRIGO	CESLAO MARÍN Y 9 DE OCTUBRE	CUARTA	s/n	
92	1601500347	TERRAZA DEL SABOR	FREIRE DANIELA	27 DE FEBRERO Y 24 DE MAYO	CUARTA		
93	1601500330	DOÑA MENESTRA	JACQUELINE MARIBEL HERVAS ZURITA	AV. ALBERTO ZAMBRANO	TERCERA	2887-519	
94	1601500142	GUSMARY	DÍAZ GAMBOA JOSÉ MARCIAL	AV. ALBERTO ZAMBRANO	CUARTA	2888-748	
95	1601500278	EUROPA	PERALTA PEREIRA PATRICIA	FRANCISCO DE ORELLANA Y DAVILA	SEGUNDA	2885-228	
96	1601500168	CASA BLANCA	TRUJILLO MEZA MARÍA BELÉN	20 DE JULIO Y BOLÍVAR	SEGUNDA	2885-329	
97	1601500232	CONSUELITO	PASUY ROBALINO CONSUELO	AV. ALBERTO ZAMBRANO	CUARTA	s/n	LICENCIA 2010
98	1601500166	ARAW MIKUNA KACHI	MALAYER SANTI JOEL SERGIO	FRANCISCO DE ORELLANA Y ANGEL MANZANO	CUARTA	s/n	
99	1601500111	KEM WAH	YUET WAN KU LEE	ATAHUALPA Y 27 DE FEBRERO	TERCERA	2883-520	
100	1601500083	CRIOLLO EL	MONTERO LLERENA NELLY	9 DE OCTUBRE Y FRANCISCO DE ORELLANA	CUARTA	2883-337	
101	1601500055	BROTHER EL	YEPEZ TROYA FERNANDO	CESLAO MARIN Y 9 DE OCTUBRE	CUARTA	s/n	
102	1601500320	KIWA PISHKU MIKUNA	TANGUILA ANDI MERCED JOSEFINA	FRANCISCO DE ORELLANA Y JACINTO DÁVILA	CUARTA	s/n	
103	1601500206	SELECTO	ERAS RODRIGUEZ JULIO CESAR	CESALAO MARIN Y 9 DE OCTUBRE	CUARTA	2885-806	
104	1601500236	HONG KONG	RUIYI DAI CAO	FRANCISCO DE ORELLANA Y GRAL. VILLAMIL	TERCERA	s/n	
105	1601500119	EL SABOR DE LA COSTA	CONSTANTE VALLADARES EDUARDO	AV. ALBERTO ZAMBRANO	TERCERA		
106	1601500211	EL SOTANO	SALTOS CABRERA GEOCONDA	AV. ALBERTO ZAMBRANO	CUARTA	2888-646	

