



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR**

**CARRERA: INGENIERÍA FINANCIERA**

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

**TIPO: Proyecto de Investigación**

**Previo a la obtención del título de:**

**INGENIERA EN FINANZAS**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO RECREACIONAL DE ECONOMÍA MIXTA EN LA PARROQUIA CEBADAS, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2017.”**

**AUTORA:**

**CHÁVEZ RUIZ ERIKA PAOLA**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2018**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido realizado por la señora: Erika Paola Chávez Ruiz; quién ha cumplido con las normas de investigación científicas y una vez analizado su contenido se autoriza su presentación.

.....  
Ing. Simón Rodrigo Moreno Álvarez

**DIRECTOR**

.....  
Ing. María Elena Espín Oleas

**MIEMBRO**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Erika Paola Chávez Ruiz, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 12 de abril de 2018.

.....

Erika Paola Chávez Ruiz

C.I 060418148-7

## DEDICATORIA

A ti padre amado, Roberto; mi primer amor, mi orgullo, mi ejemplo, mi motor, a quién le debo todo lo que soy, lo que sé y lo que tengo. Mi formador moral y espiritual, tu humildad, responsabilidad, solidaridad permanecerán en mi vida y corazón. Te amo, te admiro y te respeto mi fuente de vida.

A ti mamita Myriam, mi fuente de amor, para quién siempre seré la mejor, quién nunca dudo de mi capacidad, la que nunca me deja sola, el ser que me ha acompañado en los mejores momentos de mi vida, por ser la segunda mamá de mi hija.

A mi hija, Danna Paola; el amor de mi vida, llegaste no para cambiar mis planes sino para hacerlos mejores, mi inspiración quién siendo tan pequeña me enseñó a insistir, resistir, persistir y nunca desistir. A ti más que a nadie te dedico esto.

A mis hermanos, mi fuente de alegría, mi mejor regalo. Jéssica, más que mi hermana mi amiga, mi reina gracias por tu apoyo y sobre todo gracias por cuidar de mi hija porque al cuidar de ella cuidabas de mí. Ángel Roberto, por tu ejemplo de madurez, trabajo y valentía.

A mi esposo Mauro, mi compañero; gracias por la paciencia y la comprensión por levantarme el ánimo e impulsarme a seguir sin rendirme. Por el amor, el cariño y sobre todo por mi amada hija.

A mis ángeles, mis abuelitas; mi ejemplo de perseverancia y tenacidad, la una desde el cielo Lidita guíame y bendíceme, la otra desde la tierra mi Lolito, mi segunda madre; acompañándome siempre en todo.

A mis tíos, un ejemplo a seguir. María, Isabel, Noemí, Betty, Fernando, Sergio, Néstor y en especial a Carlos mi tutor personal como mi segundo padre.

A mis primos, en especial a Andreita, Sebastián, Pablo, Carlos Roberto, Daniel y Carlos Alejandro; mi fuente de energía. Les adoro mis chiquitos.

## AGRADECIMIENTO

A Dios, dueño de mi vida que con su infinita bendición me ha dotado de salud y capacidad a mí y mis seres amados permitiéndome culminar una etapa más en mi vida profesional.

A mis padres, por el sacrificio de educarme e inculcarme valores como el respeto, la responsabilidad y la humildad. Gracias por su sabiduría y amor.

A mi familia que siempre estuvieron pendientes de mí y mi hija. Gracias a todos quienes hicieron mucho por mí desde pequeña en especial Miguel, Pablo y Norma.

A los docentes de la Carrera de Ingeniería Financiera de la ESPOCH, quiénes durante el transcurso de mis estudios fueron pilar fundamental, gracias por su paciencia y enseñanzas.

Al Ingeniero Rodrigo Moreno Álvarez y a la Ingeniera María Elena Espín, por su valiosa dirección y asesoría en el presente trabajo.

A mis amigos y compañeros quiénes siempre me animaron y apoyaron a lo largo de la carrera.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, institución superior de gran prestigio que me abrió las puertas y me brindó vastos conocimientos preparándome para un futuro competitivo y prometedor.

A todos mil gracias y que Dios los bendiga.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Declaración de autenticidad .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Índice de contenido .....	vi
Índice de tablas.....	xi
Índice de figuras.....	xiii
Índice de anexos.....	xiv
Resumen.....	xv
Abstract .....	xvi
Introducción .....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.1.1 Formulación del Problema .....	4
1.1.2 Delimitación del Problema.....	4
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	5
1.3 OBJETIVOS .....	6
1.3.1 Objetivo General.....	6
1.3.2 Objetivos Específicos.....	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	7
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS .....	7
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	9
2.2.1 Empresa.....	9
2.2.2 Objetivos de las Empresas .....	9
2.2.3 Clasificación de las Empresas.....	10
2.2.4 Empresa de Economía Mixta .....	10
2.2.5 Proyecto .....	11
2.2.6 El ciclo de un proyecto.....	11
2.2.7 Importancia de un Proyecto .....	12
2.2.8 Proyecto de Factibilidad.....	12

2.2.9	Pasos de un Proyecto de Factibilidad.....	12
2.2.10	Estudio de Mercado .....	13
2.2.11	Objetivos del estudio de mercado .....	13
2.2.12	Demanda .....	14
2.2.13	Análisis de la Demanda.....	14
2.2.14	Oferta .....	16
2.2.15	Análisis de la Oferta.....	16
2.2.16	Marketing Mix .....	17
2.2.17	Comercialización .....	18
2.2.18	Estudio Técnico.....	20
2.2.19	Objetivos del Estudio Técnico .....	20
2.2.20	Determinación del tamaño óptimo del proyecto. ....	21
2.2.21	Localización del proyecto .....	22
2.2.22	Ingeniería del Proyecto .....	23
2.2.23	Estudio administrativo – legal .....	23
2.2.24	Estudio económico – financiero.....	25
2.2.25	Evaluación de Proyectos .....	26
2.2.26	Ciclo de evaluación de proyectos.....	26
2.2.27	Tipos de evaluación .....	27
2.2.28	Métodos de Evaluación Financiera .....	28
2.2.29	Turismo .....	29
2.2.30	Ley de Turismo .....	30
2.2.31	Complejo Turístico Recreacional.....	30
2.3	IDEA A DEFENDER .....	31
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....</b>		<b>32</b>
3.1	<b>MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>32</b>
3.1.1	Investigación de campo.....	32
3.1.2	Investigación documental-bibliográfica.....	32
3.2	<b>TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>32</b>
3.2.1	Investigación Descriptiva.....	32
3.3	<b>MÉTODOS .....</b>	<b>33</b>
3.3.1	Método Inductivo .....	33
3.3.2	Método Deductivo.....	33
3.4	<b>TÉCNICAS .....</b>	<b>33</b>

3.4.1	Encuesta: .....	33
3.5	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	33
3.5.1	Cálculo de la muestra .....	34
3.6	RESULTADOS.....	35
3.6.1	Análisis de encuestas .....	35
3.7	VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER .....	50
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO .....		52
4.1	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	52
4.2	ESTUDIO DE MERCADO .....	52
4.2.1	Reseña Histórica, Ubicación geográfica y principales características de la Parroquia Cebadas.....	52
4.2.2	Características del Servicio .....	60
4.2.3	Demanda .....	61
4.2.4	Demanda Histórica.....	61
4.2.5	Cálculo de la Demanda Actual.....	62
4.2.6	Demanda Proyectada.....	62
4.2.7	Oferta .....	64
4.2.8	Cuantificación de la Oferta .....	64
4.2.9	Oferta Histórica.....	64
4.2.10	Oferta Proyectada.....	65
4.2.11	Cálculo de la demanda insatisfecha. ....	66
4.2.12	Demanda a la que se pretende cubrir .....	66
4.2.13	Demanda Potencial .....	67
4.2.14	Marketing Mix .....	68
4.2.14.1	Producto o Servicio.....	68
4.2.14.2	Precio .....	68
4.2.14.3	Plaza o Distribución.....	69
4.2.14.4	Promoción.....	69
4.3	ESTUDIO TÉCNICO .....	70
4.3.1	Objetivo.....	70
4.3.2	Tamaño del proyecto.....	70
4.3.2.1	Factores determinantes del tamaño del proyecto. ....	70
4.3.3	Determinación del tamaño óptimo .....	72
4.3.3.1	Clientes proyectados por año .....	72



4.3.3.2	Consumo aparente de los servicios a ofertarse. ....	72
4.3.3.3	Definición de las capacidades instaladas. ....	73
4.3.4	Localización del Proyecto .....	76
4.3.4.1	Macro localización.....	76
4.3.4.2	Micro localización .....	76
4.3.5	Ingeniería del Proyecto .....	78
4.3.5.1	El proceso del servicio .....	78
4.4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	84
4.4.1	Base Legal.....	84
4.4.1.1	Constitución de la Empresa. ....	84
4.4.1.2	Leyes aplicables para la constitución de una empresa de economía mixta y legalización de complejos turísticos recreacionales en el Ecuador.....	84
4.4.1.3	Requisitos legales para constituir la empresa .....	86
4.4.1.4	Razón social, logotipo, slogan .....	90
4.4.1.5	Misión .....	90
4.4.1.6	Visión.....	90
4.4.1.7	Objetivos Estratégicos .....	91
4.4.1.8	Principios y Valores.....	91
4.4.1.9	Estrategia empresarial.....	91
4.4.2	La Organización.....	92
4.4.2.1	Estructura Organizacional .....	92
4.4.2.2	Organigrama Estructural.....	92
4.4.2.3	Responsabilidades.....	93
4.4.2.4	Perfiles Profesionales.....	94
4.4.2.5	Nómina .....	103
4.5	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....	104
4.5.1	Evaluación económica .....	104
4.5.1.1	Inversiones .....	104
4.5.1.2	Financiamiento de la Inversión.....	105
4.5.1.3	Gastos Generales Anuales .....	105
4.5.1.4	Proyección de ventas .....	106
4.5.1.5	Resumen de Proyección de ventas.....	107
4.5.1.6	Estado de Resultados .....	108
4.5.1.7	Estado de Fuentes y Usos de Fondos.....	113

4.5.1.8	Estado de Flujo de Efectivo .....	115
4.5.2	Evaluación Financiera.....	117
4.5.2.1	Valor Actual Neto (VAN) .....	117
4.5.2.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	118
4.5.2.3	Período de recuperación de la inversión.....	118
4.5.2.4	Relación Beneficio Costo (B/C) .....	119
4.5.2.5	Resumen Evaluación Financiera.....	121
4.6	IMPACTO ECONÓMICO – SOCIAL – AMBIENTAL DEL PROYECTO .....	122
4.6.1	Ámbito de Acción .....	122
4.6.2	Valoración de impactos ambientales.....	126
	CONCLUSIONES .....	130
	RECOMENDACIONES .....	131
	BIBLIOGRAFÍA .....	132
	ANEXOS .....	136

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1:	Población a encuestar .....	34
Tabla N° 2:	Cálculo Muestral .....	34
Tabla N° 3 :	Género .....	35
Tabla N° 4 :	Edad .....	36
Tabla N° 5 :	Región de procedencia .....	37
Tabla N° 6 :	Nivel de Formación Académica .....	38
Tabla N° 7 :	Ocupación.....	39
Tabla N° 8 :	Conoce usted la Parroquia Cebadas .....	40
Tabla N° 9 :	Medios de Información y Comunicación que prefiere .....	41
Tabla N° 10 :	Disposición de acudir al CTR.....	42
Tabla N° 11:	Precio por el ingreso al área de recreación.....	43
Tabla N° 12 :	Servicios adicionales .....	44
Tabla N° 13 :	Platos que se consumirían en el restaurante .....	45
Tabla N° 14 :	Bebida .....	46
Tabla N° 15 :	Precio del Hospedaje .....	47
Tabla N° 16 :	Acompañantes .....	48
Tabla N° 17 :	Frecuencia de asistencia al CTR.....	49
Tabla N° 18 :	Distribución de la población por grupos de edad, en la parroquia Cebadas.....	55
Tabla N° 19 :	Sectores económicos de la Parroquia Cebadas.....	56
Tabla N° 20 :	Demanda Histórica .....	61
Tabla N° 21 :	Cálculo de la demanda Actual .....	62
Tabla N° 22 :	Demanda Proyectada .....	63
Tabla N° 23 :	Oferta Histórica .....	64
Tabla N° 24 :	Oferta Proyectada .....	65
Tabla N° 25 :	Determinación de la Demanda Insatisfecha .....	66
Tabla N° 26 :	Determinación de la Demanda que se pretende cubrir .....	67
Tabla N° 27 :	Determinación de la Demanda Potencial .....	67
Tabla N° 28 :	Factores determinantes del tamaño del proyecto.....	70
Tabla N° 29 :	Clientes proyectados por año.....	72
Tabla N° 30 :	Clientes proyectados por áreas. ....	72

Tabla N° 31 :	Clientes proyectados área de restaurante .....	73
Tabla N° 32 :	Capacidad Instalada para Restaurante .....	74
Tabla N° 33 :	Clientes proyectados para área recreativa.....	74
Tabla N° 34 :	Clientes proyectados para área cabañas .....	75
Tabla N° 35 :	Determinación de microlocalización, método ponderado .....	77
Tabla N° 36:	Simbología de Flujoigramas de procesos CTR .....	78
Tabla N° 37:	Nómina .....	103
Tabla N° 38:	Inversiones del proyecto .....	104
Tabla N° 39:	Financiamiento de la inversión.....	105
Tabla N° 40:	Gastos Generales Anuales .....	105
Tabla N° 41:	Proyección de ventas Áreas recreativa y Hospedaje .....	106
Tabla N° 42:	Proyección de ventas Restaurante Menús 1,2 y 3 .....	106
Tabla N° 43:	Proyección de Ventas Restaurante Menús 4,5 y 6 .....	107
Tabla N° 44:	Proyección de Ventas Restaurante Menú 7 y Bebidas .....	107
Tabla N° 45:	Proyección de ventas totales.....	107
Tabla N° 46:	Estado de Resultados AÑO 1 .....	108
Tabla N° 47:	Estado de Resultados AÑO 2 .....	109
Tabla N° 48:	Estado de Resultados AÑO 3 .....	110
Tabla N° 49:	Estado de Resultados AÑO 4 .....	111
Tabla N° 50:	Estado de Resultados AÑO 5 .....	112
Tabla N° 51:	Estado de fuentes y usos de fondos .....	113
Tabla N° 52:	Estado de Flujo de Efectivo.....	116
Tabla N° 53:	Cálculo del Valor Actual Neto (VAN).....	117
Tabla N° 54:	Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	118
Tabla N° 55:	Datos para el cálculo del PRI .....	118
Tabla N° 56:	Cálculo del PRI.....	119
Tabla N° 57:	Datos para calcular la Relación Beneficio Costo .....	120
Tabla N° 58:	Cálculo Relación Beneficio Costo.....	120
Tabla N° 59:	Resumen Evaluación Financiera del Proyecto .....	121
Tabla N° 60:	Matriz de Leopold .....	127

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 :	Clasificación de las empresas .....	10
Figura N° 2 :	Ciclo de un proyecto.....	12
Figura N° 3:	Estructura del Estudio del mercado .....	14
Figura N° 4 :	Canales de distribución.....	19
Figura N° 5 :	Consideraciones Generales respecto al escogimiento del canal de comercialización.....	19
Figura N° 6 :	Partes de un estudio técnico .....	20
Figura N° 7:	Tipos de Localización.....	22
Figura N° 8 :	Estructura del estudio económico financiero .....	26
Figura N° 9 :	Edad .....	36
Figura N° 10 :	Región de procedencia .....	37
Figura N° 11 :	Nivel de Formación Académica .....	38
Figura N° 12:	Ocupación.....	39
Figura N° 13 :	Conoce la Parroquia Cebadas .....	40
Figura N° 14:	Medios de Información y Comunicación que prefiere .....	41
Figura N° 15 :	Disposición de acudir al CTR.....	42
Figura N° 16 :	Precio por el ingreso al área de recreación.....	43
Figura N° 17 :	Servicios Adicionales .....	44
Figura N° 18 :	Platos que se consumirían en el restaurante .....	45
Figura N° 19 :	Bebida .....	46
Figura N° 20 :	Precio del Hospedaje .....	47
Figura N° 21 :	Acompañantes .....	48
Figura N° 22:	Frecuencia de asistencia al CTR.....	49
Figura N° 23 :	Actividades Económicas productivas y relación con la PEA-Cebadas .....	57
Figura N° 24 :	Demanda Proyectada .....	63
Figura N° 25 :	Oferta Proyectada .....	65
Figura N° 26 :	Mapa del Ecuador – Provincia de Chimborazo .....	76
Figura N° 27 :	Microlocalización del Complejo Turístico Recreacional “Tatki man Oriente Ecuatoriano” .....	77
Figura N° 28 :	Flugograma compra de boletos de ingreso .....	79

Figura N° 29 :	Flujograma Ingreso al área recreativa .....	80
Figura N° 30 :	Servicios de Alimentación Flujograma .....	81
Figura N° 31 :	Flujograma servicios de Alojamiento.....	82
Figura N° 32:	Organigrama Propuesto CTR .....	92

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 :	Encuesta aplicada a los Turistas de la Provincia de Chimborazo ....	136
Anexo N° 2 :	Requerimiento de Materia Prima (Platos Típicos – Bebida).....	139
Anexo N° 3 :	Requerimiento Activos Fijos .....	143
Anexo N° 4 :	Gastos Generales Anuales .....	149
Anexo N° 5 :	Requerimiento de Insumos .....	150
Anexo N° 6 :	Precios de los servicios.....	152
Anexo N° 7 :	Logotipo de la Empresa .....	153
Anexo N° 8:	Croquis de la Planta Turística.....	153

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo realizar un “Proyecto de factibilidad para la creación de un Complejo Turístico Recreacional de Economía Mixta en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, Provincia de Chimborazo, año 2017” con el fin de coadyuvar al desarrollo económico de la parroquia, logrando la potenciación turística del sector, la provincia y el país así como mejorar la calidad de vida de los pobladores de Cebadas mediante la creación de fuentes de empleo, la dinamización de la economía, a la vez brindar a los turistas de la provincia un lugar de esparcimiento y relax en contacto con la naturaleza, en un ambiente natural ecológico. Proponiendo la implementación de una infraestructura turística atractiva diferente ya que la existente en la parroquia es insuficiente y no cumple las expectativas de los consumidores potenciales. Se ha realizado investigación de campo y bibliográfica, se han aplicado encuestas como instrumento de recopilación de información a los turistas de la Provincia de Chimborazo. Previo un estudio de mercado se ha determinado la demanda insatisfecha, demanda objetiva y capacidad de oferta de la empresa. Se ha evaluado técnica, económica y financieramente el proyecto para conocer cuan aceptable y factible resulta; con la aplicación de indicadores financieros como; VAN \$252.108,65; TIR de 30,02%, Beneficio Costo de \$1,56; período de recuperación de la inversión de dos años con 8 meses. Una vez evaluada la factibilidad del presente proyecto se puede concluir que es viable ejecutarlo y se recomienda ponerlo en marcha cumpliendo con todos los parámetros que para el efecto se requiere.

**Palabras Claves:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>  
<ESTUDIO DE FACTIBILIDAD> <CREACIÓN DE EMPRESAS> <EMPRESA DE ECONOMÍA MIXTA> <EVALUACIÓN FINANCIERA> <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)> <VALOR ACTUAL NETO (VAN)> <CEBADAS (PARROQUIA)>

.....  
Ing. Simón Rodrigo Moreno Álvarez  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

## ABSTRACT

This work is a feasibility project to create a resort of mixed economy in Cebadas parish, Guamote canton, Chimborazo province during 2017 to help its economic development, to strengthen tourism of the parish, the province and Ecuador, to improve inhabitants' living conditions with new sources of employment and economy boost, and to offer visitors a place to have fun and relax surrounded by nature in an ecological environment. This research poses to implement an appealing and unique tourist infrastructure because the current one is deficient and does not meet the potential consumers' expectations. A field and literature review research was done, and surveys were administered to the visitors of the province of Chimborazo to gather information. Prior to a market study, the unsatisfied demand, demand, and supply capacity were determined. The project has been evaluated technically, economically, and financially to know its acceptance and feasibility using the following indicators: net present value (NPV) of \$252,108.65, internal rate of return (IRR) of 30,02%, benefit/cost of \$1,56, and payback period of two years with eight months. Having evaluated its feasibility, it is concluded it is feasible. It is recommended to carry it out complying with all the required parameters.

**Key words:** <ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>  
<FEASIBILITY STUDY> <ENTERPRISE CREATION> <MIXED ECONOMY  
ENTERPRISE> <FINANCIAL EVALUATION> <INTERNAL RATE OF RETURN  
(IRR)> <NET PRESENT VALUE (NPV) > <CEBADAS (PARISH) >



## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como objetivo principal la creación de un Complejo Turístico Recreacional en la Parroquia Cebadas, mismo que brinde servicios de alimentación, hospedaje y recreación; buscando con su ejecución el desarrollo económico, social y cultural, así como la potenciación turística de la parroquia, provincia y país; ya que según el Ministerio de Turismo en el año 2016 esta actividad representó la tercera fuente de ingresos no petroleros detrás del banano y camarón, contribuyendo de manera directa con el 2,1% del PIB Nacional.

El Capítulo IV referente al Marco Propositivo contiene el Estudio de Mercado mismo que comprende el análisis de oferta y demanda, la determinación de demanda insatisfecha, demanda objetiva y el análisis de precios, fijados por los costos de producción con su respectivo porcentaje de utilidad para los servicios de alimentación así como definidos por los clientes potenciales para los servicios de recreación y hospedaje.

El Estudio Técnico, analiza los factores que determinan el tamaño, su optimización y las capacidades productivas de acuerdo a la infraestructura. Se realiza una descripción de los procesos representados mediante un flujograma con tiempos y responsables de cada actividad descrita.

El Estudio Administrativo y Legal; contiene información sobre la empresa y su organización, además de la normativa legal que ampara su creación, filosofía de la empresa, estrategias, y la estructura organizacional con las respectivas responsabilidades y perfiles de cada cargo.

La Evaluación Económica y Financiera refleja los presupuestos de inversión, operación, ingresos, egresos. Estados financieros proyectados. La evaluación financiera analiza Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (B/C), Período de Recuperación de la Inversión (PRI).

En el Análisis del Impacto Económico, Social Ambiental se examinan los posibles impactos que tendría la ejecución del proyecto tanto en el ámbito económico de la parroquia así como en el asunto social y para el ambiente para en lo posterior proponer medidas de mitigación a estos impactos.

Por último, se exponen las conclusiones y recomendaciones del estudio y la bibliografía y anexos en los que se incluye la encuesta aplicada, los requerimientos en activos fijos, gastos y la infraestructura propuesta para el Complejo Turístico Recreacional.

# CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo ha llegado a constituirse en una de las principales industrias generadoras de divisas a nivel mundial durante las últimas décadas, la (Organización Mundial de Turismo, 2017) afirma que los ingresos por turismo a nivel mundial han crecido de 2.000 millones de dólares americanos en 1950 a 1.220.000 millones en 2016. Considerándose así uno de los sectores económicos más importantes en el mundo. La industria turística guarda una estrecha relación con el desarrollo económico. Sin embargo, presenta un cúmulo de problemas que debilitan este sector y lo hacen deficiente entre estos se puede citar; la falta de aprovechamiento del potencial natural para uso recreativo y turístico, existencia de áreas marginadas, falta de formación en tema turismo, mala coordinación entre el sector público y privado, deficiente gobernanza del sector turismo.

En el Ecuador, el turismo desde el año 2001 es el sector económico que ocupa el cuarto puesto en lo referente a generación de divisas según el Ministerio de Turismo, pero a pesar de ser un país con una extensa, excepcional e incomparable riqueza natural y cultural presenta ineficiencias entre las cuales se pueden nombrar; la informalidad en la prestación del servicio, inseguridad, delincuencia, deficiente infraestructura, uso incorrecto de espacios turísticos existentes, falta de concientización en cuanto al cuidado de atractivos turísticos naturales, entre otros.

(GADPR Cebadas, 2015) describe a la parroquia Cebadas como un pueblo prehistórico llamado Pasaje al Oriente Ecuatoriano; zona que cuenta con potencialidades turísticas naturales y culturales relevantes, además de patrimonio tangible e intangible mismos que son desaprovechados por los habitantes de la localidad.

En la actualidad, en la parroquia Cebadas se observa el incremento de turistas, esto debido a la infraestructura vial existente misma que ofrece a quienes transitan una serie de atractivos naturales a sus alrededores, constituyéndose en una ruta de integración regional entre la Costa, Sierra y Oriente.

Sin embargo, en la jurisdicción mencionada de estudio la deficiencia en infraestructura turística y recreacional además de la informalidad en la prestación de servicios turísticos hace que la oferta frente a la demanda sea insuficiente, existiendo contados restaurantes y lugares dedicados a la cría de truchas en lugares dispersos, cuya actividad comercial es inadecuada desabasteciendo así a la demanda local, provincial y nacional

Cabe mencionar que debido a las deficientes instalaciones turísticas recreacionales en la parroquia los niños, jóvenes y adultos no cuentan con un lugar de esparcimiento que los aleje de todos aquellos factores que puedan alterar su calidad de vida desencadenando en varios problemas de índole social entre los cuales se puede mencionar el alcoholismo, drogadicción, delincuencia y maternidad infantil.

Por lo tanto, la parroquia en cuanto a turismo, no cumple con los parámetros y características apropiadas, mismas que van implícitas con el producto ofertado ya que no es suficiente solo con buen servicio ahora es fundamental trascender en el cliente abasteciéndole además de los servicios básicos, valores agregados y servicios extraordinarios que ofrezcan una experiencia diferente cumpliendo con las expectativas del cliente.

Además, las escasas fuentes de empleo y el insuficiente apoyo a emprendimientos en este sector tienen como consecuencia la migración de los habitantes de la parroquia hacia las grandes ciudades con el objetivo de buscar mejores oportunidades para sus familias, enraizando más la pobreza en la localidad, así también se puede indicar que para recrearse los habitantes del sector buscan lugares de esparcimiento en otros cantones y provincias haciendo así que las divisas salgan de la parroquia.

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿De qué manera la creación de un Complejo turístico recreacional beneficia a la parroquia Cebadas del cantón Guamote, provincia de Chimborazo?

### **1.1.2 Delimitación del Problema**

El presente proyecto para la creación de un Complejo Turístico Recreacional, se ejecutará en la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

## 1.2 JUSTIFICACIÓN

Mediante la creación de un Complejo Turístico Recreacional, Cebadas obtendría múltiples beneficios, entre estos la integración de la parroquia y las comunidades que se beneficiarán del proyecto, mismo que coadyuvará al desarrollo económico, social y cultural de la localidad, mediante la creación de fuentes de empleo, generación de divisas y por ende el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del sector, siempre y cuando se maneje el proyecto de manera sustentable y participativa con la comunidad y todos los actores que contribuyen al desarrollo local, entre ellos, entidades desconcentradas, descentralizadas, instituciones públicas y privadas, y la sociedad civil, con lo cual se potenciará el desarrollo del turismo en forma equilibrada, sostenible y responsable.

Construir un complejo turístico y recreacional en medio de un entorno natural permite que los visitantes tengan nuevas alternativas de recreación, encontrando un momento de descanso y evitando tensiones sean estas laborales, familiares, económicas, entre otras; propiciando así la práctica de deporte que no solo mejorará el bienestar físico sino aportaría innumerables beneficios psicológicos en los clientes de la empresa, pues al tener en la parroquia un lugar de esparcimiento los niños y jóvenes contarían con un espacio en el cual distraerse física y psicológicamente evitando así deteriorar su calidad de vida que desencadenen en problemas futuros.

Además, el proyecto permitirá fortalecer e impulsar el potencial turístico local y nacional, en concordancia con los programas, proyectos y estrategias contempladas en el Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Chimborazo y los Objetivos del Plan Nacional del Buen vivir.

El interés personal y profesional para incursionar en esta investigación, permite a la autora contribuir con el contingente profesional por el lapso que dure el desarrollo de la presente investigación, visualizando la realidad de los pueblos y proponiendo alternativas de solución factibles; con lo cual se contribuirá a mejorar su calidad de vida, aplicando las diversas teorías, técnicas, métodos y procesos que demanda la realización del trabajo investigativo en los diferentes ámbitos del conocimiento humano.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo General**

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un Complejo Turístico Recreacional de economía mixta en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado que permita conocer la demanda insatisfecha del servicio que se pretende ofertar.
- Analizar la viabilidad legal y administrativa para la creación del Complejo Turístico Recreacional.
- Realizar un análisis económico financiero del proyecto de factibilidad.
- Evaluar los impactos ambientales del proyecto.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

En la Parroquia Cebadas y en el Cantón Guamote, no se registran antecedentes de haberse realizado proyectos de factibilidad para la creación de un Complejo Turístico Recreacional.

Para la presente investigación se ha revisado información de investigaciones realizadas en varios lugares del país, misma que se ha encontrado en diferentes repositorios digitales de Centros de Educación Superior, lo que servirá como guía para el desarrollo de la investigación.

El trabajo de tesis realizado por (Mallea M. , 2015), “Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro Turístico Bella Luz, Cantón Quevedo, año 2015”; se realizó ya que la autora del mismo justificó el hecho de que el cantón Quevedo es un lugar rodeado de naturaleza por lo que creyó en la idea de crear un centro turístico que permita brindarle a los habitantes un lugar de esparcimiento y diversión familiar.

De la misma manera, (Mallea M. , 2015) afirma lo siguiente: La encuesta realizada a los habitantes nos demostró que el centro turístico tendrá acogida favorable ya que permitirá el crecimiento y desarrollo de los habitantes y de la ciudad y lugares aledaños”

En este proyecto la autora realizó también un estudio de los factores determinantes para medir la viabilidad del mismo, estableciendo un lugar óptimo por su accesibilidad y características peculiares del sector.

Dentro del tema administrativo (Mallea M. , 2015) estableció; misión, visión, personal y funciones para garantizar el funcionamiento del proyecto. Por último, los indicadores de evaluación financiera; VAN, TIR, C/B, PE, determinaron la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

(Revelo, 2015) en su tesis de grado “Proyecto de factibilidad para crear el Centro turístico recreacional campestre y el desarrollo turístico en la localidad de Cachaco, perteneciente a la Provincia de Imbabura”, afirma que para desarrollar este proyecto se parte del problema existente en la comunidad, buscando apoyo teórico que permita definir con precisión las bondades de Cachaco, complementándolo con la investigación de mercado que establezcan necesidades y preferencias de los clientes futuros y adicionalmente determinar el mercado objetivo.

(Revelo, 2015); además divide su trabajo por Capítulos; así el Capítulo I, corresponde al problema de la investigación que se concibe desde una explicación: de qué manera afecta la falta de centros recreativos en la comunidad de Cachaco y como alternativa la presencia de un centro turístico recreacional campestre. En el capítulo II, se construye la problemática teórica y las estrategias con las que se abordará la investigación. En el Capítulo III, la metodología explica la forma en que la autora desarrolló y ejecutó los métodos y técnicas aplicados, el capítulo IV y último del trabajo investigativo permitieron a la autora llegar a las conclusiones y establecer recomendaciones acerca de la investigación que realizó.

(Asmal & Plasencia, 2010) en su trabajo “Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de recreación y descanso en el cantón Morona provincia de Morona Santiago, período 2010-2015”, afirman; Se pudo determinar la viabilidad que tiene este proyecto; para ello, se dividió el estudio de la siguiente manera:

Se establecieron las principales características y ventajas turísticas del Cantón Morona y de la zona donde se va a ubicar el centro; se realizó una investigación de mercado para poder establecer las necesidades de los futuros clientes.

De la misma manera, las autoras dicen que posterior a realizar una investigación de mercado, procedieron a ejecutar un estudio técnico, mismo que permite determinar aspectos generales de la empresa, distribuciones y descripciones de las áreas de trabajo, presupuestos y servicios a ofertarse.

Así también (Asmal & Plasencia, 2010), manifiestan la realización de la estructura organizacional, jurídica y legal del proyecto que permita al mismo ponerse en marcha.



Finalmente, con el análisis de la viabilidad financiera las autoras pudieron establecer los parámetros de rentabilidad del proyecto.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1 Empresa**

(Munch, 2007, pág. 144); afirma, La empresa es la unidad socio económica en la cual a través de capital. Trabajo y la coordinación de recursos se producen bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Mientras que el autor del libro Administración de pequeñas empresas (Nuño, 2012, pág. 11) dice; Empresa es unidad económico-social que tiene como finalidad la obtención de un beneficio o utilidad, tanto para el empresario y su organización como para la sociedad en la que está inmersa, donde se coordinan el capital, recursos naturales, el trabajo y la dirección para satisfacer las necesidades del mercado.

Por lo tanto, se puede afirmar que; empresa es una institución o entidad encargada de producir bienes y brindar servicios que beneficien a la sociedad a cambio de obtener una rentabilidad.

### **2.2.2 Objetivos de las Empresas**

(Baena E. , 2010) afirma que entre los objetivos que persiguen las empresas están:

- Obtener los máximos beneficios posibles.
- Estabilidad y adaptación al entorno. Si la empresa quiere crecer o simplemente sobrevivir en el mercado en el que opera, debe estar preparada para afrontar los cambios que puedan producirse en el marco donde desarrolla su actividad.
- Crecimiento. Las empresas buscan la fidelidad de sus clientes en los mercados en los que ya opera antes de expandirse a otras zonas geográficas o a otros ámbitos de negocio. No obstante, el crecimiento es la tendencia natural de cualquier empresa.
- Responsabilidad Social y ética hacia los colectivos con lo que se relacionan directamente (propietarios, trabajadores, clientes, proveedores, sector público,

sindicatos, etc.), hacia la sociedad y hacia el medio ambiente en el que se desarrollan su actividad.

### 2.2.3 Clasificación de las Empresas

Figura N° 1 : Clasificación de las empresas



**Fuente:** (Munch, 2007, pág. 151)

**Elaborado por:** Chávez, E (2017)

### 2.2.4 Empresa de Economía Mixta

A este tipo de empresa (Ruiz, 2009) da las siguientes características;

1. A esta compañía son aplicables las disposiciones relativas a la compañía anónima. Es decir, siempre y cuando no fueren contrarias a las específicas para estas por la Ley de Compañías.
2. El Directorio de las compañías de economía mixta debe estar conformado necesariamente por accionistas del sector público como del privado. Entendiéndose entonces que las decisiones son tomadas por ambos sectores.
3. En caso de que la aportación del sector público exceda del cincuenta por ciento del capital de la compañía el presidente del directorio será de este sector. Es decir que para nombrar el presidente del directorio de la compañía se toma en cuenta la aportación del sector público.

4. Están sujetas a total control de la Superintendencia de compañías., es decir están bajo el control y responsabilidad total de este organismo de control.
5. El capital mínimo es de ochocientos dólares. Monto que puede ser actualizado por la Superintendencia de Compañías teniendo en cuenta la realidad social y económica del país y previa autorización del Presidente de la República.

Por lo tanto, se considera que una empresa de economía mixta es una entidad constituida por el sector público y privado en la cual se aúnan los intereses de las dos partes, mismas que intervienen en las decisiones y aporte de capital para su constitución.

### **2.2.5 Proyecto**

(Baca, 2010, pág. 2) afirma que; un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

Por lo tanto, se considera que; un proyecto es un conjunto de procedimientos que con su realización permiten a su ejecutor conocer la posibilidad o no de realizar el mismo.

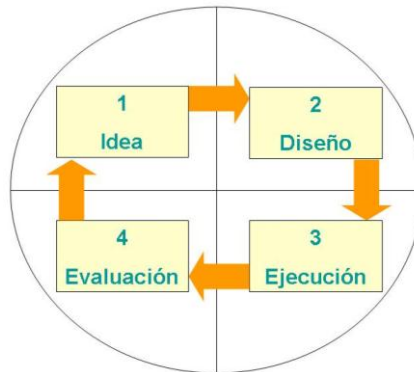
### **2.2.6 El ciclo de un proyecto**

Según (Lara, 2012, pág. 13) un proyecto de inversión está compuesto por tres pasos;

- La preparación o pre inversión está compuesta por: la idea, el perfil, el estudio de pre factibilidad y la factibilidad.
- La inversión es la fase que se compone de la implementación del proyecto.
- La operación es la fase de administración, gerenciamiento y evaluación de las acciones del proyecto.

Se ha mencionado que los proyectos son realizados para la satisfacción de necesidades y solucionar problemas, mismos que a su vez mejoran la calidad de vida de un grupo de personas.

Figura N° 2 : Ciclo de un proyecto



Fuente: <https://es.slideshare.net/sandyvicga/gestion-de-proyectos-sociales>

### 2.2.7 Importancia de un Proyecto

Un proyecto constituye la base que justifica una inversión que permita cubrir una necesidad humana. Esta base debe estar bien estructurada y evaluada para que indique la pauta a seguir. (Baca, 2001, pág. 2)

### 2.2.8 Proyecto de Factibilidad

De acuerdo a (Hurtado, 2008, pág. 114) un proyecto de factibilidad propone soluciones a una situación determinada a partir de un proceso de indagación. Implica explorar, describir, explicar y proponer alternativas de cambio, más no necesariamente ejecutar la propuesta.

(Cohen & Franco, 2015) afirman; Un proyecto de factibilidad es la elaboración de una propuesta viable, destinada a atender necesidades específicas a partir de un diagnóstico.

Por tanto, se puede manifestar que un proyecto de factibilidad es un conjunto de pasos que se deben seguir para conocer la posibilidad de creación de un negocio.

### 2.2.9 Pasos de un Proyecto de Factibilidad

Un proyecto se conforma por algunos pasos o estudios fundamentales tal como se cita en el libro Evaluación de Proyectos de (Baca, 2001, págs. 7-10)

- a) Estudio de Mercado
- b) Estudio Técnico
- c) Estudio Económico-Financiero
- d) Evaluación Financiera

### **2.2.10 Estudio de Mercado**

(Lesur & Serraf, 2008) manifiestan; Estudios documentales y encuestas cuantitativas y cualitativas, que abarcan todas aquellas preguntas que se plantea una empresa para conocer los mercados en los cuales interviene o a los que pretende acceder.

(Córdoba, 2010, pág. 54) acerca de Estudio de Mercado afirma lo siguiente:

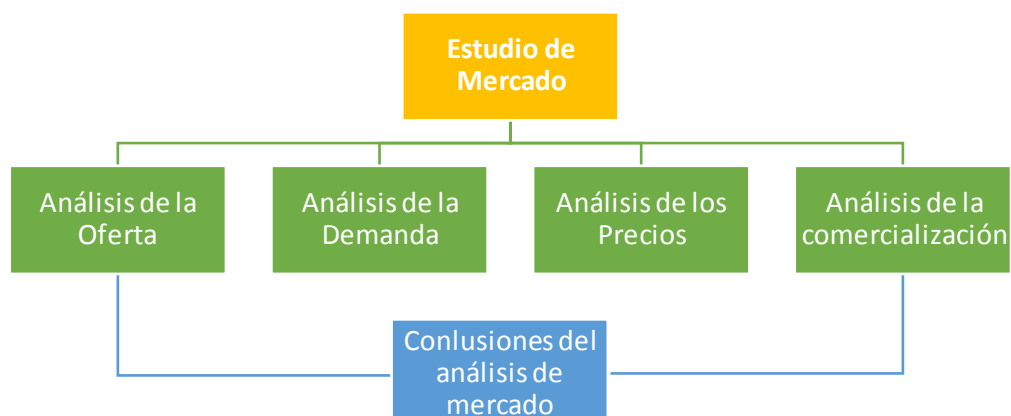
- Es el punto de partido de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas
- Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad”

### **2.2.11 Objetivos del estudio de mercado**

Según (Baca, 2010, pág. 12) los objetivos del Estudio de Mercado son los siguientes:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado.

**Figura N° 3: Estructura del Estudio del mercado**



**Fuente:** (Baca, 2010, pág. 13)

**Elaborado por:** Chávez, E (2017)

### **2.2.12 Demanda**

(Lesur & Serraf, 2008) ; manifiestan lo siguiente:

Cantidad de un producto o servicio que puede absorber un mercado en un tiempo dado bajo condiciones de precio, ingresos, actividad promocional, y factores ambientales específicos.

(Córdoba, 2010, pág. 62). por su parte afirma que; La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores, en un momento determinado.

Analizando estos conceptos se puede concluir que demanda es el total de bienes o servicios adquiridos en cierto momento y a cierto precio.