107	1601500342	O'SOLE MIO	TITO SERGIO VINCENZO	PICHINCHA Y GUARANDA	TERCERA	2884-763	LICENCIA 2010
108	1601500084	CHA CHA CHA	ZAPATA SANCHEZ MARGARITA	CESALAO MARIN N 249	CUARTA	2886-327	
109	1601500229	CARIHUELA LA	COLOMA PARREÑO MARIA	AV. ALBERTO ZAMBRANO	SEGUNDA	2883-919	
110	1601500072	RINCON AMBATEÑO	RODRÍGUEZ VILLACRÉS JAIME	COTOPAXI Y TUNGURAHUA	TERCERA	2885-929	
111	1601500063	FLEMENCO ECUATORIANO	PÉREZ ACOSTA LIVIA GARDENIA	CESLAO MARÍN(SECTOR LA Y)	TERCERA	s/n	
112	1601500086	FOGON EL	SÁNCHEZ PAREDES ALBA	ATAHUALPA Y 27 DE FEBRERO	CUARTA	2886-672	
113	1601500058	CHIFA ORIENTALN.-1	ZARUMA ARMIJOS ANGEL RODRIGO	AV. ALBERTO ZAMBRANO Y CURARAY	TERCERA	2885-467	
114	1601500306	ASADERO EL ABUELO	GUAMAN NOBOA REINERO	KM 5 1/2 VIA PUYO SHELL	CUARTA	2886-693	
115	1601500123	NAPURAK	SANTI VARGAS CELIA	24 DE MAYO Y GENERAL VILLAMIL	CUARTA	97088-505	
116	1601500071	PICOLINO	MALDONADO NAVAS ROCIO	AV. ALBERTO ZAMBRANO	TERCERA	2883-068	
117	1601500238	PARRILLADAS SANTA ROSA	TAMAYO ROMERO ELSA	K 6 VÍA PUYO SHELL	TERCERA	2888-221	
118	1601500068	MI MARISQUERIA	ESPINOZA VILLARES ROSA	FRANCISCO ORELLANA Y AMAZONAS	SEGUNDA	2885-751	LICENCIA 2010
119	1601500321	YOLANDITA	HURTADO CORDOVA ROSA	AV. ALBERTO ZAMBRANO	CUARTA	2887-547	
120	1601500043	ASTORIA	ESCOBAR SANCHO ABDON HOMERO	COTOPAXI Y AZUAY	CUARTA	2883-012	
121	1601500348	MAR, TIERRA Y SABOR	ORBE JARAMILLO ISABEL MÓNICA	FCO. DE ORELLANA Y AMAZONAS	SEGUNDA		
122	1601500053	BUON GIORNO	VERA JARAMILLO JAIME RICARDO	FCO. DE ORELLANA Y 27 DE FEBRERO	SEGUNDA		
123	1601500229	ANGELITA	FLORES HURTADO LUZ ANGELICA	ATAHUALPA Y GRAL. VILLAMIL	TERCERA		
124	1601500185	LAGARTO JUANCHO	FLORES PAREDES ANA CRISTINA	FRANCISCO DE ORELLANA Y SANGAY	TERCERA		
125	1601500298	LEÑADOR EL	VILLAVICENCIO MARITZA LORENA	CESLAO MARIN SECTOR LA Y	TERCERA		
126	1601500388	RUSTIKA	SUAREZ YUNDA JOSE LUIS	FRANCISCO DE ORELLANA	CUARTA		
127	1601500158	SAL Y PIMIENTA	CAICEDO FREIRE MARIA VILMA	ATAHUALPA Y 27 DE FEBRERO	TERCERA		
128	1601500380	CHACHO DIEGO	PAREDES ROSERO DIEGO RAFAEL	AV. ALBERTO ZAMBRANO	CUARTA		
129	1601500375	ENCUENTRO AMAZONICO	CAMBA OCAÑA LUIS ISAAC	AV. ALBERTO ZAMBRANO Y GONZALEZ SUAREZ	CUARTA		
130	1601500360	EL GUAYTAMBO	CAISAGUANO TORRES ALEXANDRA	AV. ALBERTO ZAMBRANO Y GONZALEZ SUAREZ			
131	1601500067	MARISCAL	MEJIA LOPEZ OLMEDO NAPOLEON	CESLAO MARIN Y VICENTE ROCAFUERTE	CUARTA		
132	1601500396	XIANG HUA	XIAOHUAN LIANG	AV. ALBERTO ZAMBRANO(FRENTE AL T.S.E.)	TERCERA		
133	1601500395	ÁBACO	MORANTE GOMEZ PAULINA	CESLAO MARIN Y EUGENIO ESPEJO	SEGUNDA		
134	1601500300	LAS PALMAS	CRESPO VASCO DAVID ALFREDO	AV. ALBERTO ZAMBRANO- LAS PALMAS	SEGUNDA	2889953	LICENCIA 2010
135	1601500381	EVEREST	PAZUY ORTIZ ROSA ELENA	ESMERALDAS Y AZUAY	CUARTA		
		<i>Balnearios</i>					
136	1601500189	ECOPARQUE MONTESELVA	CALDERÓN CARRILLO GUIDO FERNANDO	SANTA ROSA KM 2 VÍA SHELL	PRIMERA	2886-821	

		<i>Discotecas</i>					
137	1601500319	KAPITAL	CASTILLO JIMÉNEZ MARIA GLORIA	AV. ALBERTO ZAMBRANO	SEGUNDA	2883-495	
138	1601500307	CANELA	GUEVARA BALSECA DIEGO NEPTALI	27 DE FEBRERO Y LUCINDO ORTEGA	SEGUNDA	2888-866	
139	1601500367	METROPOLIS	PAREDES CORRO VIDAL	AV. ALBERTO ZAMBRAONO	SEGUNDA	2883-451	
140	1601500369	WHITE LION	BRAVO SALAZAR CECILIA DEL CARMEN	BOLIVAR Y 20 DE JULIO	SEGUNDA		
141	1601500091	CASANOVA	CHASI WILSON MARCELO	24 DE MAYO Y 9 DE OCTUBRE	SEGUNDA		

TOTAL 141 ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

FUENTE CATASTRAL DEPARTAMENTO DE TURISMO Y AMBIENTE G.M.C.P.

Anexo No. 05 Plano arquitectónico.



Anexo No 06 Minuta de la empresa.

CENTRO RECREACIONAL “PAI TINKU”

CAPITULO PRIMERO

NOMBRE. DOMICILIO. OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- NOMBRE.- La compañía llevará el nombre de “PAI TINKU“

ARTÍCULO DOS.- DOMICILIO.- El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza.

ARTICULO TRES.- OBJETO SOCIAL.- La compañía tiene como objeto social principal: Brindar servicios turísticos y actividades recreativas y de entretenimiento dentro de los cuales resaltan los siguientes: alimentación, camping, paseo en bote, canchas deportivas, paseos al aire libre, fotografía. Al mismo tiempo de producir servicios turísticos de calidad dentro de un marco de sustentabilidad y sostenibilidad la empresa se constituirá en un embajador de la cultura local.

ARTICULO CUATRO.- DURACIÓN.- El plazo de duración de la compañía es de treinta años contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura en el Registro Mercantil del domicilio principal; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, si así lo resolviese la Junta general de accionistas en la forma prevista en estos estatutos y en la ley.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL DEL AUMENTO Y RESPONSABILIDAD

ARTICULO CINCO.- DEL CAPITAL.- El capital autorizado de la compañía es de 65.0000 de un dólar cada una, nominativas y ordinarias, las que estarán representadas por títulos, que serán

firmados por el presidente y por el gerente general de la compañía. El capital será suscrito, pagado y emitido hasta por el límite del capital autorizado en las oportunidades, proporciones y condiciones que decida la Junta general de accionistas y conforme a la ley. El capital suscrito y pagado de esta compañía consta en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- AUMENTO DE CAPITAL.- El capital de la compañía podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta general de accionistas, por los medios y en la forma establecida en la Ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieron pagadas al momento de efectuar dicho aumento.

ARTICULO SIETE.- RESPONSABILIDAD.- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales, se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la acción.

ARTICULO OCHO. - LIBRO DE ACCIONES. - La compañía llevara un libro de acciones y accionistas en el que se registrarán las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales, y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones. La propiedad de las acciones, se probara con la Inscripción en el libro de acciones y accionistas. El derecho de negociar las acciones y transferirlas, se sujeta a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

CAPITULO TERCERO

EJERCICIO ECONÓMICO. BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS

ARTICULO NUEVE.- EJERCICIO ECONÓMICO.- El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año. Al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente, el gerente general someterá a consideración de la Junta general de accionistas el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios. El contador, igualmente, presentara su informe

durante los quince días anteriores a la sesión de Junta: tales balances e informes podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la compañía.

ARTICULO DIEZ.- UTILIDADES Y RESERVAS.- La Junta general de accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidas se segregará por lo menos, el diez por ciento anual para la formación e incremento del fondo de reserva legal de la compañía, hasta cuando éste alcance, por lo menos, el cincuenta por ciento del capital suscrito. Además la Junta general de accionistas podrá resolver la creación de reservas especiales o extraordinarias.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN

ARTICULO ONCE.- GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.- La compañía estará gobernada por la Junta general de accionistas y administrada por el directorio, por el presidente y por el gerente general, en su orden; cada uno de estos órganos, con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

SECCIÓN UNO: DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTICULO DOCE.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.- La Junta general de accionistas es el organismo supremo de la compañía. Se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; y, extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

ARTICULO TRECE.- CONVOCATORIA.- La convocatoria a junta general de accionistas la hará el presidente de la compañía, mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, cuando menos con ocho días de

anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse. Igualmente. el presidente convocara a Junta general, a pedido de los accionistas que representen por lo menos d veinticinco por ciento del capital, para tratar los puntos que se Indiquen en su petición, de conformidad con lo establecido en la Ley de Compañías.