### **2.2.13 Análisis de la Demanda**

(Baca, 2010, pág. 15) manifiesta que el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la

posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado, a la que se hace referencia en otras partes (básicamente investigación estadística e investigación de campo).

La demanda debe ser estudiada en su desarrollo temporal, esto significa que para realizar un proyecto se debe tomar en cuenta tres tipos de demanda.

- Demanda pasada o histórica.
- Demanda presente
- Demanda proyectada o futura

Demanda pasada.- (Lara, 2012) afirma que; Es el análisis a través de fuentes secundarias de información: folletos, libros, revistas, internet, investigaciones realizadas y otras fuentes del proceso histórico respecto al tipo de bien o servicio que el proyecto está diseñado. Esto implica investigar todas las fuentes de información como las siguientes:

- Cantidades vendidas a través de los años.
- Determinar si el proceso histórico de la demanda de bienes o servicios es a favor de lo producido por industrias o servicios nacionales, extranjeros o combinados.
- El origen de la fuente de información.
- Los datos conseguidos deben ser expuestos en forma de gráficos.

Este tipo de demanda es de gran importancia en el momento de elaborar el proyecto, ya que indica la tendencia que tiene el mercado respecto al producto a desarrollarse y como consecuencia nos indica si debemos o no continuar con el Estudio de Factibilidad.

Demanda presente. - Es el tipo de demanda que se realiza en el momento actual y se lo hace a través del proceso de Investigación de Mercado. Muchas veces se confunden el estudio de mercado con la investigación.

Demanda proyectada o futura. - Representa proyectar mediante diversos métodos, las series históricas obtenidas a través de investigaciones contempladas en la demanda histórica. Significa que la serie histórica de datos debe ser llevada al futuro de acuerdo a la tendencia que estos presentes, sirven para determinar de manera aproximada como se expandirá o contraerá la demanda.

#### **2.2.14 Oferta**

(Keat & Young, 2004, pág. 83) manifiestan sobre oferta; Cantidades de un bien o servicio que la gente está dispuesta a vender a diferentes precios, cuando otros factores distintos del precio se mantienen constantes.

De acuerdo a (Córdoba, 2010, pág. 72) manifiesta la oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un período de tiempo dado si todo lo demás permanece constante.

Analizando estas definiciones la autora por su parte considera que oferta es el conjunto de bienes o servicios que se ofrecen en el mercado a un precio concreto.

#### **2.2.15 Análisis de la Oferta**

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

Según (Baca, 2010, pág. 41) aquí también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta.

Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productos



- Planes de expansión
- Inversión fija y número de trabajadores

Este análisis es igual al que se realiza para la demanda, para (Baca, 2010, pág. 41) este análisis debe ser temporal, esto significa que hay que analizar su evaluación en el tiempo y se divide en:

- Oferta pasada o histórica
- Oferta presente
- Oferta proyectada o futura

Oferta pasada; se realiza a través de datos secundarios investigados en fuentes confiables que permiten determinar el desarrollo y evolución del mercado oferente, principalmente del competidor, pero sin descuidar otros elementos.

Oferta presente. - se realiza a través de la investigación de mercados, respondiendo cuestiones acerca de Proveedor, distribuidor y competidor.

Oferta futura. - se realizará una proyección de la serie histórica o pasada, tal y como se lo hizo con la demanda y deberá incluir una conclusión como resultado de la proyección.

### **2.2.16 Marketing Mix**

La mezcla de marketing o marketing mix, incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto, aunque hay muchísimas posibilidades estas pueden reunirse en 4 variables conocidas como las 4p; este análisis implica conocer sobre; El producto, el precio, la promoción, la plaza.

- El Producto: (Alcaraz, 2015, pág. 113); afirma que un producto es un bien manufacturado con características físicas que son manipuladas para aumentar el atractivo del producto ante el cliente, quien lo adquiere para satisfacer una necesidad.

- El precio: (Baca, 2010, pág. 44); define al precio como cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.
- La plaza: (Alcaraz, 2015, pág. 111) se refiere a la ubicación de los oferentes y esta puede ser establecida de acuerdo a la matriz de análisis de la competencia. Nos sirve para determinar el valor estratégico de mercado de cada uno o de los más importantes competidores que tendrá el proyecto, así como de sus fortalezas y debilidades de localización y otros aspectos estratégicos.
- La promoción: (Alcaraz, 2015, pág. 113) se refiere al tipo de publicidad y promoción, que se incluirá en el proyecto. Es vital incluir un determinado valor de gasto de publicidad o promoción y examinar su viabilidad, pues esto va a afectar a los flujos de efectivo en cada año de vida del proyecto.

### **2.2.17 Comercialización**

(Baca, 2010, pág. 48) afirma que comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

Analizando la definición anterior se puede decir que comercialización es el hecho mediante el cual los oferentes de un producto o servicio ponen a disposición los mismos para que los demandantes lo adquieran en determinado lugar y precio.

La comercialización según (Baca, 2010, pág. 48) no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra.

De la misma manera (Baca, 2010, pág. 49), afirma que canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria.

## Tipos de canales

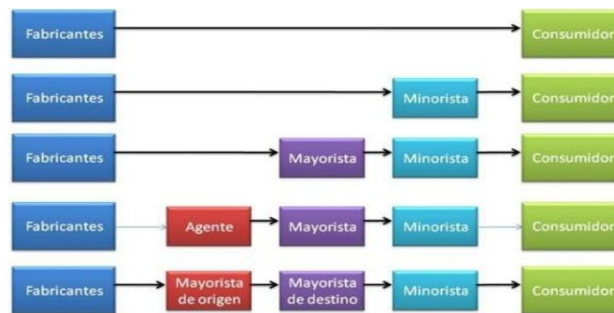
PRODUCTOR → CONSUMIDOR

PRODUCTOR → MINORISTA → CONSUMIDOR

PRODUCTOR → MAYORISTA → MINORISTA → CONSUMIDOR

PRODUCTOR → MAYORISTA → MINORISTA → DETALLISTA → CONSUMIDOR

**Figura N° 4 : Canales de distribución**



Fuente: <https://wowwwmarketing.wordpress.com/2009/01/23/relaciones-en-los-canales-de-distribucion>

Para escoger un adecuado canal de comercialización se debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones.

**Figura N° 5 : Consideraciones Generales respecto al escogimiento del canal de comercialización**



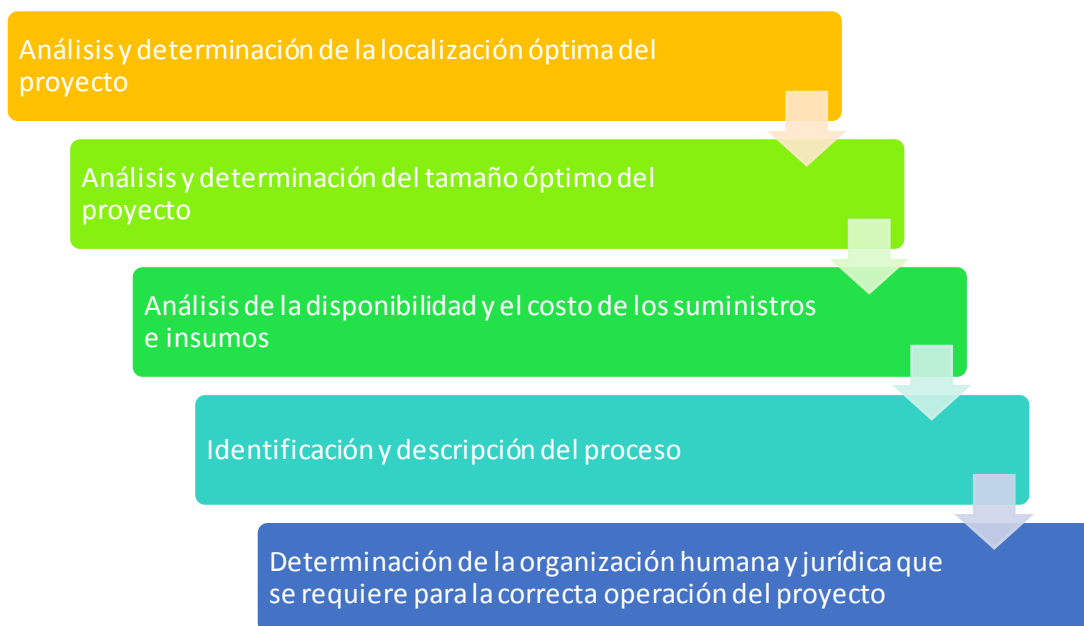
Fuente: (Caiza, 2016, págs. 18,19)

### 2.2.18 Estudio Técnico

(Caiza, 2016, pág. 19) acerca de estudio técnico manifiesta; Esta etapa comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos, en este caso equipos, maquinaria, terreno, edificaciones, que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio, también en ella se incluye la definición de materia prima y los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha el funcionamiento de la factoría.

Por tanto, se considera que el estudio técnico es el proceso por el cual se podrá analizar la dimensión técnica del proyecto definiendo; tamaño, localización, procesos, maquinaria, equipo, áreas de la empresa, distribución física y demás.

**Figura N° 6 : Partes de un estudio técnico**



**Fuente:** (Baca, 2010, pág. 74)

**Elaborado por:** Chávez, E (2017)

### 2.2.19 Objetivos del Estudio Técnico

Según (Baca, 2010, pág. 74) los objetivos del análisis técnico operativo de un proyecto son los siguientes:

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la producción.

En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

### **2.2.20 Determinación del tamaño óptimo del proyecto.**

En cuanto a la determinación del tamaño óptimo de un proyecto en su libro el autor (Baca, 2010, pág. 75) afirma que Tamaño óptimo de un proyecto se refiere a su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

Según (Caiza, 2016, pág. 20) para poder establecer el tamaño de la Planta de un Proyecto de Producción Industrial hay que tomar en cuenta consideraciones como:

- Cantidad demandada por período
- Proceso de producción
- Período de producción
- Costos de producción
- Precio

#### **Capacidad**

La autora (Caiza, 2016, pág. 21) afirma que la capacidad del proyecto es el nivel de producción tope o máximo al que este puede llegar o producir.

- Capacidad diseñada: es la capacidad para la que fue elaborado el proyecto, que un proyecto llegue o no a emplear la capacidad para lo que fue diseñada depende de varias circunstancias como la disponibilidad de materia prima, mano de obra necesaria, etc.

- Capacidad instalada: es la capacidad del diseño del proyecto que en forma efectiva fue implementado.
- Capacidad real: es la capacidad con que se encuentra operando en realidad el proyecto.

### 2.2.21 Localización del proyecto

Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social). (Baca, 2001, pág. 98)

Por consiguiente, se determina que la localización del proyecto comprende el espacio físico en el cual el proyecto se llevará a cabo cuyo objetivo es encontrar el lugar que traiga mayor ventaja para las operaciones a menores costos y mayor utilidad.

Tipos de localización:

- MACROLOCALIZACIÓN: (Córdoba, 2010, pág. 119) es la localización de tipo general y es a nivel: nacional, regional o provincial. Esto se lo hace considerando la conveniencia del proyecto tomando en cuenta factores como: conocimiento de la zona, tipo de clima, transporte, servicios básicos, entre otros.
- MICROLOCALIZACIÓN: (Córdoba, 2010, pág. 121) es la localización mucho más específica y puntual, una vez que ya se ha realizado la macro localización, se puede identificar factores relevantes como: ubicación de materia prima, ubicación de mano de obra especializada, precios de factores productivos, servicios básicos.

**Figura N° 7: Tipos de Localización**



Fuente: <https://es.slideshare.net/gladymar22/canton-presentation>

### **2.2.22 Ingeniería del Proyecto**

(Córdoba, 2010, pág. 122); manifiesta que la Ingeniería del Proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución.

Mientras que el autor (Baca, 2001, pág. 101); manifiesta que el Objetivo General de la Ingeniería del Proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

Entonces se concluye que; La ingeniería del proyecto es la determinación del proceso productivo de la empresa que permita una distribución correcta de los recursos que se dispone.

### **2.2.23 Estudio administrativo – legal**

(Morales, 2014) manifiesta; el estudio administrativo legal permite conocer las diferentes formas jurídicas de constitución de la empresa para poder funcionar diseñando una estructura organizacional adecuada para que una empresa opere y este en constante funcionamiento.

Por tanto, el estudio administrativo legal es la parte del proyecto en la cual se diseña la organización del recurso humano de la empresa además de la constitución que garantice que la empresa cumpla sus funciones bajo el ente jurídico cumpliendo todos los requisitos necesarios para el efecto.

(Caiza, 2016) manifiesta sobre Como diseñar la organización del proyecto; para lo cual es necesario disponer de los siguientes elementos:

- Misión
- Visión
- Organigrama estructural
- Organigrama funcional
- Perfil ocupacional
- Manual de funciones

## MARCO LEGAL

En el asunto legal de una empresa (Alcaraz, 2015, pág. 173), en su libro manifiesta lo siguiente:

La empresa es un conjunto de recursos organizados por el titular (emprendedor), con el fin de realizar actividades de producción o de intercambio de bienes o servicios que satisfacen las necesidades de un mercado en particular.

Cuando se pretende constituir legalmente una empresa es importante tomar en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos:

- Número de socios que desean iniciar el negocio
- Cuantía del capital social (aportaciones por socio)
- Responsabilidades que se adquieren frente a terceros
- Gastos de constitución de la empresa
- Trámites a realizar para implementarla legalmente
- Obligaciones fiscales que se deberán afrontar
- Diferentes responsabilidades laborales que se adquieren

Existen algunos otros aspectos legales que la empresa debe considerar como los trámites siguientes:

- Licencias Sanitarias
- Obtención de patentes, marcas, diseños industriales y modelos de utilidad y registro de nombres comerciales, logotipos y slogans.
- Registro ante las cámaras.



- Notario público
- Registro Mercantil (Alcaraz, 2015).

(Córdoba, 2010, pág. 165) por su parte afirma que el Marco Legal, es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la Ley.

El Marco legal entonces constituye el proceso reglamentario a seguir para constituir una empresa y que esta funcione bajo el amparo de la Ley sin violentar a esta.

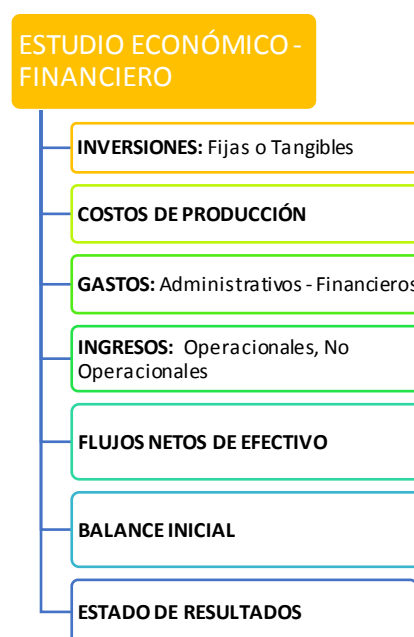
#### **2.2.24 Estudio económico – financiero**

(Baca, 2010, pág. 137); afirma que el análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

(Escobar, 2013 citado en (Gómez, 2016) manifiesta que el estudio económico del proyecto es, uno de los pasos claves para identificar la viabilidad de un proyecto, pero no es el único. Un estudio que sólo se base en el aspecto económico, será incompleto y por tanto, su viabilidad no será fiable, la Administración Financiera en la empresa, considerada como una forma de la economía aplicada, es la planeación de los recursos económicos, para definir y determinar cuáles son las fuentes de dinero más convenientes, para que dichos recursos sean aplicados en forma óptima, y así enfrentar los compromisos económicos presentes y futuros, que tenga la empresa, reduciendo riesgos e incrementando su rentabilidad.

Por lo tanto, el estudio económico de un proyecto es un proceso que permite identificar la posibilidad de ejecutar o no el mismo, se lo llama proceso ya que para elaborarlo se deben seguir pasos o se debe contar con información importante, el Figura N° 8 identifica lo necesario para poder realizar un estudio económico financiero de un proyecto.

**Figura N° 8 : Estructura del estudio económico financiero**



**Fuente:** (Baca, 2010, pág. 139)

**Elaborado por:** Chávez, E (2017)

La autora por tanto considera que el estudio económico financiero de un proyecto es de suma importancia ya que es el paso o procedimiento que permitirá conocer con exactitud el monto necesario con el que se debe contar para ejecutar el proyecto y lograr su funcionamiento.

### **2.2.25 Evaluación de Proyectos**

(Baca, 2010, pág. 269) define a la evaluación de proyectos como una herramienta, la cual, al comparar flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto o no; es decir, si es o no es rentable además si siendo conveniente, conviene postergar su inicio.

### **2.2.26 Ciclo de evaluación de proyectos**

(Lara, 2012 citado en Caiza, 2016, pág. 28); afirma que un proyecto puede y debe ser evaluado: antes de su operación durante la ejecución del mismo y después de que el proyecto deje de funcionar u operar.

**Ex-Ante:** es la evaluación que se realiza desde el momento en que el proyecto surge como idea, para luego pasar al diseño y formulación del mismo.

**De procesos:** es un tipo de evaluación que se realiza durante la operación del proyecto y se la realiza a los diferentes componentes que intervienen en el proyecto, principalmente a los procesos de tipo administrativo y organizativo. Esta evaluación debe ser realizada de forma periódica.

**Ex-Post:** esta evaluación se realiza una vez que el proyecto está operando o cuando ya no existe y se desea medir los impactos del mismo.

### 2.2.27 Tipos de evaluación

En un estudio de factibilidad se emplea el tipo de evaluación Ex-ante, misma que implica 4 evaluaciones.

Evaluación financiera: (Córdoba, 2010) manifiesta que la evaluación financiera consiste en la medición del retorno sobre la inversión.

Evaluación Económica: (Lara 2012, citado en Caiza, 2016, pág. 30), determina que es la que se realiza con precios sombra, estos precios son los del mercado menos las distorsiones del mismo; como los subsidios, los impuestos y mide la eficiencia en la utilización de los recursos empleados en el desarrollo del proyecto.

Evaluación Social: (Córdoba, 2010, pág. 271) dice que el objetivo de esta evaluación de un proyecto es determinar la contribución de un proyecto al bienestar de la sociedad.

Evaluación Ambiental: Según (Córdoba, 2010, pág. 279), La evaluación del impacto ambiental de un proyecto es un proceso singular e innovador cuya operatividad y valides como instrumento para la protección y defensa del medio ambiente está recomendado por diversos organismos internacionales. También es avalado por la experiencia acumulada en países desarrollados, que lo han incorporado a su ordenamiento jurídico desde hace años. La evaluación del impacto ambiental propugna un enfoque a largo plazo y supone y garantiza una visión más completa e integrada del significado de las acciones humanas sobre el medio ambiente. También implica una

mayor creatividad e ingenio y una fuerte responsabilidad social en el diseño y la ejecución de las acciones y proyectos.

### **2.2.28 Métodos de Evaluación Financiera**

(Caiza, 2016) afirma que, dentro de los análisis de Evaluación Financiera, existen dos métodos que son:

Métodos con valor del dinero en el tiempo.

**VAN:** Valor Actual Neto

Sobre este indicador financiero podemos citar la opinión de (Barandiarán, 2008) que manifiesta que es un método de la evaluación de proyectos mediante el cual se descuentan a valor presente los gastos e ingresos a una tasa, para poder elegir aquel que tiene el valor actualizado mayor”.

Analizando este concepto se concluye que el valor actual neto permite conocer la rentabilidad de un proyecto y si conviene o no ejecutarlo.

**TIR:** Tasa Interna de Retorno

El mismo (Barandiarán, 2008) manifiesta lo siguiente:

Tasa de interés que produce el capital invertido durante la vida del proyecto, siempre y cuando dicha tasa de descuento iguale el valor presente de los ingresos (beneficios) con el valor presente de los egresos (costos). En la evaluación de proyectos financieros, es aquel valor porcentual que se elige como tasa de descuento para actualizar los gastos e ingresos, haciendo que la suma de ambos sea igual a cero. Esta tasa interna constituye un criterio más para evaluar la bondad de proyectos de inversión, considerando el valor del dinero en función del tiempo.

## **RELACIÓN COSTO-BENEFICIO**

(PYMES FUTURO, 2007) dice que; la relación costo beneficio es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados.