ARTICULO CATORCE.-REPRESENTACION DE LOS ACCIONISTAS.-Las Juntas generales de accionistas, ordinarias y extraordinarias se reunirán en el domicilio principal de la compañía. Los accionistas podrán concurrir a la Junta personalmente o mediante poder otorgado a otro accionista o a un tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada Junta. El poder a un tercero será otorgado necesariamente ante notarlo público. No podrán ser representantes de los accionistas los administradores y comisarios de la compañía

ARTICULO QUINCE.- QUORUM.- Para que se instale válidamente la Junta general de accionistas en primera convocatoria, se requerirá la presencia de por lo menos, la mitad mas uno si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria, mediando, cuando más, treinta días de la fecha fijada para la primera reunión, y la Junta general se Instalará con el número de accionistas presentes o que concurren cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria. Para los casos particulares contemplados en el artículo doscientos ochenta y dos de la Ley de Compañías, se estará al procedimiento allí señalado.

ARTICULO DIECISEIS.- DE LA PRESIDENCIA.- Presidirá la junta general de accionistas el presidente de la compañía. Actuará como secretario el gerente general A falta del presidente actuará quien lo subrogue, que será uno de los vocales del directorio, en orden a sus nombramientos; y, a falta del gerente general actuara como secretario la persona que designe la Junta.

ARTICULO DIECISIETE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL.- La Junta general de accionistas, legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la compañía y en consecuencia, tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados

con los negocios sociales, así como, con el desarrollo de la empresa, que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la compañía: siendo de su competencia lo siguiente:

Nombrar al presidente, al gerente general, al contador principal y suplente, así como a los vocales principales y alternos del directorio:

Conocer y resolver todos los informes que presente el directorio y órganos de administración y fiscalización, como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas y administración:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, prórroga del plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas a los estatutos, de conformidad con la Ley de Compañías:

Fijar las remuneraciones que percibirán el presidente, los vocales del directorio, el gerente general y el comisario:

Resolver acerca de la disolución y liquidación de la compañía, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los Liquidadores y considerar las cuentas de liquidación;

Fijar la cuantía de los actos y contratos para cuyo otorgamiento o celebración el gerente general requiere autorización del directorio, y la de los que requieran autorización de la Junta general de accionistas, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Autorizar al gerente general el otorgamiento de poderes generales, de conformidad con la ley.

Interpretar obligatoriamente estos estatutos:

Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro organismo de la compañía.

ARTICULO DIECIOCHO.- JUNTA UNIVERSAL.- La compañía podrá celebrar sesiones de junta general de accionistas en la modalidad de junta universal, de conformidad con lo dispuesto en el artículo doscientos ochenta de la Ley de Compañías: esto es. que la Junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la Junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.

SECCIÓN DOS: DEL DIRECTORIO.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- DEL DIRECTORIO.- El directorio estará Integrado por el presidente de la compañía y cuatro vocales. Los vocales tendrán alternos.

ARTICULO VEINTINUEVE.- PERIODO DE LOS VOCALES.- Los vocales del directorio duraran dos años en sus funciones; podrán ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados. Para ser vocal del directorio no se requiere la calidad de accionista.

ARTICULO VEINTIUNO.- PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO.- Presidirá las sesiones del directorio el presidente de la compañía y actuará como secretario el gerente general. Á falta del presidente, lo reemplazará su subrogante que será uno de los vocales principales, en el orden de su elección, debiéndose, en este caso, principalizar al respectivo suplente; y, a falta del gerente general, se nombrara un secretario ad-hoc.

ARTICULO VEINTIDÓS.- CONVOCATORIA.- La convocatoria a sesión de directorio, la hará el presidente de la compañía mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros. El quórum se establece con dos miembros.

ARTICULO VEINTITRÉS.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO.- Son atribuciones y deberes del directorio lo siguientes:

Sesionar ordinariamente cada trimestre y. extraordinariamente, cuando fuere convocado;

Someter a consideración de la Junta general de accionistas el proyecto de presupuesto, en el mes de enero de cada año:

Autorizar la compra de inmuebles a favor de la compañía, así como la celebración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio o posesión de los bienes Inmuebles de la compañía;

Autorizar al gerente general el otorgamiento y celebración de actos y contratos para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta general;

Controlar el movimiento económico de la compañía y dirigir la política de loa negocios de la misma:

Contratar los servicios de auditoría Interna, de acuerdo a la Ley:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta general y las disposiciones de los estatutos y reglamentos:

Presentar anualmente a conocimiento de la Junta general de accionistas los balances, el proyecto de distribución de utilidades, la creación e incrementos de reservas legales, facultativas o especiales y. los informes del gerente general;

Designar a la persona que reemplace al gerente general de la compañía en caso de su fallecimiento, renuncia, falta temporal o definitiva:

Aprobar anualmente el presupuesto de la compañía:

Dictar los reglamentos de la compañía:

Los demás que contemplan la ley y los estatutos y. las resoluciones de la Junta general de accionistas.

ARTICULO VEINTICUATRO.- RESOLUCIONES.- Las resoluciones del directorio serán tomadas por simple mayoría de votos; y. los votos en blanco y las abstenciones se sumaran a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTICINCO.- ACTAS.- De cada cesión de directorio se levantará la correspondiente acta la que será firmada por el presidente y el secretario, que actuaron en la reunión.

SECCIÓN TRES: DEL PRESIDENTE.

ARTICULO VEINTICINCO.- El presidente de la compañía será elegido por la Junta general de accionistas para un periodo de dos años. Puede ser reelegido Indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista. El presidente permanecerá en el cargo hasta ser legalmente reemplazado.

ARTÍCULO VEINTISIETE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL PRESIDENTE: Son atribuciones y deberes del presidente de la compañía:

Convocar y presidir las sesiones de Junta general y de directorio:

Legalizar con su firma los certificados provisionales y las acciones;

Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma, e Informar de estos particulares a la junta general de accionistas;

Velar por el cumplimiento del objeto social de la compañía y por la aplicación de las políticas de la entidad;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir copias del mismo debidamente certificadas;

Las demás que señale la Ley de Compañías, estos estatutos y reglamentos de la compañía, y, las resoluciones de la Junta general de accionistas.

SECCIÓN CUATRO: DEL GERENTE GENERAL.

ARTICULO VEINTIOCHO.-DEL GERENTE GENERAL.- El gerente general será elegido por la Junta general de accionistas para un período de dos años. Puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista. Ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado, del gerente general será el representante legal de la compañía.

ARTICULO VEINTINUEVE.-ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL.-

Son deberes y atribuciones del gerente general de la compañía:

Representar legalmente a la compañía, judicial y extrajudicialmente;

Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económico-financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía;

Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía;

Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el presidente, hasta por el monto para el que está autorizado:

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo:

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil:

Presentar anualmente informe de labores ante la Junta general de accionistas:

Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en los estatutos y en la ley,

Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones:

Cuidar que se lleven conforme a ley, los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de Junta general de accionistas:

l) Cumplir y hacer cumplirlas resoluciones de Junta general de accionistas;

Presentar a la junta general de accionistas el balance del estado de pérdidas y ganancias. Y la propuesta de distribución de beneficios, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establecen la ley estos estatutos y reglamentos de la compañía, así como las que señale la Junta general de accionistas.

CAPITULO QUINTO

DE LA FISCALIZACIÓN Y CONTROL

ARTÍCULO TREINTA-DEL COMISARIO.-La junta general de accionistas nombrará un comisario principal y un suplente, accionista o no, quienes durarán dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegidos indefinidamente.

ARTICULO TREINTA Y UNO. ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL COMISARIO.- Son atribuciones y deberes del comisario los que consten en la ley, en estos estatutos y sus

reglamentos y, los que determine la Junta general de accionistas. En general el comisario tiene derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

CAPITULO SEXTO

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTICULO TREINTA Y DOS.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.- La disolución y liquidación de la compañía se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías; especialmente, por lo establecido en la sección décimo primera de esta ley, así como en el reglamento, respecto de la disolución y liquidación de compañías y. por lo previsto en estos estatutos.

ARTICULO TREINTA Y TRES.- DISPOSICIÓN GENERAL.- En todo lo no previsto en estos estatutos, se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y su reglamento, así como a los reglamentos de la compañía y, a lo que resuelva la Junta general de accionistas.

ARTICULO TREINTA Y CUATRO.- AUDITORIA.- Sin perjuicio de la de fiscalización, la Junta general de accionistas podrá contratar la asesoría contable o auditoria de cualquier persona natural o Jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

ARTICULO TREINTA Y CINCO.- AUDITORIA EXTERNA.-En lo que se refiere a la auditoría externa se estará a lo que dispone la ley.