## **PUNTO DE EQUILIBRIO**

(Caiza, 2016) en su trabajo investigativo toma como referencia el concepto de El Blog Salmon que dice que la determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costos totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costos fijos y los costos variables.

Métodos sin valor del dinero en el tiempo.

- Tasa Promedio de Rentabilidad
- Rentabilidad sobre la Inversión Total
- Rentabilidad sobre el Activo Fijo
- Período de Recuperación de capital sin actualización
- Índices Financieros

### **2.2.29 Turismo**

(Moina, 2011) en su tesis dice que; el turismo es una actividad económica perteneciente al sector terciario y consiste en un conjunto de bienes y servicios que están necesariamente interrelacionados, de manera que la falta de uno de ellos obstaculizan o impiden la venta o prestación de todos los otros, tiene, además la muy peculiar característica que solo es posible producirlos en localizaciones geográficas rígidamente predeterminadas , a las cuáles se traslada el turista, aunque su venta puede realizarse en el lugar de su producción o fuera de él.

### **2.2.30 Ley de Turismo**

Según él (Ministerio de Turismo, 2002);

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

**Art. 3;** Son principios de la actividad turística los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.

**Art. 4;** Expone en sus literales:

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la nación,

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Al analizar estos textos expuestos en la Ley de Turismo del Ecuador la autora manifiesta que el Estado Ecuatoriano garantiza y propicia el fomento de la actividad turística siempre y cuando esta actividad se base en la Ley anteriormente mencionada.

### **2.2.31 Complejo Turístico Recreacional**

(Mallea M. , 2015) en su trabajo afirma lo siguiente:

Es un espacio destinado al esparcimiento y recreación de turistas locales, nacionales e internacionales; posibilitando múltiples actividades recreativas y de diversión, por la considerable extensión de terreno que facilita un estado de relajación y descanso para personas de toda edad.

Por lo tanto, un que Complejo Turístico Recreacional es un lugar creado con el fin de proporcionar a sus visitantes servicios idóneos garantizando bienestar, diversión y descanso.

### **2.3 IDEA A DEFENDER**

La creación de un complejo turístico recreacional de economía mixta, en la Parroquia Cebadas cantón Guamote, provincia de Chimborazo mejorará la calidad de vida de los habitantes mediante la creación de fuentes de empleo, dinamización de la economía, mejoramiento de las relaciones sociales y familiares, potenciación turística del sector, y la recreación sana de los turistas del cantón, provincia y país.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN**

La modalidad a utilizar en el proyecto será la Investigación de Campo, que permite obtener conocimientos en el lugar en el cual se presenta el problema es decir permite conocer la realidad social; en conjunto con la investigación documental misma que servirá para obtener información teórica con el apoyo de fuentes bibliográficas.

#### **3.1.1 Investigación de campo**

(Herrera, Medina, & Naranjo, 2010, pág. 95) afirman que es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.

#### **3.1.2 Investigación documental-bibliográfica**

(Herrera, Medina, & Naranjo, 2010, pág. 95) sobre esta modalidad de investigación manifiestan:

La investigación documental bibliográfica tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias).

### **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.2.1 Investigación Descriptiva**

(Universia, 2017), es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades, que se estén abordando y que se pretenda analizar.



### **3.3 MÉTODOS**

#### **3.3.1 Método Inductivo**

(Cegarra, 2012, pág. 82) manifiesta: “Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías.”

#### **3.3.2 Método Deductivo**

(Rodríguez E. , 2011, pág. 29) afirma: “Consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una ley universal.”

### **3.4 TÉCNICAS**

En la investigación se aplicarán las siguientes técnicas de recolección de datos:

#### **3.4.1 Encuesta:**

(Hernández, Cantín, López, & Rodríguez) exponen que; “Es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”

Se aplicará una encuesta dirigida a los Turistas de la Provincia de Chimborazo, información que servirá para conocer si es posible o no o si tendrá acogida favorable la creación de un complejo turístico recreacional en la parroquia.

### **3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA**

Además, debido a que el área de estudio no es un lugar desarrollado turísticamente, la autora trabajará con el número de turistas que visitaron la Provincia de Chimborazo de acuerdo a (Ministerio de Turismo, 2015)

Por lo que se usarán los siguientes datos:

**Tabla N° 1: Población a encuestar**

<b>POBLACIÓN A ENCUESTAR</b>	
Turistas en la provincia de Chimborazo	112.122
<b>TOTAL</b>	<b>112.122</b>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de (Ministerio de Turismo, 2015)

### 3.5.1 Cálculo de la muestra

Para la aplicación de las técnicas de investigación descritas que se realizarán a la muestra de la población se aplicará la siguiente fórmula:

FÓRMULA

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

DONDE:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad

p=probabilidad de ocurrencia

q= probabilidad de no ocurrencia

N= Población

e= Error de muestreo

Por lo tanto:

**Tabla N° 2: Cálculo Muestral**

<b>Z</b>	2
<b>P</b>	0,5
<b>Q</b>	0,5
<b>N</b>	112.122
<b>E</b>	0,10
<b>N</b>	99,91

**Fuente:** Elaboración propia

**ANÁLISIS:** Según el cálculo muestral realizado se deben aplicar un total de 100 encuestas a los turistas de la provincia de Chimborazo.

### 3.6 RESULTADOS

La encuesta aplicada muestra los siguientes resultados:

#### 3.6.1 Análisis de encuestas

#### DATOS INFORMATIVOS

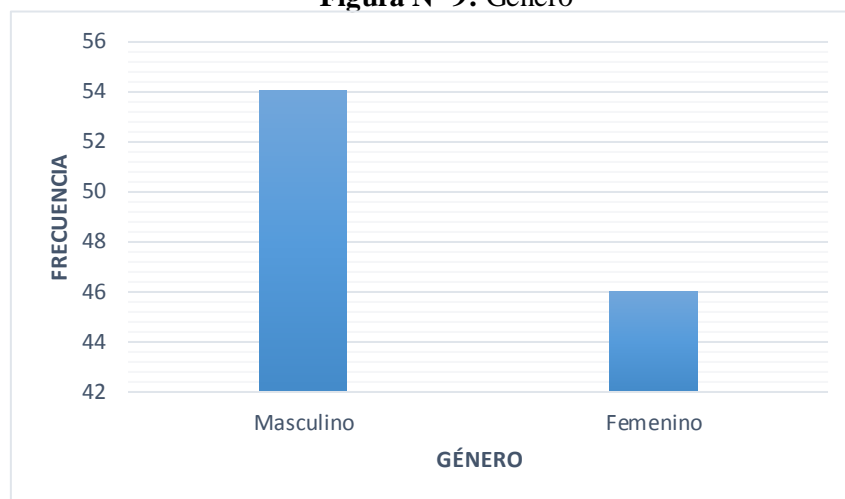
#### GÉNERO

Tabla N° 3 : Género

GÉNERO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje v Válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	54	54,0	54,0	54,0
	Femenino	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a Turistas

Figura N° 9: Género



Fuente: Encuesta realizada a Turistas

**INTERPRETACIÓN:** De un total de 100 encuestas aplicadas a los turistas de la provincia se tiene como resultado que 54 personas son de género masculino que representan un 54% y 46 personas son de género femenino que representa el 46%.

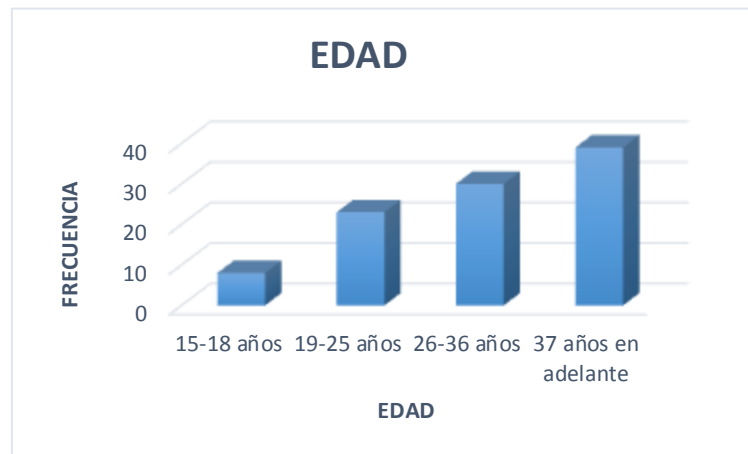
## EDAD

Tabla N° 4 : Edad

EDAD DEL ENCUESTADO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	15-18 años	8	8,0	8,0	8,0
	19-25 años	23	23,0	23,0	31,0
	26-36 años	30	30,0	30,0	61,0
	37 años en adelante	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a Turistas

Figura N° 9 : Edad



Fuente: Encuesta realizada a Turistas.

**INTERPRETACIÓN:** El 39% de los encuestados tiene una edad de 37 años en adelante mientras que el 8% se encuentran en una edad comprendida entre los 15 a 18 años.

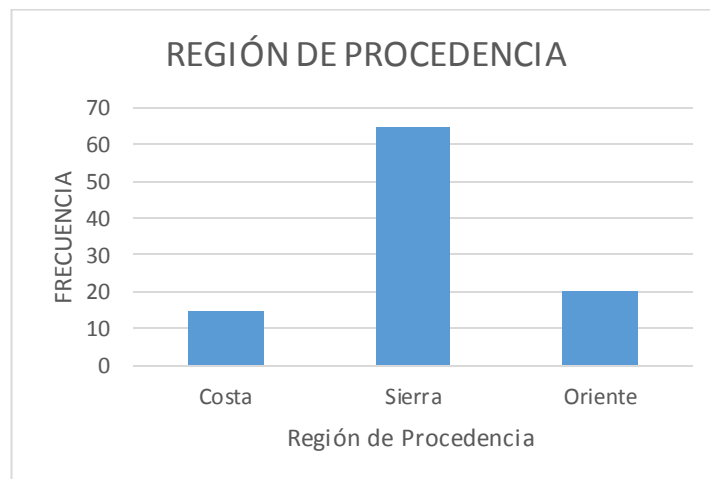
## REGIÓN DE PROCEDENCIA

Tabla N° 5 : Región de procedencia

REGIÓN DE PROCEDENCIA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Costa	15	15,0	15,0	15,0
	Sierra	65	65,0	65,0	80,0
	Oriente	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a Turistas

Figura N° 10 : Región de procedencia



Fuente: Encuesta realizada a Turistas.

Elaborado por: Chávez, E (2017)

**INTERPRETACIÓN:** Los turistas procedentes de la región Sierra representan el 65%, mientras que el 15% proceden de la Región Costa y el 20% de la Región Oriental.

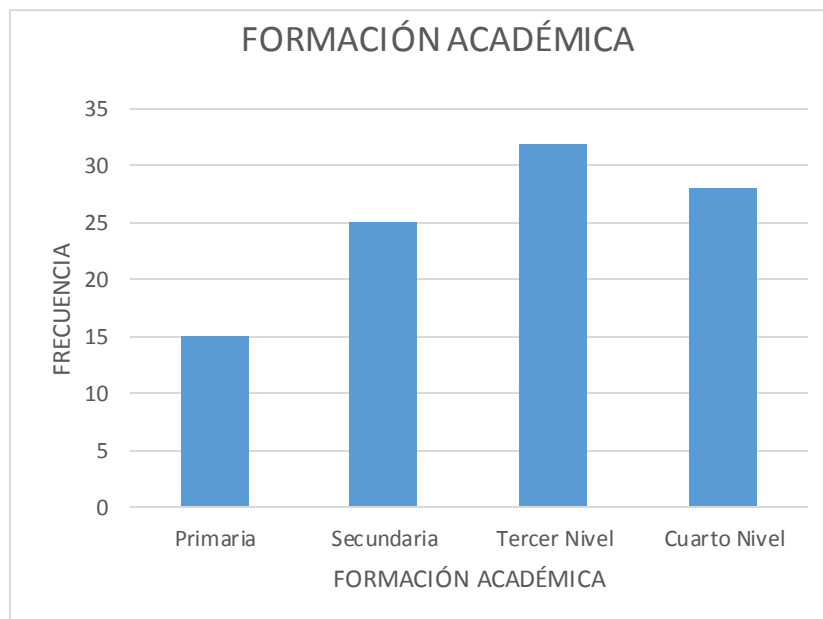
## NIVEL DE FORMACIÓN ACADÉMICA

Tabla N° 6 : Nivel de Formación Académica

FORMACIÓN ACADÉMICA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	15	15,0	15,0	15,0
	Secundaria	25	25,0	25,0	40,0
	Tercer Nivel	32	32,0	32,0	72,0
	Cuarto Nivel	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a Turistas.

Figura N° 11 : Nivel de Formación Académica



Fuente: Encuesta realizada a Turistas.

Elaborado por: Chávez, E (2017)

**INTERPRETACIÓN:** La encuesta realizada nos muestra que el 32% de los turistas han cursado el Tercer Nivel de Educación.

## OCUPACIÓN

Tabla N° 7 : Ocupación

OCUPACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empleado Público	28	28,0	28,0	28,0
	Empleado Privado	41	41,0	41,0	69,0
	Estudiante	22	22,0	22,0	91,0
	Estudia y Trabaja	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a Turistas.

Figura N° 12: Ocupación



Fuente: Encuesta realizada a Turistas.

**INTERPRETACIÓN:** En su mayoría los turistas de la provincia trabajan como empleados privados representando el 41%.

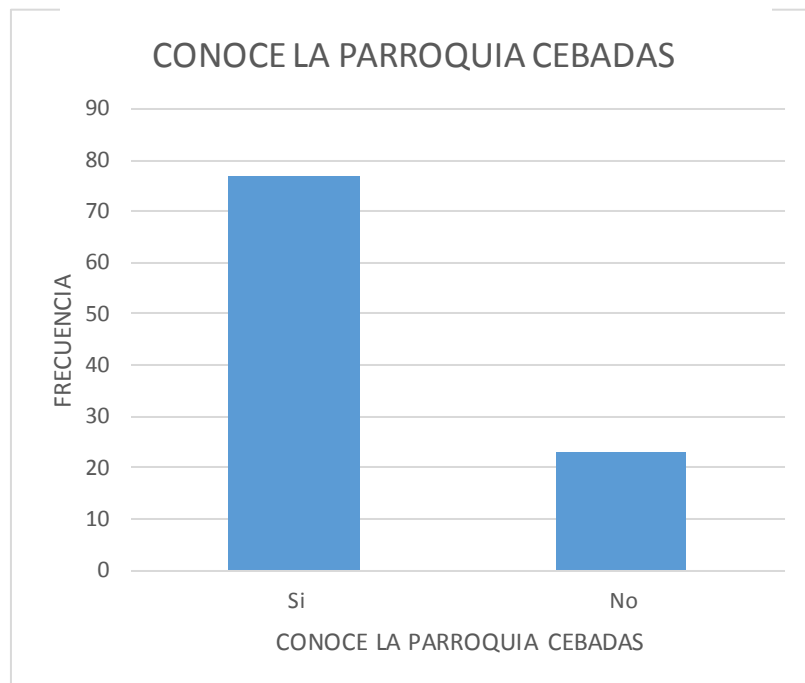
## PREGUNTA N° 1 ¿Conoce usted la Parroquia Cebadas?

Tabla N° 8 : Conoce usted la Parroquia Cebadas

CONOCECEBADAS				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	77	77,0	77,0	77,0
No	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a Turistas.

Figura N° 13 : Conoce la Parroquia Cebadas



Fuente: Encuesta realizada a Turistas.

**INTERPRETACIÓN:** La encuesta realizada indica que el 77% de los encuestados Sí conocen la Parroquia Cebadas, mientras que el 23% no.



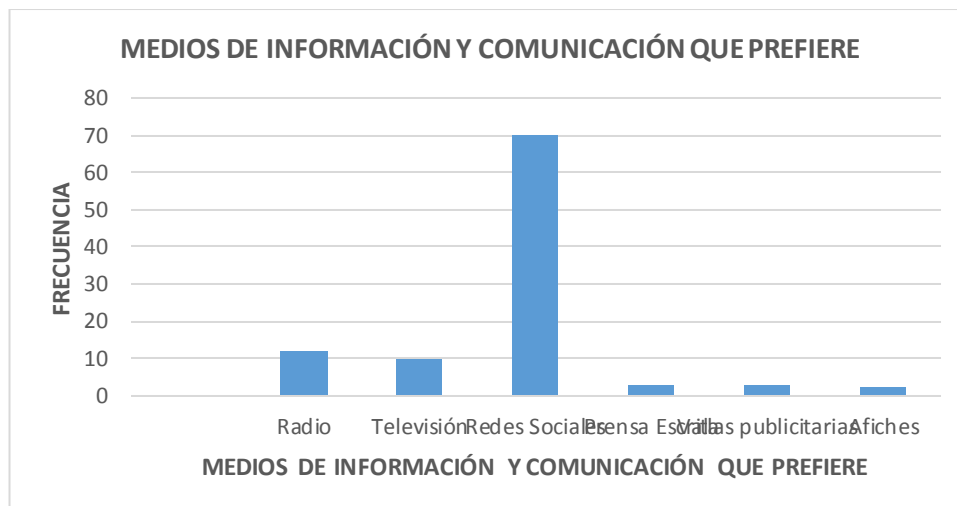
**PREGUNTA N° 2. Mediante o a través de qué medios de información y comunicación usted desearía informarse de los servicios turísticos ofertados en la Parroquia.**

**Tabla N° 9 : Medios de Información y Comunicación que prefiere**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Radio	12	12,0	12,0	12,0
Televisión	10	10,0	10,0	22,0
Redes Sociales	70	70,0	70,0	92,0
Prensa Escrita	3	3,0	3,0	95,0
Vallas publicitarias	3	3,0	3,0	98,0
Afiches	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a Turistas.

**Figura N° 14: Medios de Información y Comunicación que prefiere**



**Fuente:** Encuesta realizada a Turistas.

**INTERPRETACIÓN:** Para informarse acerca de los servicios turísticos ofertados en la parroquia el 70% de turistas encuestados prefiere las Redes Sociales.

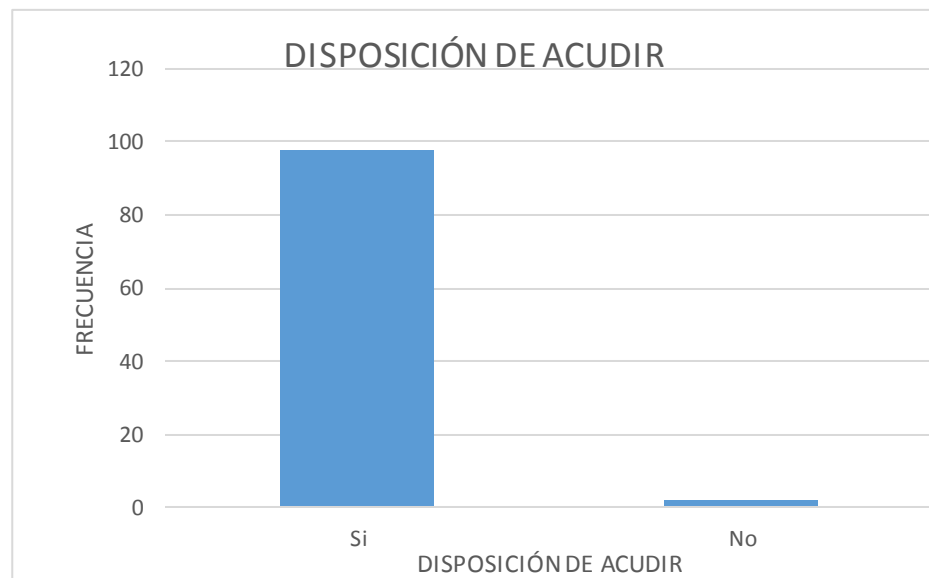
**PREGUNTA N° 3 ¿Estaría usted dispuesto a acudir a un Complejo Turístico Recreacional dentro de la Parroquia Cebadas?**

**Tabla N° 10 : Disposición de acudir al CTR.**

DISPOSICIÓN DE ACUDIR AL COMPLEJO TURÍSTICO RECREACIONAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	98	98	98	98
	No	2	2	2	100
	Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a Turistas.

**Figura N° 15 : Disposición de acudir al CTR.**



**Fuente:** Encuesta realizada a Turistas.

**INTERPRETACIÓN:** El 98% de los turistas encuestados si tiene la disposición de acudir al Complejo Turístico Recreacional, frente a un 2% que no lo haría.

**PREGUNTA N° 4 ¿Qué precio pagaría usted por el ingreso al Área Recreativa del Complejo Turístico Recreacional, misma que contaría con servicios tales como; piscinas de adultos y niños, senderos ecológicos, canchas deportivas y juegos infantiles?**

**Tabla N° 11: Precio por el ingreso al área de recreación**

PRECIO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$ 2 dólares	17	17,0	17,3	17,3
	\$3 dólares	5	5,0	5,1	22,4
	\$4 dólares	13	13,0	13,3	35,7
	\$5 dólares	63	63,0	64,3	100,0
	Total	98	98,0	100,0	
	Perdidos sistema	2	2,0		
Total		<b>100</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a los turistas.

**Figura N° 16 : Precio por el ingreso al área de recreación**



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas.

**INTERPRETACIÓN:** El 64,3% de turistas manifiesta que cancelaría un precio de \$5,00 dólares por el ingreso al área recreativa con sus respectivos servicios.

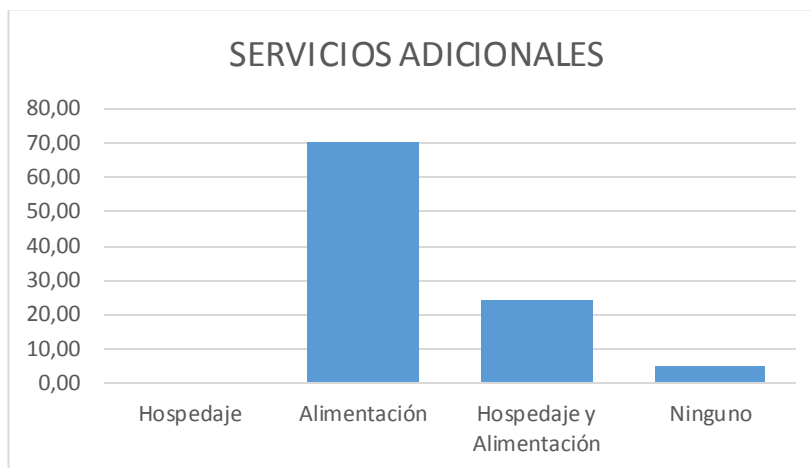
**PREGUNTA N° 5.- ¿Además de los servicios del área recreativa cuál de estos otros usted adquiriría en el Complejo Turístico Recreacional?**

**Tabla N° 12 : Servicios adicionales**

<b>SERVICIOS ADICIONALES</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hospedaje	0	0,00	0,00	0,00
	Alimentación	69	69,00	70,41	70,41
	Hospedaje y Alimentación	24	24,00	24,49	94,90
	Ninguno	5	5,00	5,10	100,00
	Total	98	98,00	100,00	
	Perdidos Sistema	2	2,00		
Total		<b>100</b>	<b>100,00</b>		

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a los turistas.

**Figura N° 17 : Servicios Adicionales**



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas

**INTERPRETACIÓN:** El 70,41% de turistas encuestados manifiesta que además de los servicios recreativos adquiriría los del restaurante, mientras que el 24,49% adquiriría el servicio de Hospedaje y Alimentación.

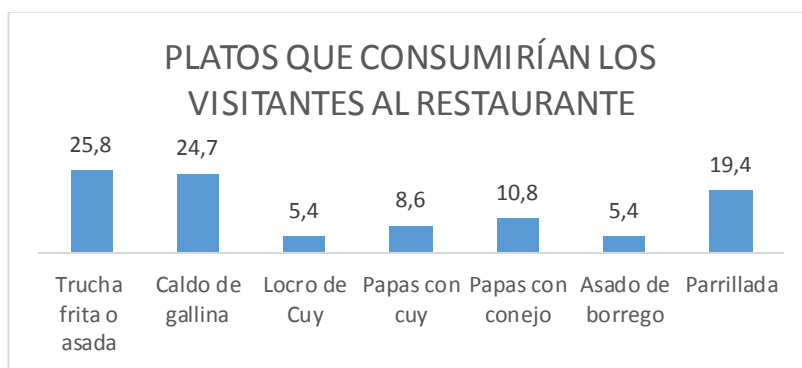
**PREGUNTA 6.- ¿Si usted consumiría los productos del restaurante, ¿cuál de los siguientes platos preferiría?**

**Tabla N° 13 : Platos que se consumirían en el restaurante**

QUE PLATOS CONSUMIRÍA DENTRO DEL RESTAURANTE DEL CTR					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Trucha frita o asada	24	24,0	25,8	25,8
	Caldo de gallina	23	23,0	24,7	50,5
	Locro de Cuy	5	5,0	5,4	55,9
	Papas con cuy	8	8,0	8,6	64,5
	Papas con conejo	10	10,0	10,8	75,3
	Asado de borrego	5	5,0	5,4	80,6
	Parrillada	18	18,0	19,4	100,0
	<b>TOTAL</b>	93	93,0	100,0	
	Perdidos sistema	7	7,0		
	Total	<b>100</b>	<b>100,0</b>		

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a los turistas.

**Figura N° 18 : Platos que se consumirían en el restaurante**



Fuente: Encuesta realizada a los turistas

**INTERPRETACIÓN:** Los turistas en su mayoría consumirían en un 25,8% Trucha Asada o Frita y un 24,7% Caldo de gallina seguido por los demás menús ofertados en el restaurante.

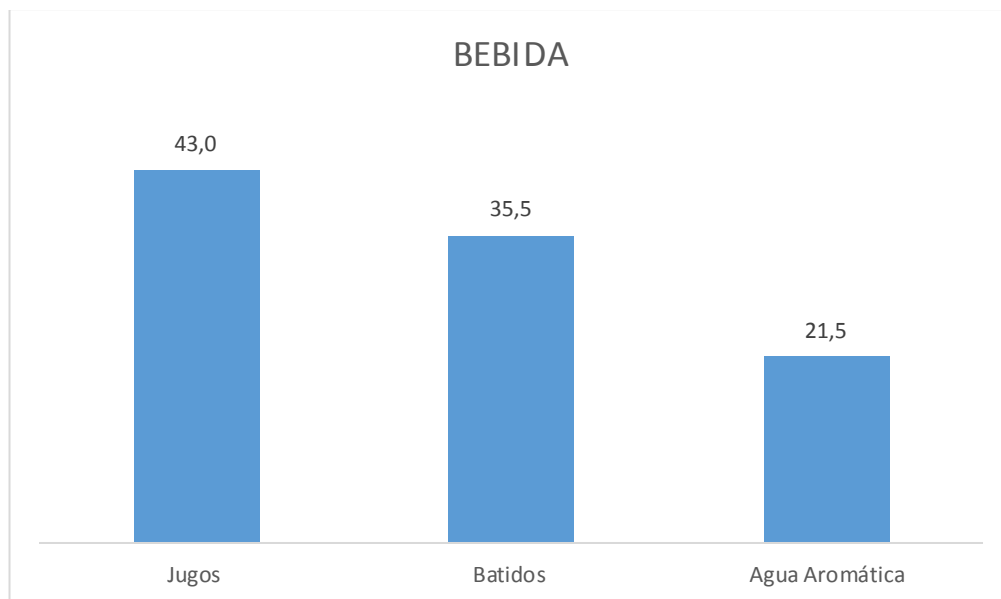
**PREGUNTA 7.- ¿En caso de que acuda al restaurante del Complejo Turístico Recreacional, su orden de alimentos con que bebida la acompañaría?**

**Tabla N° 14 : Bebida**

BEBIDA		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Jugos	40	40,0	43,0	43,0
	Batidos	33	33,0	35,5	78,5
	Agua Aromática	20	20,0	21,5	100,0
	TOTAL	93	93,0	100,0	
	Perdidos Sistema	7	7,0		
	Total	<b>100</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a los turistas

**Figura N° 19 : Bebida**



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas

**INTERPRETACIÓN:** El 43% de los turistas acompañarían su orden de alimentos con jugo de frutas.

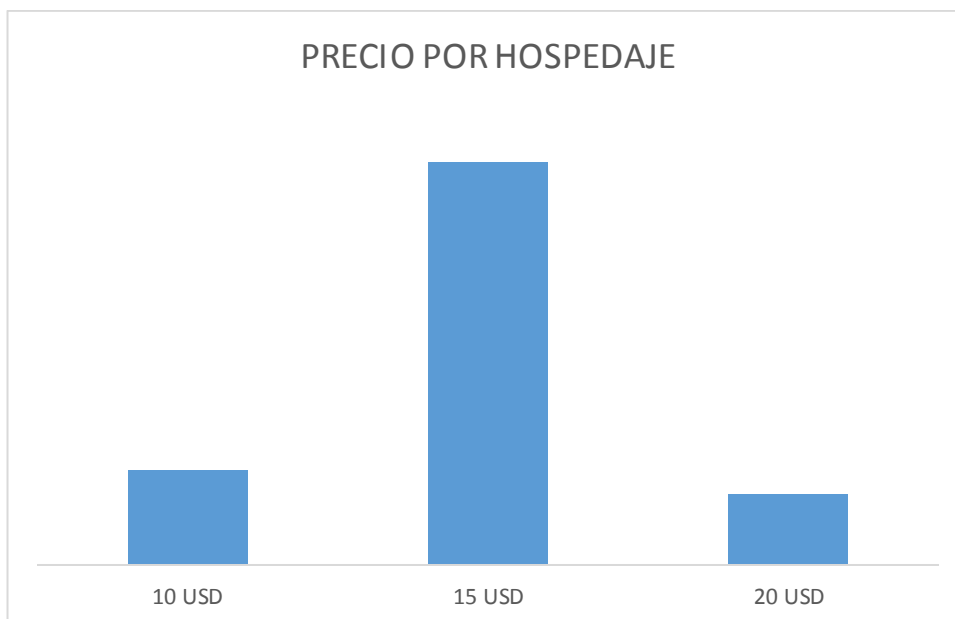
**PREGUNTA 8.- ¿En caso de que desee el servicio de Hospedaje en el Complejo Turístico Recreacional, que valor estaría dispuesto a pagar por este?**

**Tabla N° 15 : Precio del Hospedaje**

EN CASO DE QUE DESEE EL SERVICIO DE HOSPEDAJE, QUÉ VALOR ESTARÍA USTED DISPUESTO A PAGAR POR ESTE.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	10 USD	4	4,0	16,7	16,7
	15 USD	17	17,0	70,8	87,5
	20 USD	3	3,0	12,5	100,0
	Ninguno	0	0,0	0,0	
	Total	24	24,0	100,0	
	Perdidos Sistema	76	76,0		
	Total	<b>100</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a los turistas.

**Figura N° 20 : Precio del Hospedaje**



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas.

**INTERPRETACIÓN:** El 70,8% de turistas que se hospedarían en las cabañas del Complejo Turístico Recreacional cancelarían por este servicio un valor de \$15,00 Dólares.

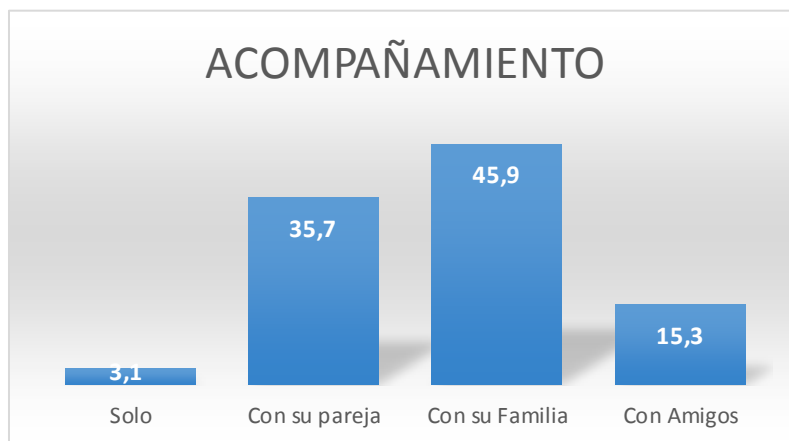
**PREGUNTA N° 09 ¿Con quién acudiría al Complejo Turístico Recreacional que se ubicará en la Parroquia?**

Tabla N° 16 : Acompañantes

ACOMPAÑAMIENTO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	3	3,0	3,1	3,1
	Con su pareja	35	35,0	35,7	38,8
	Con su Familia	45	45,0	45,9	84,7
	Con Amigos	15	15,0	15,3	100,0
	Total	98	98,0	100,0	
	Perdidos Sistema	2	2,0		
	Total	<b>100</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a los turistas

**Figura N° 21 : Acompañantes**



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas.

**INTERPRETACIÓN:** El 45,9% de los turistas acudirían al Complejo Turístico Recreacional acompañados de su familia y el 3,1% lo harían solos.



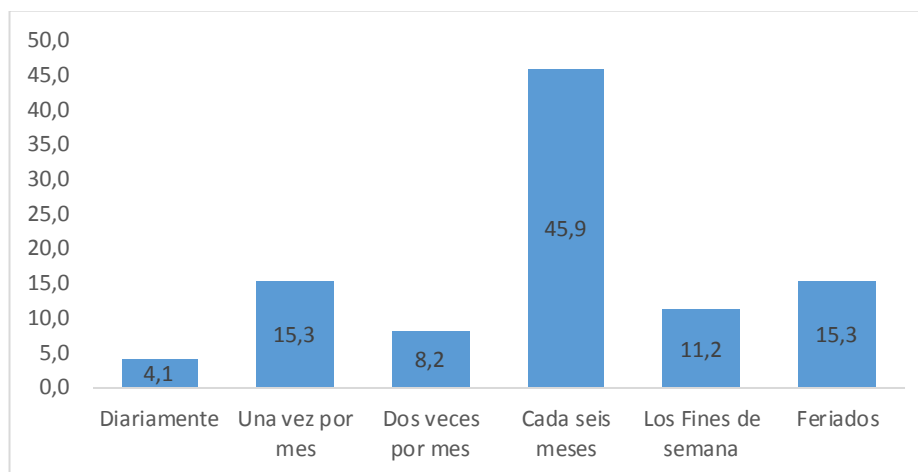
**PREGUNTA N° 10. ¿Con que Frecuencia asistiría usted al Complejo Turístico Recreacional?**

**Tabla N° 17 : Frecuencia de asistencia al CTR**

FRECUENCIA DE ASISTENCIA AL CTR					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diariamente	4	4,0	4,1	4,1
	Una vez por mes	15	15,0	15,3	19,4
	Dos veces por mes	8	8,0	8,2	27,6
	Cada seis meses	45	45,0	45,9	73,5
	Los Fines de semana	11	11,0	11,2	84,7
	Feridos	15	15,0	15,3	100,0
	Total	98	98,0	100,0	
	Perdidos sistema	2	2,0		
Total		<b>100</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Encuesta realizada a los turistas

**Figura N° 22: Frecuencia de asistencia al CTR**



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas.

**INTERPRETACIÓN:** El 45,9% de los turistas de la provincia de Chimborazo asistiría al Complejo Turístico Recreacional cada seis meses es decir dos veces al año.

### **3.7 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER**

Una vez que se aplicaron las encuestas a un total de 100 turistas, y que se obtuvo la información requerida, se realizó el análisis de la misma de manera ordenada mediante la tabulación de las encuestas, actividad que se realizó a través de medios informáticos estableciendo resultados estadísticos que permiten apreciar de una mejor manera lo obtenido. Estos resultados permiten la correcta toma de decisiones en cuanto al proyecto con el fin de coadyuvar al desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida de la Parroquia y sus habitantes con la creación de una empresa turística, misma que generará empleo, potenciará el turismo y aportará también a la mejora social de Cebadas.

Esta técnica de recolección de datos se aplicó para conocer la aceptación que tendría el proyecto para la creación de un complejo turístico recreacional de economía mixta, en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo, se puede concluir que las preguntas 3 y 10 buscan conocer si el turista visitaría este lugar y en caso de hacerlo con qué frecuencia asistiría al mismo.

Por tanto, la idea de crear un Complejo Turístico Recreacional tiene aceptación del 98% de encuestados ya que manifiestan que si acudirían a este y en su mayoría los turistas lo harían dos veces por año.

Además de adquirir los servicios recreacionales de la empresa, los potenciales clientes adquirirían otros adicionales; un 70% adquiriría el restaurante, un 25% se alimentaría y además se hospedaría en el Complejo Turístico Recreacional.

Por lo antes expuesto se considera que la creación de este Complejo Turístico Recreacional tendría acogida favorable ya que si existirían turistas que visiten la empresa y adquieran sus servicios.

En consecuencia, me permito citar algunos parámetros que son de gran importancia para ejecutar el proyecto de creación del Complejo Turístico Recreacional:

## **Aliados**

Los habitantes de la parroquia, quienes serían los mayores beneficiarios ya que mejorarían su situación laboral, económica y comercial.

- El GADPR de Cebadas, mismo que brinda auspicio para la ejecución de este proyecto y es parte del mismo al constituirse esta empresa como de economía mixta.
- Los turistas de la provincia de Chimborazo, que tienen deseos de acudir a las instalaciones del Complejo Turístico Recreacional, según la encuesta aplicada.
- El Estado, que impulsa la creación de nuevos negocios que dinamicen la economía y potencien el turismo, así como da beneficios a las asociaciones público privadas.

## **Oponentes**

- La cambiante economía del país.
- La falta de conocimiento acerca de la existencia del Complejo Turístico Recreacional por parte de los posibles demandantes de los servicios del mismo.

## **Oportunidades**

- Brindar servicios de calidad a los demandantes.
- Permitirá incentivar el comercio de la localidad, diversificando la economía y mejorando la calidad de vida de la población.
- Mejoramiento de relaciones sociales entre los habitantes.
- Prioriza la teoría de la endogenización de la riqueza.

## **Riesgos**

- La poca rentabilidad que se puede llegar a obtener al iniciar un negocio.
- La mala situación climática como lluvias excesivas que originen deslaves o derrumbes que perjudiquen las vías de acceso a la zona o afecten las instalaciones del complejo.

## **CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1 CONTENIDO DE LA PROPUESTA**

### **4.2 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **4.2.1 Reseña Histórica, Ubicación geográfica y principales características de la Parroquia Cebadas.**

Según (GADPR Cebadas, 2015), esta es una de las poblaciones más antiguas del cantón Guamote y se caracteriza por ser eminentemente agropecuario, con hombres y mujeres trabajadoras, además, posee recursos naturales impresionantes, los mismos que servirán en lo posterior como patrimonio natural y ecológico de los cebadeños / as para fomentar el turismo comunitario racionalizado.

Para situarse definitivamente en el sitio donde se encuentra en la actualidad la parroquia Cebadas, sus antepasados tuvieron que realizar varios asentamientos en los diferentes sectores, es decir, primeramente en el punto denominado San Nicolás de la comunidad de Pancún Ichubamba, luego fue trasladado a la Comunidad de San Antonio de Cebadas y finalmente se situó en la zona donde actualmente se encuentra con infraestructura y servicios básicos con gente amable y forjadora de su propio desarrollo.

La Parroquia de Cebadas está localizada al sureste de la provincia de Chimborazo, a 18 Km. desde la cabecera cantonal de Guamote y 35,6 Km de la Ciudad de Riobamba, está situada a 2800 m.s.n.m, la superficie es de 488 Km<sup>2</sup>, tiene una población de 8.218 habitantes, su temperatura promedio es de 12.90<sup>o</sup> C, en la época de la colonia Cebadas fue parte del territorio de Pungalá para luego pasar a ser parroquia de Guamote cuando se cantonizó. Según (GADPR Cebadas, 2015);

#### **Límites**

Norte:	Río Guarguallag
Sur:	Achupallas
Este:	Morona Santiago

Oeste: Guamote  
Coordenadas: Latitud. -1.9°, Longitud. -78.616666

### **Principales Atractivos turísticos**

En cuanto a los principales atractivos turísticos en Cebadas (Allaica, 2013) manifiesta que Cebadas, cuenta con potencialidades turísticas únicas que además de hacerla un lugar atractivo para el turismo la hace un lugar de esparcimiento seguro y con garantía para pasar momentos de relajamiento y recreación.

- **Lugares**

Lagunas; Magdalena o Colay, Cuyug, Negra, Millicocha, Tingicocha, Yanacocha, Iguanchoa.

Cascadas; Llisñan, Achilan,

Brotos de Agua de Güitig

León Agazapado

Padre Urco

Ríos; Atillo, Yasepán, Cebadas

Roca Gilarumi

Cueva de Salamanga

- **Flora**

En este grupo se pueden mencionar especies importantes tales como; chuquiragua, quishuar, pical, colle, mortiño, amapola, guantug, tipillo, paja, mora, entre otros.

- **Fauna**

La autora (Allaica, 2013) en su investigación; puede mencionar los siguientes: trucha, venados, osos de anteojos, cuyes y conejos de páramo, zorros, lobos, curiungues, perdices, patos, cóndor, golondrinas, entre otros.

- Gastronomía

Entre los platillos típicos conocidos del sector tenemos; papas con cuy, arroz de cebada con leche, hornado, sopa de quinua, machica, habas tostadas y cocinadas, mote, choclo con queso, trucha, chaguarmishqui (zumo de penco).

- Festividades

Entre las festividades en las cuales la parroquia recibe mayor visita de turistas tanto nacionales como extranjeros o de los mismos coterráneos residentes en las diferentes ciudades del país tenemos:

Fiestas de Parroquialización

Semana Santa

Carnaval

## **Población**

(GADPR Cebadas, 2015) expone que: “de acuerdo al último censo de Población y Vivienda levantado en el año 2010, la Parroquia Cebadas posee una población total de 8218 personas, constituyendo el 18,20% de la población del Cantón Guamote y el 1,79% de Chimborazo.”

Según estos datos también se tiene que acorde a la distribución de la población cebadeña por segmentos de edades, la población mayor se encuentra en una edad entre los 5 y 14 años que constituye el 26,60% de la población.

**Tabla N° 18 : Distribución de la población por grupos de edad, en la parroquia Cebadas**

<b>GRUPOS ETARIOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>VALOR PORCENTUAL</b>
Menor a un año	187	2,28
De 1 a 9 años	2012	24,48
De 10 a 19 años	1932	23,51
De 20 a 29 años	1208	14,70
De 30 a 39 años	853	10,38
De 40 a 49 años	629	7,65
De 50 a 59 años	582	7,08
De 60 a 69 años	444	5,40
De 70 a 79 años	278	3,38
De 80 a 89 años	82	1,00
De 90 a 99 años	11	0,13
<b>TOTAL</b>	<b>8218</b>	<b>100,00</b>

Fuente: (GADPR Cebadas, 2015)

## **ANÁLISIS**

Los datos de la tabla N° 18, muestran que la mayor parte de la población de la parroquia se encuentra en edades entre 1 a 9 años.

### **Población Económicamente Activa**

La PEA se refiere a las personas de 10 años y más que trabajaron al menos una hora en la semana de referencia o, aunque no trabajaron, tuvieron trabajo es decir estaban ocupados, o bien aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo. En función del Censo del INEC 2010 de la Población Cebadeña un total de 3.377 personas es decir el 41,1% de su población total pertenecen a la población económica activa, mismos que aportan con su trabajo en el ámbito económico productivo.” (GADPR Cebadas, 2015)

**Actividades Económicas:** Según (GADPR Cebadas, 2015) en el sector primario (agricultura, caza, y pesca, y minas y canteras) se encuentran ocupadas 2.632 personas

que representa el 77,6% de la PEA total, fundamentalmente en actividades de agricultura y ganadería.

De acuerdo a estos datos las tres cuartas partes de la PEA de la parroquia se dedican a este sector económico por lo que la producción agrícola y pecuaria se encuentran garantizadas en esta jurisdicción.

En el sector secundario que se traduce en la transformación de la materia prima extraída del sector primario en productos o también llamado sector industrial abarca un total de 187 personas que significa un 5,5% de la PEA total.

Mientras que al sector terciario que se dedica a ofertar servicios a la sociedad en la parroquia Cebadas comprende un total de 571 personas que representa el 16,8% del total.

**Tabla N° 19 : Sectores económicos de la Parroquia Cebadas**

<b>SECTOR ECONÓMICO</b>	<b>PEA</b>	<b>%</b>
<b>Sector Primario</b>	2632	77,6
Sector Secundario	187	5,5
Sector Terciario	571	16,8
<b>TOTAL</b>	<b>3390</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de (GADPR Cebadas, 2015)

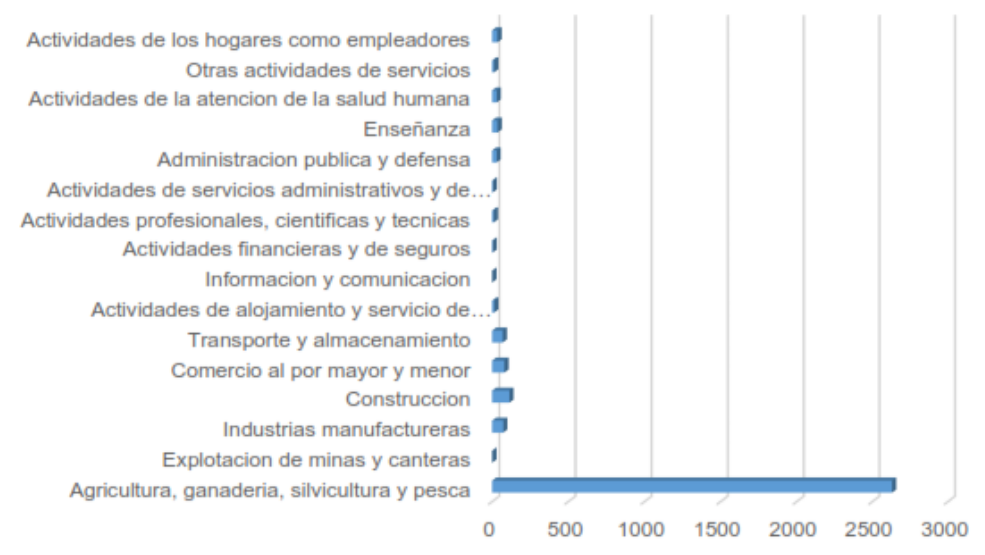
## **ANÁLISIS**

La tabla N° 19, muestra que la parroquia es agropecuaria por excelencia, en el sector industrial se encuentra ocupado el 5,5% de la población mientras que en el sector de servicios está representado el 16,8% de la PEA parroquial.

En la siguiente figura, tomada del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se detallan cada una de las actividades económicas productivas de la parroquia Cebadas y su relación con la PEA.



Figura N° 23 : Actividades Económicas productivas y relación con la PEA-Cebadas



Fuente: (GADPR Cebadas, 2015)

**ANÁLISIS:** La Figura N° 23 reafirma lo anteriormente expuesto la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca ocupan el lugar más preponderante en cuanto a las actividades económicas productivas de la parroquia Cebadas. Como se puede evidenciar el alojamiento y alimentación no se encuentra dentro de las principales actividades económicas y esto debido a la deficiente infraestructura y escasa prestación de servicios turísticos en la parroquia.

## HISTORIA DEL TURISMO

El turismo propiamente dicho, nace en siglo XIX, como consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, salud, vacaciones, familia o descanso. Estos movimientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, conquistas, comercio, entre otras. No obstante, el turismo tiene antecedentes históricos claros. (Yuvi, 2008)

### Edad Antigua

Los desplazamientos más destacados eran los realizados con motivo de participación en olimpiadas, a las que acudían miles de personas y se mezclaban deporte y religión.

Durante el Imperio Romano los romanos frecuentaban a las aguas termales, asiduos de grandes espectáculos, teatros, viajes a la Costa.

### **Edad Media**

Durante la Edad Media hay un retroceso por los conflictos y recesión económica consiguiente. En esta época surge un nuevo viaje, las peregrinaciones religiosas. Fueron continuas las peregrinaciones de toda Europa, creándose así mapas, mesones, y todo tipo de servicios para los caminantes.

### **Edad Moderna**

Aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel. Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones.

### **Edad Contemporánea**

Ya con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar.

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Ya en esta época se comienza a legislar sobre el sector.

En la década de los años setenta, la crisis energética y la consiguiente inflación ocasionan un nuevo período de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978.

Durante la década de los años ochenta, el nivel de vida vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hoteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre y aplican técnicas de marketing.

En la década de los años noventa, el turismo vive una etapa de madurez que sigue creciendo, aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva, se diversifican la oferta como la demanda y se mejora la calidad.

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico.

(Yuvi, 2008) manifiesta además que el turismo en el siglo XXI se caracteriza por la existencia e incremento de las innovaciones en tecnología y telecomunicaciones, factores que reportan ahorro y eficacia en los servicios.

Aumenta la ocupación laboral, por lo tanto, la gente que vive en las grandes urbes es presa del estrés, motivo por el cual se hace necesario aumentar y mejorar las actividades destinadas al relajamiento corporal para eliminar la cotidianidad y la rutina.

Se ha llegado a un estado de conciencia de la historia, de la cultura de los pueblos, de la ciencia y de las costumbres. Se piensa mucho en el medio ambiente y se hace grandes esfuerzos por mantener un desarrollo sustentable.

## **EN LA ACTUALIDAD**

El turismo es un fenómeno de masas a nivel mundial. Las empresas turísticas hacen cada vez un esfuerzo mayor por colocar calidad y eficiencia en su oferta. El uso de la tecnología y las comunicaciones se vuelve una herramienta muy necesaria en este negocio, y la prosperidad de las naciones se ve clara y directamente afectada por el mismo.

Según proyecciones de la OMT (Organización mundial de turismo), la industria turística ocupará para el 2020 el primer lugar de importancia en la economía mundial. Actualmente ocupa el segundo después del petróleo. Este hecho es muy importante, especialmente para los países que esperan mejorar su balanza de pagos a través de esta industria y asegurar su competitividad frente a otros países a través de aprovechamiento de todos los recursos naturales con que cuentan.

#### 4.2.2 Características del Servicio

Un complejo turístico recreacional según (Revelo, 2015) es un lugar visitado y disfrutado por las personas específicamente en fines de semana y vacaciones, en este lugar prevalece un ambiente natural y posee la infraestructura adecuada, el propósito es distraerse salir de la monotonía y eliminar el estrés puede hacerlo solo o asistir acompañado por sus seres queridos o amigos.

El complejo turístico recreacional que se busca implementar en la parroquia Cebadas pretende brindar a los visitantes un lugar de diversión y descanso, este conjugará el ambiente con riqueza natural de Cebadas y la infraestructura requerida para un momento de relax.

La infraestructura turística que se ofrecerá a los clientes es diferente a la ya existente en la parroquia, lo que hace al producto de este proyecto la autora puede citar la siguiente:

- Piscinas
- Canchas deportivas (indor fútbol, básquet, vóley)
- Juegos Infantiles
- Restaurante
- Parqueaderos
- Alojamiento
- Senderos ecológicos

Además de la infraestructura y servicios descritos que son distintos a los ya existentes en la parroquia y que constituyen valor agregado al servicio turístico de la parroquia, son las características que este tendrá, entre las cuales tenemos:

**CALIDAD.** - ofrecer servicios acordes a las necesidades y exigencias de los clientes que involucre satisfacer las necesidades de los mismos.

**PERTINENTE.** - brindar a los clientes un servicio al menor tiempo posible sin esperas lo que evitará incomodidades, reclamos y olvido del servicio por parte de ellos es decir que no quieran volver a adquirirlos.

CONFIABILIDAD. - cumplir con lo prometido en los tiempos prometidos, esto generará confianza en los clientes, es decir ser honestos con los servicios ofrecidos.

PROFESIONALIDAD. - mantener personal capacitado en atención a los clientes lo que garantizará calidad en el mismo.

CORTESÍA. - amabilidad y respeto en el momento de comunicarse con el cliente.

COMUNICACIÓN. - en los requerimientos de los clientes y en la información que se pretende transmitir, esta debe ser clara y precisa.

#### 4.2.3 Demanda

Desde el punto de vista de la demanda, el mercado del Complejo Turístico Recreacional se compone por las personas que requieren adquirir servicios turísticos en la provincia de Chimborazo.

#### 4.2.4 Demanda Histórica

Tabla N° 20 : Demanda Histórica

Año	N° Turistas	Porcentaje de crecimiento
2011	57786	
2012	86099	49%
2013	92952	8%
2014	84212	-9%
2015	112122	33%

Fuente: Elaboración propia a partir de (Ministerio de Turismo, 2015)

#### ANÁLISIS.

Según los datos proporcionados en el Boletín de Estadísticas Turísticas 2011-2015, en la provincia de Chimborazo se registraron en el año 2011, una cantidad de 57.786 turistas y, en el 2012 una cantidad de 86.099 que representa un crecimiento del 49% respecto al año anterior, el 2013 un total de 92.952 que representa un crecimiento de 8% en el año 2014 se contabilizaron un total 84.212 turistas que representa un decrecimiento del -9% y en el 2015 un total de 112.122 turistas representando un 33% de crecimiento respecto al año anterior.

#### 4.2.5 Cálculo de la Demanda Actual

De acuerdo a los datos históricos y debido a que los reportes estadísticos de turismo se emiten por parte del Ministerio de Turismo cada cuatro años y el último corresponde al período 2011-2015 se ha determinado como demanda actual aquella que resulta de la aplicación del método matemático de regresión lineal simple cuya fórmula aplicada es:

$$y = a + bx$$

Se ha aplicado este método de proyección porque tal como lo indica (Geo Tutoriales, 2014) el método de regresión lineal se utiliza para pronósticos de series de tiempo como para pronósticos de relaciones causales. El método de regresión lineal es cuantitativo, en consecuencia, se necesitan datos de esta naturaleza para poder desarrollar un pronóstico.

Por lo tanto, al existir datos históricos referentes a la demanda de turistas en las provincias se puede pronosticar el número de personas que desarrollarían turismo en el año actual y en los años que dure el proyecto.

Tabla N° 21 : Cálculo de la demanda Actual

Año	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>	2016	2017
Turistas	57.786	86.099	92.952	84.212	112.122	117.195	127.505

Fuente: Elaboración propia.

#### ANÁLISIS:

Cómo se puede evidenciar la demanda de turistas en la provincia de Chimborazo para el año 2017 es de 127.505 según el cálculo realizado.

#### 4.2.6 Demanda Proyectada

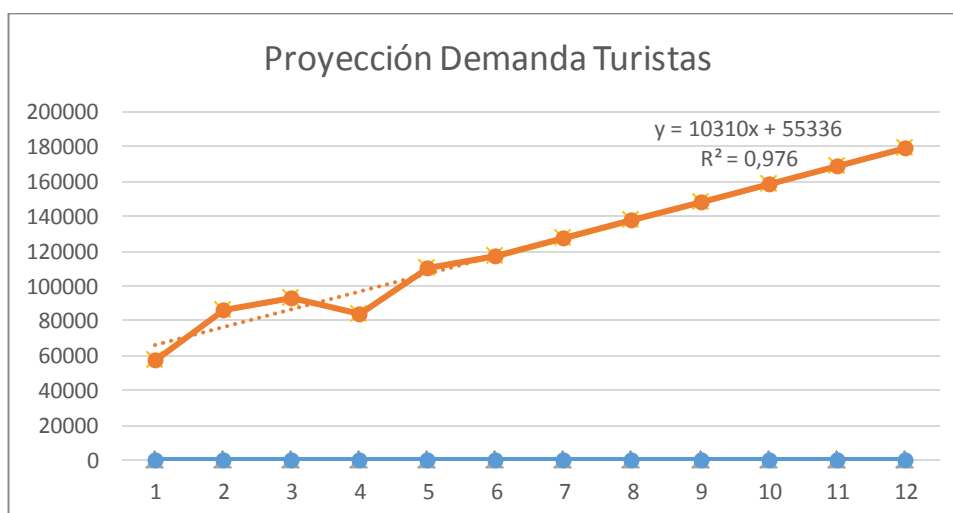
Para el cálculo de la demanda proyectada se realizará el mismo proceso que se ejecutó para calcular la demanda actual, pero se lo realizará hasta el año 2022.

**Tabla N° 22 : Demanda Proyectada**

<b>Años</b>	<b>Períodos</b>	<b>Turistas</b>
<u>2011</u>	1	<u>57.786</u>
<u>2012</u>	2	<u>86.099</u>
<u>2013</u>	3	<u>92.952</u>
<u>2014</u>	4	<u>84.212</u>
<u>2015</u>	5	<u>112.122</u>
2016	6	117.195
2017	7	127.505
2018	8	137.815
2019	9	148.125
2020	10	158.435
2021	11	168.745
2022	12	179.055

**Fuente:** Elaboración propia.

**Figura N° 24 : Demanda Proyectada**



**Fuente:** Elaboración propia.

### **ANÁLISIS:**

Luego de aplicar la ecuación del método matemática de regresión lineal se obtiene la cantidad de demanda proyectada de turistas para el año 2018 que es de 137.815 y en el año 2022 una demanda proyectada de 179.055. Estas proyecciones se basan en los datos históricos turistas registrados en la provincia de Chimborazo.

#### 4.2.7 Oferta

La oferta determinará cuántos vendedores del servicio turístico existen para cubrir las necesidades de los demandantes del mismo; es decir mediante este análisis se podrá conocer si es posible o no acceder al mercado con el servicio que se pretende ofrecer.

#### 4.2.8 Cuantificación de la Oferta

Los datos de la oferta se han obtenido de la Dirección de Turismo del GADM de Riobamba que es en donde se encuentra la mayor oferta turística de la provincia, ya que el Boletín Estadístico Turístico del último período emitido por el Ministerio correspondiente únicamente a emitido datos del año 2015.

#### 4.2.9 Oferta Histórica

Se han tomado los datos del catastro del GADM Riobamba, desde el año 2014 hasta el año 2016, información que se detalla a continuación de acuerdo a las plazas que los establecimientos turísticos presentan para ofrecer a los turistas.

**Tabla N° 23 : Oferta Histórica**

<b>Año</b>	<b>Número de Establecimientos</b>	<b>Número de Plazas</b>
2014	168	<b>2.245</b>
2015	105	<b>1.714</b>
2016	193	<b>5.000</b>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de (GADM Riobamba , 2017)

#### **ANÁLISIS:**

Se puede evidenciar que la oferta ha incrementado en un 122% en el año 3 respecto al año 1, esto se basa en los datos del catastro de turismo otorgados.



#### 4.2.10 Oferta Proyectada

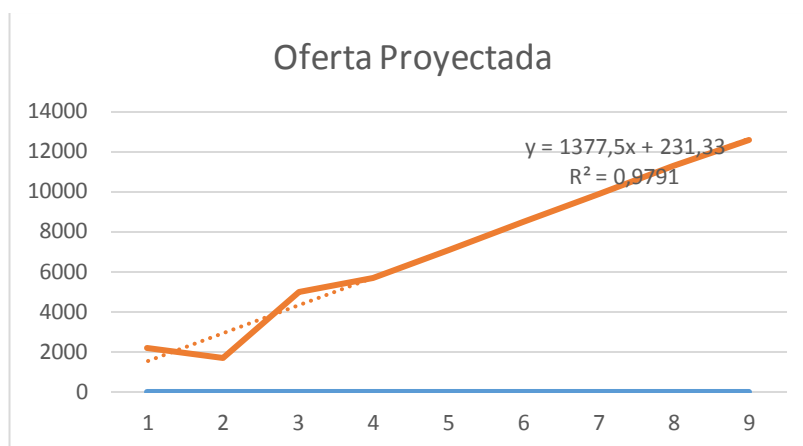
Para la proyección de la oferta, se aplica el método matemático de regresión lineal simple igual que en la demanda proyectada debido a que también se cuentan con datos históricos que permitan realizar el pronóstico requerido, este dato servirá para el cálculo de la demanda insatisfecha.

Tabla N° 24 : Oferta Proyectada

Años	Períodos	Oferta Proyectada
<u>2014</u>	1	<u>2245</u>
<u>2015</u>	2	<u>1714</u>
<u>2016</u>	3	<u>5000</u>
2017	4	5741
2018	5	7119
2019	6	8496
2020	7	9874
2021	8	11251
2022	9	12629

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 25 : Oferta Proyectada



Fuente: Elaboración propia.

#### ANÁLISIS:

La oferta va incrementando año tras año según el cálculo realizado, para el año 2022 se espera una oferta de 12.629 plazas que permitirán satisfacer a la demanda turística.

#### 4.2.11 Cálculo de la demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha turística resultará de la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda Insatisfecha: Oferta Proyectada} - \text{Demanda Proyectada}$$

Tabla N° 25 : Determinación de la Demanda Insatisfecha

<b>DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA</b>			
<b>Año</b>	<b>Oferta Proyectada</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Balance entre Oferta y Demanda</b>
2018	7.119	137.815	-130.696
2019	8.496	148.125	-139.629
2020	9.874	158.435	-148.561
2021	11.251	168.745	-157.494
2022	12.629	179.055	-166.426

Fuente: Elaboración propia.

#### ANÁLISIS:

Una vez realizado el cálculo es notable que el balance entre oferta y demanda proyectada es negativo lo que significa que existe demanda insatisfecha; por tanto, la demanda existente es mayor que la oferta y esta puede ser cubierta totalmente o en parte por el proyecto.

#### 4.2.12 Demanda a la que se pretende cubrir

Considerando que la capacidad del proyecto estará basada en la disponibilidad existente de recursos humanos y de infraestructura turística a pequeña escala, es adecuado tomar en cuenta como demanda objetiva al 10% de la demanda insatisfecha. Puede parecer una cifra baja, pero resulta mejor tener una idea real de lo que en un inicio será la ejecución del proyecto. A medida que la rentabilidad económica del proyecto se haga evidente podría incrementarse la capacidad turística del complejo y así abarcar mayor demanda.

**Tabla N° 26 : Determinación de la Demanda que se pretende cubrir**

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Demanda a cubrir (10%)</b>
<b>2018</b>	130.696	13.070
<b>2019</b>	139.629	13.963
<b>2020</b>	148.561	14.856
<b>2021</b>	157.494	15.749
<b>2022</b>	166.426	16.643

Fuente: Elaboración propia

### **ANÁLISIS:**

La demanda que se pretende cubrir con el proyecto para el 2018 es de 13.070 personas mientras que para el 2022 serían 16.643 clientes.

Es necesario recalcar y al como consta en la tabla N° 10, según las encuestas el 98% de los encuestados tiene la disposición de acudir al Complejo Turístico Recreacional quienes además manifiestan que acudirían dos veces al año Tabla N° 17.

Por tanto, a continuación, se detalla la cantidad total de clientes potenciales anuales que tendría el proyecto.

#### **4.2.13 Demanda Potencial**

**Tabla N° 27 : Determinación de la Demanda Potencial**

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>10%</b>	<b>98% Disponibilidad</b>	<b>Frecuencia de visita anual x 2</b>
<b>2018</b>	130.696	<b>13.070</b>	12.809	<b>25.618</b>
<b>2019</b>	139.629	<b>13.963</b>	13.684	<b>27.368</b>
<b>2020</b>	148.561	<b>14.856</b>	14.559	<b>29.118</b>
<b>2021</b>	157.494	<b>15.749</b>	15.434	<b>30.868</b>
<b>2022</b>	166.426	<b>16.643</b>	16.310	<b>32.620</b>

Fuente: Elaboración propia

### **ANÁLISIS:**

Con la información anteriormente detallada el total de clientes potenciales anuales que tendría el proyecto sería de 25.618 en el año 2018 y en el 2022 un número de 32.620 turistas.

#### **4.2.14 Marketing Mix**

El marketing mix integrará procesos desde la creación, promoción y valor agregado del servicio que se le entregará al cliente y que permitirá satisfacer sus necesidades.

##### **4.2.14.1 Producto o Servicio**

Se trata de un Complejo Turístico Recreacional dedicado a brindar servicios de recreación, esparcimiento, alimentación saludable y típica del lugar y alojamiento en un lugar tranquilo y seguro.

##### **4.2.14.2 Precio**

Según (Chaquilla, 2013); “existen tres procedimientos principales para fijar los precios: A partir de los costos, de acuerdo al potencial de ventas y de acuerdo a la competencia. Es importante resaltar la importancia del concepto de valor percibido del producto por el cliente en el precio del producto recibido.”

Así, de acuerdo a la tabla N° 11, los encuestados en su mayoría representados por el 64,3% estarían dispuestos a pagar un valor de \$5,00 y el 50% de este aplica a niños y adultos mayores. Estos valores serán cancelados por los clientes para el uso del área recreacional del Complejo, comprendido por los servicios de: Piscinas, juegos infantiles, canchas deportivas, senderos ecológicos, estacionamiento.

De la misma manera según la Tabla N° 15, los turistas que se alojarían en el Complejo Turístico Recreacional en su mayoría esto es el 70,8% de encuestados pagarían un precio por alojamiento por persona de \$15,00.

Para el restaurante en cambio se fijarán los precios a partir de los costos, estableciendo fijos, variables con la adición del 60% de utilidad. La materia prima se encuentra especificado para cada menú, la mano de obra directa constituye el chef, ayudante de cocina mientras que la indirecta la comprende el jefe de operación turística, estos valores se han obtenido del sueldo anual de cada uno dividido para el número de platos que se elaborarán en el año, los costos indirectos de fabricación comprenden el combustible (gas).

<b>MENÚ 1</b>	<b>MP</b>	<b>MOD</b>	<b>CIF</b>	<b>UT. 60%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PRECIO</b>
	\$1,81	\$0,95	\$0,14	1,74	\$4,64	<b>\$4,60</b>

El mismo procedimiento se siguió para determinar el precio de venta de los demás platos que se ofrecerá en el restaurante del Complejo Turístico Recreacional. Anexo N° 6.

#### **4.2.14.3 Plaza o Distribución**

Dentro del marketing mix la plaza es el lugar en el cual se ofertarán los servicios, por esta razón se determina que el complejo turístico recreacional Tatki man Oriente Ecuatoriano pondrá a disposición sus servicios a los pobladores de la parroquia Cebadas y sus visitantes.

#### **Canales de Distribución**

El complejo turístico recreacional ofertará un servicio más no un producto, por lo que la venta del mismo se lo hace de manera directa sin la necesidad de intermediarios.

#### **4.2.14.4 Promoción**

Para promocionar el complejo turístico recreacional se utilizarán estrategias que logren la aceptación de los servicios por los clientes.

Según las encuestas los posibles clientes gustarían de ser informados de los servicios turísticos ofertados por los siguientes medios:

- Redes Sociales: actualmente la tecnología y la comunicación demandan el involucramiento de las empresas en este ámbito, por lo que se creará una página de la empresa en las redes sociales de mayor concurrencia por los clientes potenciales en donde se informe los servicios ofertados por el complejo turístico recreacional.
- Radio: se deberá contratar cuñas radiales publicitarias en la radio de mayor frecuencia en la parroquia.

En cuanto a promociones como tal se establecerán estrategias dependiendo de la demanda existente en el futuro.

### 4.3 ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.3.1 Objetivo

Demostrar la factibilidad técnica del proyecto, analizando desde el ámbito económico la mejor alternativa en lo referente a tamaño, localización y procesos de producción que requiere el servicio a ofertar.

#### 4.3.2 Tamaño del proyecto

##### 4.3.2.1 Factores determinantes del tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto se ve determinado por algunos factores importantes como se detalla a continuación:

Tabla N° 28 : Factores determinantes del tamaño del proyecto

FACTOR	DESCRIPCIÓN
<i>MERCADO</i>	El mercado potencial para el complejo turístico serán los turistas de la provincia de Chimborazo, que estén dispuestos a acudir y disfrutar de los servicios que este oferte. El mercado insatisfecho para el 2018 es de 130696; de los cuáles se estima atender al 10% lo que significa un total de 13.070 turistas de estos el 98% estarían dispuestos a acudir al complejo dos veces al año, dando un total anual de 25.618 clientes potenciales.
<i>DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS</i>	Para la puesta en marcha del proyecto, el plan de inversión del mismo contempla como fuente de financiamiento la aportación de socios, que son de carácter público representado por el GADPR

	Cebadas con el 50% de aportación y de carácter privado con el restante 50%.
<i>DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA</i>	El Complejo Turístico Recreacional dispondrá de mano de obra calificada para las distintas áreas que componen la empresa. La PEA de la parroquia Cebadas está conformada por un total de 3.377 personas mismas que podrían laborar en la empresa.
<i>DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA</i>	La materia prima para la preparación de comida estará constituida por carnes, hortalizas, verduras, condimentos naturales y tubérculos; productos que se los puede conseguir en la parroquia Cebadas ya que es eminentemente agrícola y ganadera; lo que permitirá adquirir estos productos frescos y de buena calidad.
<i>DISPONIBILIDAD DE RECURSOS HÍDRICOS</i>	- Ríos: A la parroquia Cebadas la atraviesan los Ríos Yasipán, Guarguallá, Tingo, Pancún y Atillo. Solamente el Río Cebadas presentan un caudal 19,5 m <sup>3</sup> /s.
<i>DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS</i>	La parroquia Cebadas dispone de Agua Potable, Alcantarillado, Energía Eléctrica, Comunicación y Eliminación de desechos.
<i>DISPONIBILIDAD DE VÍAS DE ACCESO</i>	La Parroquia Cebadas se encuentra inmersa tanto en la red vial nacional y provincial.
<i>DISPONIBILIDAD DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</i>	La parroquia consta de 16 atractivos turísticos entre la jerarquía I y II.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de PDOT GADPR Cebadas (2015)

## **ANÁLISIS:**

La tabla N° 28, resume los factores determinantes del tamaño del proyecto y se puede evidenciar que la parroquia dispone de todos ellos lo que permite ejecutar el proyecto.

### 4.3.3 Determinación del tamaño óptimo

#### 4.3.3.1 Clientes proyectados por año

Tabla N° 29 : Clientes proyectados por año

AÑO	ANUAL	MENSUAL	SEMANAL	DIARIO
2018	25.618	2135	493	70
2019	27.368	2281	526	75
2020	29.118	2426	560	80
2021	30.868	2572	594	85
2022	32.620	2718	627	89

Fuente: La autora

#### ANÁLISIS:

La tabla N° 29, muestra el número de posibles clientes que se atendería anual, mensual, semanal y diariamente. Así en el año 2018 los clientes ascienden a 25.618, cada mes un total de 2.135 clientes, 493 turistas semanales y un total de 70 diarios, estos valores van ascendiendo año tras año.

#### 4.3.3.2 Consumo aparente de los servicios a ofertarse.

De la misma manera, como consta en la Tabla N° 12, los servicios del Complejo Turístico Recreacional demandados se distribuyen de la siguiente manera de acuerdo a la encuesta aplicada.

A continuación, se muestra el número de clientes aparentes anuales por áreas:

Tabla N° 30 : Clientes proyectados por áreas.

Año	Demanda	Área de Recreación	Restaurante	Alojamiento y Restaurante	Ninguno
		100%	70,41%	24,49%	5,10%
2018	25.618	25.618	18.038	6.274	1.307
2019	27.368	27.368	19.270	6.702	1.396
2020	29.118	29.118	20.502	7.131	1.485
2021	30.868	30.868	21.734	7.560	1.574
2022	32.620	32.620	22.968	7.989	1.664

Fuente Elaboración propia a partir de Tabla N° 12



## ANÁLISIS:

Se ha realizado un estimado de los turistas que adquirirían los diferentes servicios de la empresa según los datos obtenidos en la encuesta; así en el área recreativa se tendrían un total de 25.618 turistas; el 70,41% manifestaron que además de la recreación desean alimentarse en las instalaciones de la empresa y el 24,49% desean hospedarse y consumir alimentos. Dando así un total anual de consumidores para el año 2018 en el área recreativa de 25.618, el total de consumidores del restaurante en el mismo año será de 24.312 y quienes adquieran el servicio de alojamiento en el 2018 es de 6274.

### 4.3.3.3 Definición de las capacidades instaladas.

#### Clientes Projectados para el servicio de Restaurante

Tabla N° 31 : Clientes proyectados área de restaurante

<b>Año</b>	<b>Clientes Anuales</b>	<b>Clientes Diarios</b>	<b>N° Mesas</b>	<b>Tiempo de ciclo de servicio por mesa</b>
<b>2018</b>	24.312	67	11	0,92 h
<b>2019</b>	25.972	71	12	0,92 h
<b>2020</b>	27.633	76	13	0,92 h
<b>2021</b>	29.294	80	13	0,92 h
<b>2022</b>	30.957	85	14	0,92 h

Fuente: Elaboración propia

## ANÁLISIS:

Cómo se puede evidenciar el servicio de alimentación atenderá un total anual de 24.312 posibles clientes lo que significa alrededor de 67 clientes diarios, que en mesas de 6 asientos cada una da un total de 11 mesas para el restaurante adicionando una silla para un cliente. El tiempo de ciclo de servicio por mesa comprende desde cuando los clientes ingresan al restaurante hasta cuando cancelan su pedido y se despiden y como consta en el Figura N° 31 este tiempo es de 55 minutos que corresponde a 0,92 horas.

**Tabla N° 32 : Capacidad Instalada para Restaurante**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Espacio ocupado por cliente	1,50 m2
Pasillo	0,30 m2
Total Ocupado por cliente	<b>1,80 m2</b>
<i>Cientes de restaurante 2022</i>	85
<b>TOTAL</b>	153 m2
Área de cocina y almacenamiento	97 m2
<b>TOTAL ÁREA DE RESTAURANTE</b>	<b>250,00 m2</b>

Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS:** Se considera que cada cliente ocupa un espacio de 1,50 m<sup>2</sup> y el espacio comprendido por los pasillos comprende 0,30 m<sup>2</sup>, por lo que el espacio ocupado por cada cliente sería de 1,80 m<sup>2</sup>. En el año 2022 que es el quinto año del proyecto se esperan un total de 85 clientes diarios lo que da un área de **153 m<sup>2</sup>**. Considerando además el área de la cocina, almacenamiento y vestidores un área de 97 m2 lo que significa un total de área del restaurante de **250m<sup>2</sup>**.

### **Capacidad Instalada de Área Recreativa**

**Tabla N° 33 : Clientes proyectados para área recreativa**

<b>Año</b>	<b>Anual</b>	<b>Diario</b>
2018	25.618	70
2019	27.368	75
2020	29.118	80
2021	30.868	85
2022	32.620	89

Fuente: Elaboración propia

### **ANÁLISIS:**

El área recreativa comprendida por piscinas, senderos ecológicos, juegos infantiles y canchas de uso múltiple estará demandada por un total anual de 25.617 clientes, lo que significa un total de clientes diarios de 70 para el año 2018.

La piscina tendrá una dimensión de 200 m<sup>2</sup> considerando que cada cliente requiere una capacidad de 2 m<sup>2</sup>, con fondo de rampa de 0,5 m hasta llegar a 1,5 metros en la zona más profunda.

Para niños la piscina será construida de forma redonda de 5 metros de diámetro con profundidad de 0,50 metros lo que significa un área de 25 metros cuadrados.

El área total de piscinas con corredores, baños, vestidores, bodegas, armarios será de 650 m<sup>2</sup>.

Las canchas múltiples serán en número de 2, una de índor fútbol y la segunda de basquetbol y voleibol tendrán un área de 640 m<sup>2</sup>.

Los juegos infantiles constarán de columpios, resbaladeras, sube y baja, escaleras y demás accesorios infantiles con un área de 325 m<sup>2</sup>.

### **Capacidad Instalada para Cabañas.**

**Tabla N° 34 : Clientes proyectados para área cabañas**

<b>Año</b>	<b>Anual</b>	<b>Diario</b>
2018	6.274	17
2019	6.702	18
2020	7.131	20
2021	7.560	21
2022	7.989	22

**Fuente:** Elaboración propia

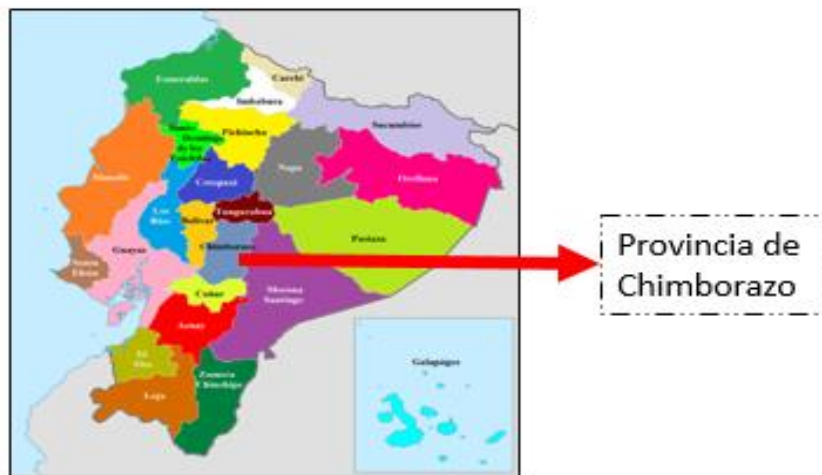
**ANÁLISIS:** De acuerdo a las encuestas realizadas un número total de 6.274 clientes anuales desearía hospedarse en las cabañas del Complejo Turístico Recreacional. Las cabañas tendrán una capacidad para 5 personas cada una. Las cabañas ocuparán un área de 325 m<sup>2</sup>.

#### 4.3.4 Localización del Proyecto

##### 4.3.4.1 Macro localización

El complejo turístico recreacional “Tatki man Oriente Ecuatoriano” se ubicará en la Región Sierra, Provincia de Chimborazo.

Figura N° 26 : Mapa del Ecuador – Provincia de Chimborazo



Fuente: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/9314-mapa-del-ecuador-con-sus-provincias-mapa-pol%C3%ADtico-f%C3%ADsico-y-tur%C3%ADstico>

##### 4.3.4.2 Micro localización

La micro localización es la ubicación exacta del Complejo Turístico Recreacional, dentro de la localización macro indicada anteriormente.

La micro localización sería en la Comunidad Pancún ubicada a 8 minutos del centro de la parroquia.

**Figura N° 27 : Micro localización del Complejo Turístico Recreacional “Tatki man Oriente Ecuatoriano”**



**Fuente:** (GADPR Cebadas, 2015)

Resulta necesario determinar técnicamente la micro localización del proyecto, para lo cual se aplicará el siguiente método de ponderación estableciendo ciertos factores preponderantes que se calificará según la importancia de cada uno.

**Tabla N° 35 : Determinación de micro localización, método ponderado**

FACTORES	PESO ASIGNADO	ALTERNATIVA 1 CENTRO DE CEBADAS		ALTERNATIVA 2 COMUNIDAD PANCÚN	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Proximidad al mercado	0,20	10	2	8	1,6
Terreno en disponibilidad	0,20	6	1,2	10	2
Acceso a servicios básicos	0,20	8	1,6	9	1,8
Condiciones climáticas	0,20	8	1,6	9	1,8
Disponibilidad de mano de obra	0,10	9	0,9	9	0,9
Accesibilidad	0,10	10	1	10	1
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>51,00</b>	<b>8,30</b>	<b>55,00</b>	<b>9,10</b>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de (Baca, 2010, pág. 86)

## ANÁLISIS:

Se concluye que de las dos alternativas la localización adecuada para el proyecto es la Alternativa 2, ya que obtuvo el mayor puntaje. Por esta razón el Complejo Turístico Recreacional se asentará en la Comunidad Pancún a ocho minutos de la Parroquia.

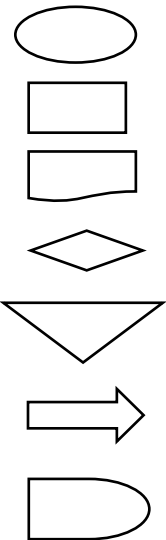
### 4.3.5 Ingeniería del Proyecto

#### 4.3.5.1 El proceso del servicio

Para los procesos de todos los servicios se establecen diagramas de flujo. El seguimiento de cada uno facilitará la provisión del servicio desde que el cliente solicita el servicio hasta que se despide.

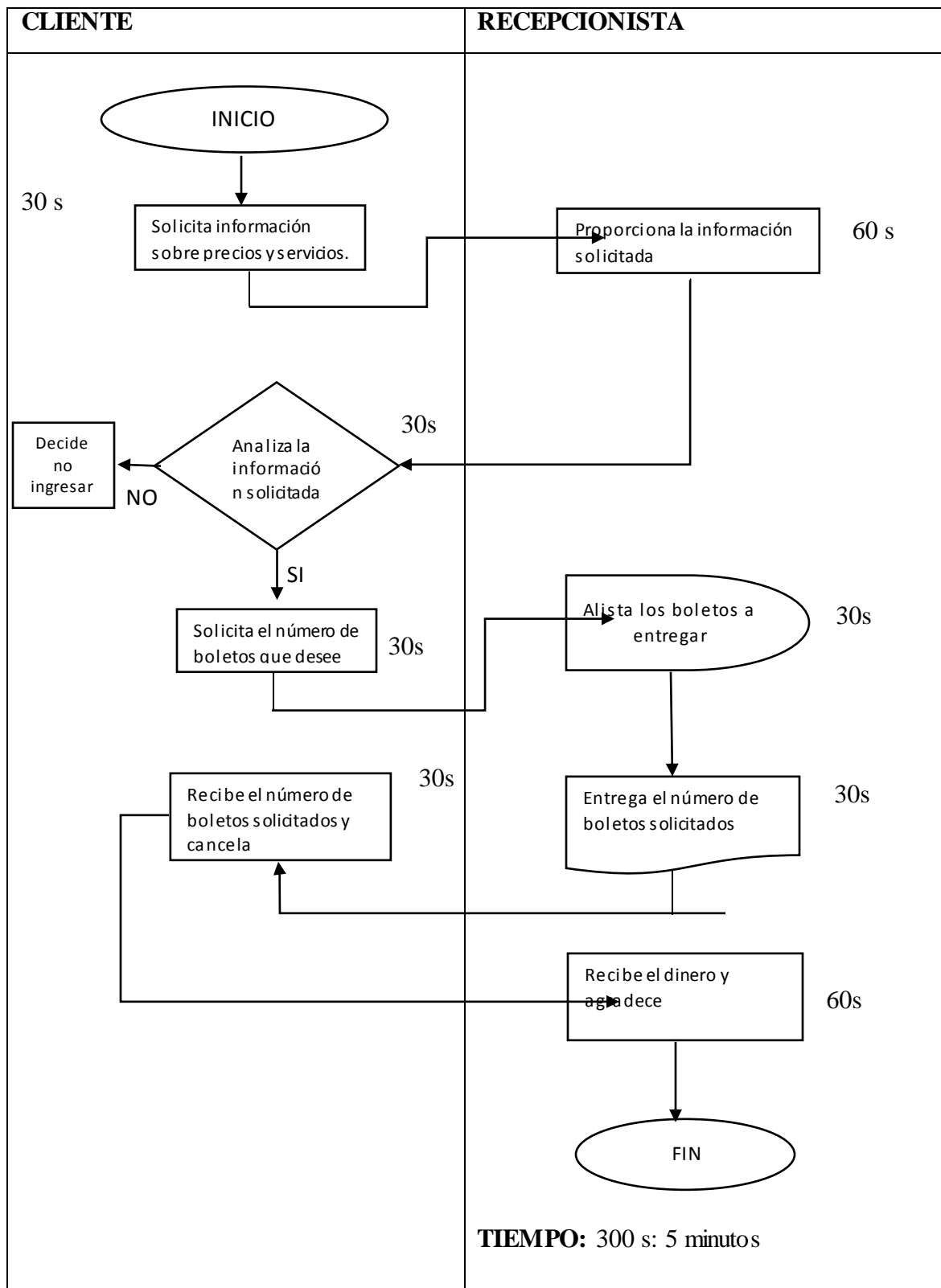
Para un mejor entendimiento de los procesos descritos en los flujogramas de procesos se manejará la siguiente simbología:

Tabla N° 36: Simbología de Flujogramas de procesos CTR

 <p>Diagrama que muestra siete símbolos utilizados en flujogramas de procesos CTR, listados verticalmente de arriba hacia abajo: un óvalo, un rectángulo, un rectángulo con una línea ondulada en la parte inferior, un rombo, un triángulo invertido, una flecha horizontal, y un símbolo de archivo (un rectángulo con una curva en la parte superior derecha).</p>	<p><b>Inicio o Término:</b> Indica el inicio o fin del flujo</p> <p><b>Actividad:</b> actividades a realizar durante el proceso.</p> <p><b>Documento:</b> Indica cualquier documento necesario en el proceso.</p> <p><b>Decisión o Alternativa:</b> determina que se debe tomar una decisión y elegir entre dos o más opciones.</p> <p><b>Archivo:</b> Indica que un documento es guardado temporal o definitivamente.</p> <p><b>Desplazamiento:</b> Indica el movimiento de personas, materiales o equipos.</p> <p><b>Espera:</b> Indica demora en el desarrollo de las actividades.</p>
--	---

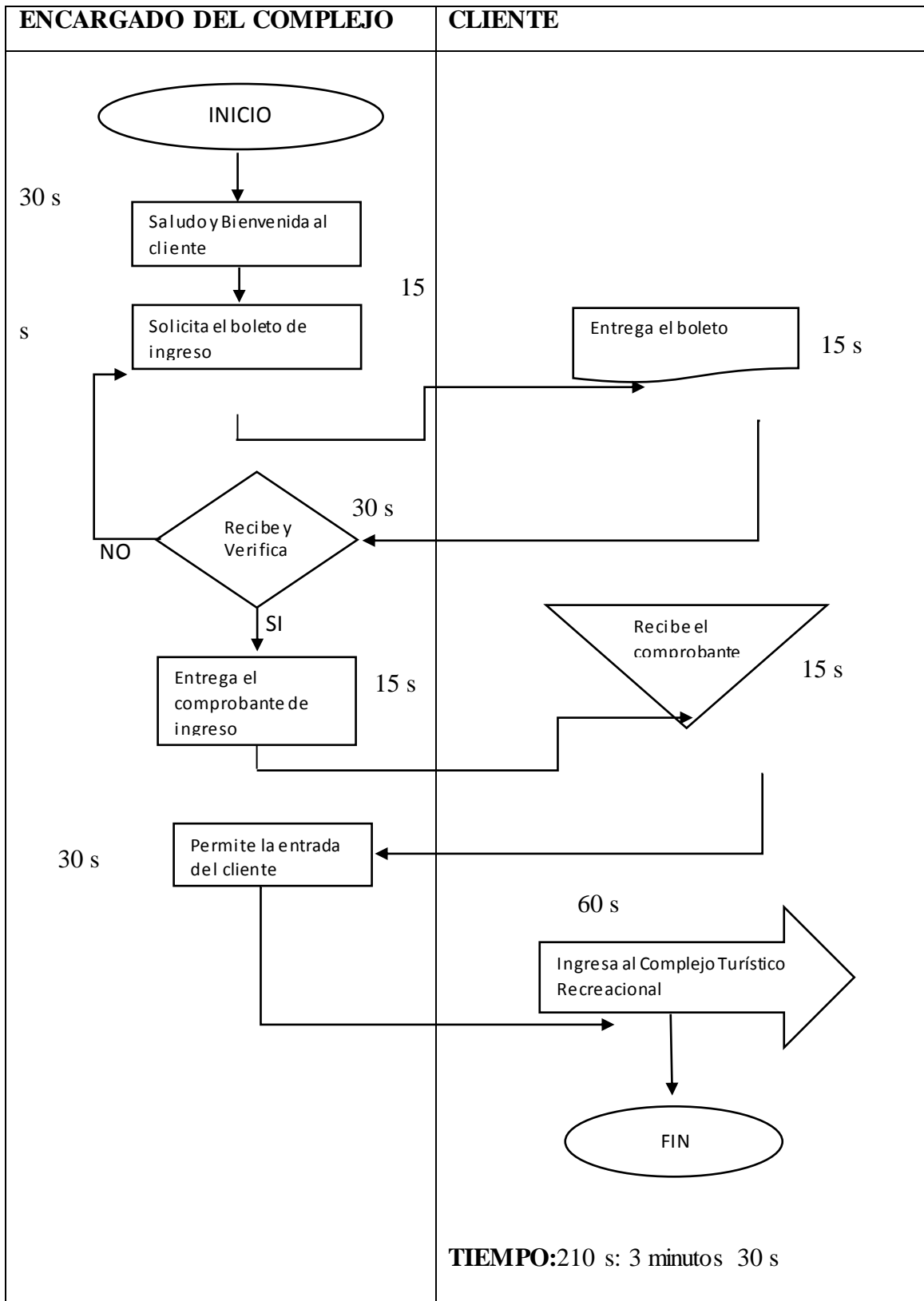
Fuente: (Rodríguez J. , 2012)

Figura N° 28 : Flujograma compra de boletos de ingreso



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 29 : Flujograma Ingreso al área recreativa



Fuente: Elaboración propia.



Figura N° 30 : Servicios de Alimentación Flujograma

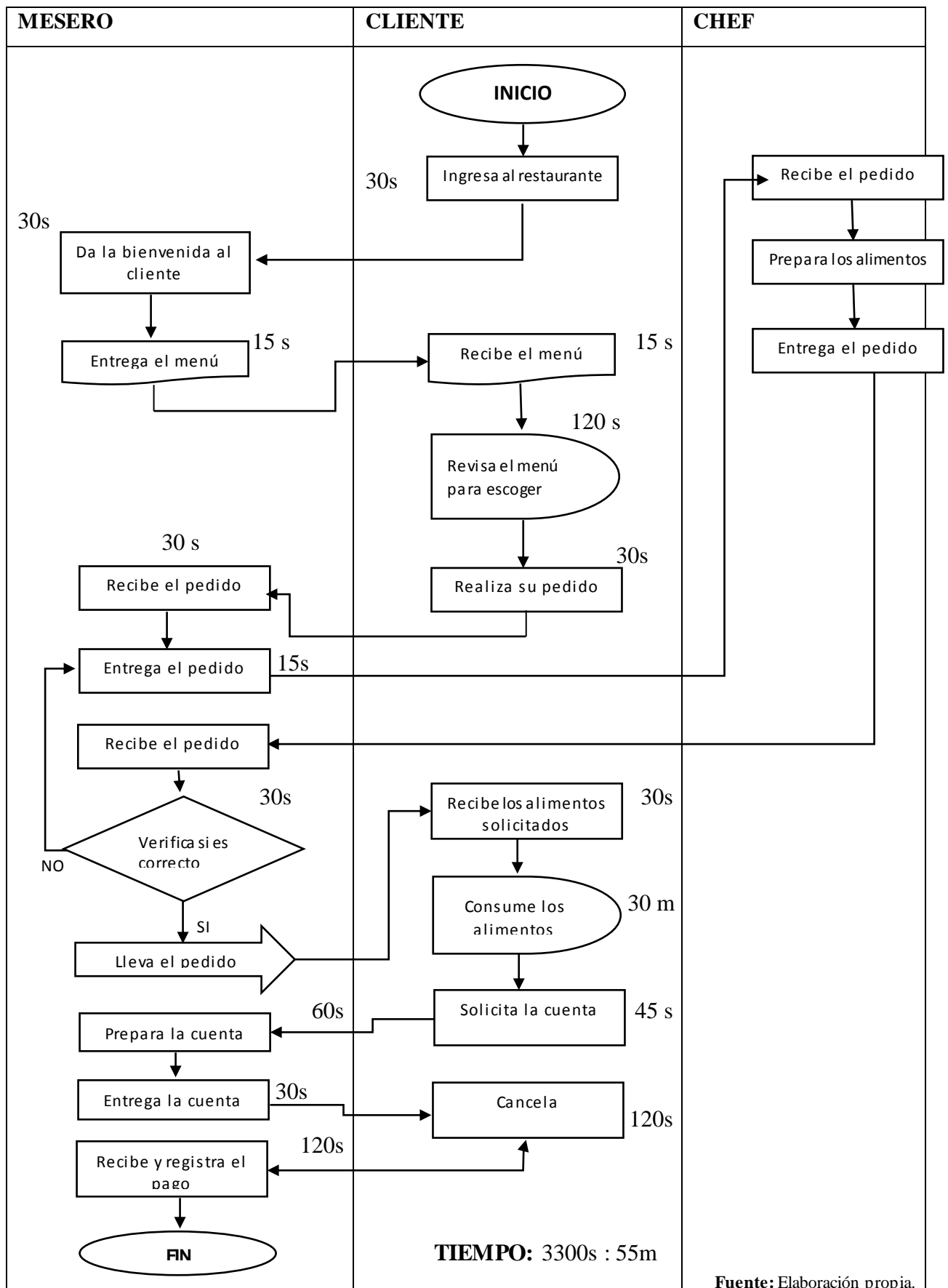
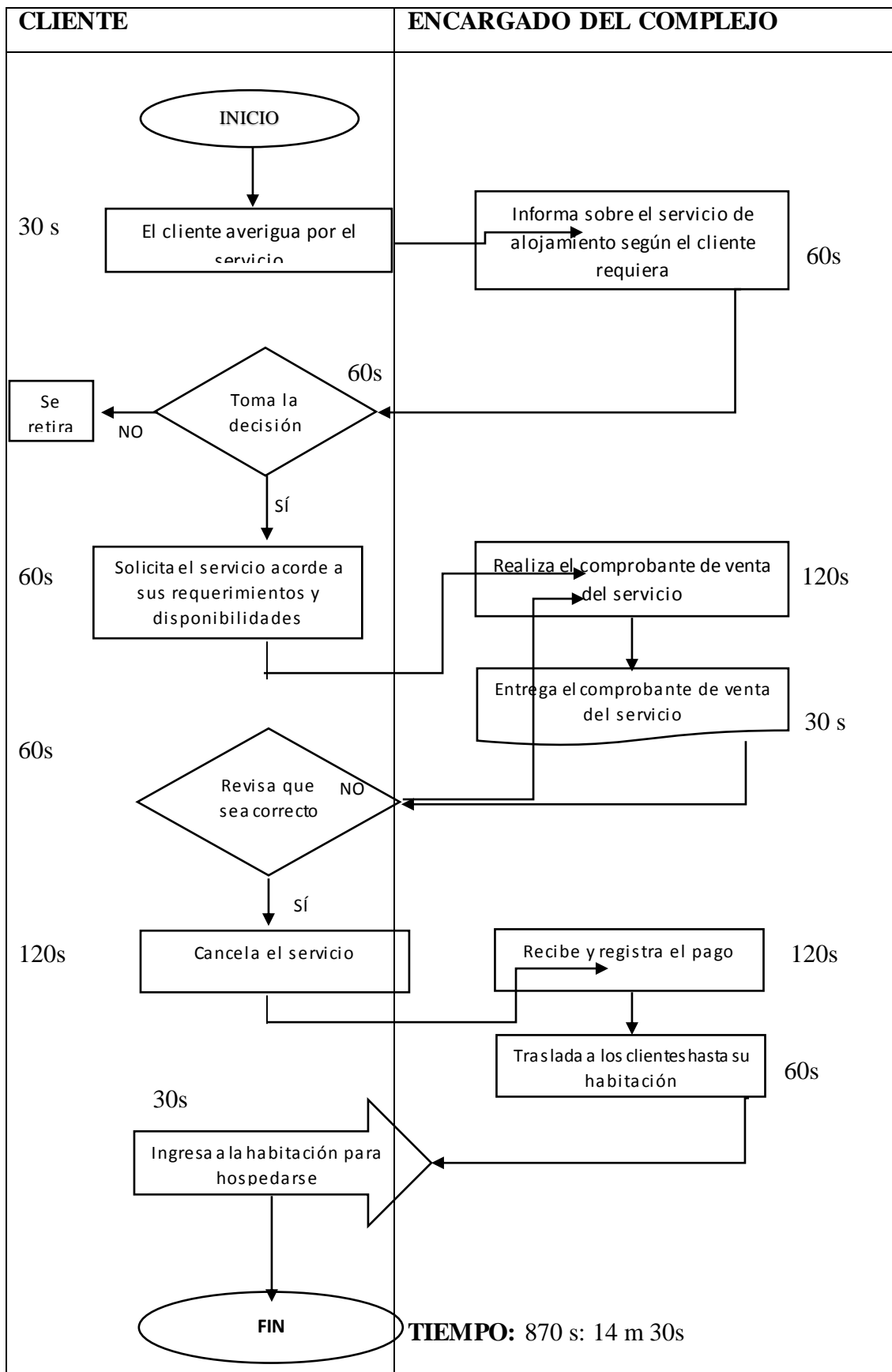


Figura N° 31 : Flujograma servicios de Alojamiento



Fuente: Elaboración propia.

## **ANÁLISIS GENERAL:**

Los flujogramas de proceso indican los pasos que implican cada subproceso, desde la Adquisición de los boletos por parte del cliente para el área recreativa seguido por el ingreso a cada servicio de la misma, así como la adquisición del servicio de restaurante y de alojamiento en las cabañas del Complejo Turístico Recreacional.

Así tenemos que; en la compra de boletos hay un tiempo de 5 minutos. Ingreso al Complejo 3 minutos con 20 segundos, Servicio de Alimentación en el Restaurante 55 minutos, y servicio de alojamiento 12 minutos con 15 segundos.

## **4.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

### **4.4.1 Base Legal**

#### **4.4.1.1 Constitución de la Empresa.**

El Complejo Turístico Recreacional se constituirá como una Empresa de Economía Mixta, debidamente registrada ante las autoridades legales competentes, para esto se someterá a las Leyes Constitucionales de la República, las Leyes de Turismo y las Leyes Ambientales.

Una vez constituida la empresa de economía mixta se obtendrán los permisos y patentes para legalizar su funcionamiento.

A continuación, se detallan textualmente las leyes y sus artículos que rigen el funcionamiento de esta empresa, y los requisitos necesarios para constituir la, así como la obtención de permisos y patentes de funcionamiento.

#### **4.4.1.2 Leyes aplicables para la constitución de una empresa de economía mixta y legalización de complejos turísticos recreacionales en el Ecuador.**

(Asamblea Constituyente del Ecuador, 2008) en la Constitución de la República del Ecuador, **Art. 66.-** Se reconoce y garantizará a las personas:

- El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.
- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.
- El derecho a la libertad de contratación.

(Asamblea Nacional, 2010) en el Código Orgánico de Organización Territorial y Descentralización **Art. 64.- Funciones de los GAD Parroquiales Rurales.**

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

h) Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos;

## **Ley de Compañías**

### **SECCIÓN VIII DE LA COMPAÑÍA DE ECONOMÍA MIXTA**

**Art. 308.-** “El estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, juntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía”

**Art. 310.-** Las entidades enumeradas en el Art. 308 podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también mediante la concesión de prestación de un servicio público por un período determinado.

**Art. 311.-** Son aplicables a esta compañía las disposiciones relativas a la compañía anónima en cuanto no fueren contrarias a las contenidas en esta sección.

## **Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera**

### **Art. 2.- Reglas generales**

1. Se entiende por asociación público-privada a la modalidad de gestión delegada por la que el Estado, para la provisión de bienes, obras o servicios bajo su competencia, encomienda a un sujeto de derecho privado la ejecución de un proyecto público específico y su financiamiento, total o parcial, a cambio de una contraprestación por su inversión y trabajo, de conformidad con los términos, condiciones, límites y más estipulaciones previstas en un contrato de gestión delegada.

Una empresa de economía mixta jurídicamente, es una modalidad de la compañía anónima, en la que concurre el aporte del sector público y del sector privado. La constitución de este tipo de empresa se la podrá hacer con cualquier número de socios en el sector privado.

Por esta razón en la constitución de esta empresa existirá la intervención del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Cebadas y del sector privado con un total de tres socios.

(Ministerio de Turismo, 2002) en la 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.

Por lo tanto, el Complejo Turístico Recreacional es viable legalmente de crear ya que su constitución está amparada por las Leyes y Reglamentos de la República del Ecuador que se han descrito en párrafos anteriores.

#### **4.4.1.3 Requisitos legales para constituir la empresa**

#### **Constitución de la Compañía de Economía Mixta**

## **Requisitos Generales**

Para constituir una empresa de economía mixta es indispensable el contrato de personas jurídicas de derecho público con personas jurídicas o naturales de derecho privado.

Para la constitución de este tipo de empresas se realiza el mismo trámite que se utiliza en la compañía anónima.

- Socios: mínimo dos
- Capital mínimo: Ochocientos dólares
- Valor de la acción: Mínimo 1 USD por acción.

### **Trámite para la constitución:**

(Pilco, 2012) cita a Superintendencia de Compañías donde expone los pasos a seguir para constituir una empresa:

- Aprobación de la razón social de Complejo Turístico Recreacional en la Superintendencia de Compañías.
- Abrir una cuenta de integración de capital en un banco cualquiera de la ciudad.
- En una notaría elevar a escritura pública la minuta de constitución del Complejo Turístico Recreacional.
- Presentar tres escrituras constitutivas en la Superintendencia de Compañías, adjuntando documentos de identificación del suscriptor del documento.
- En un lapso de 48 a 72 horas la Superintendencia de Compañías notificará modificaciones o expedirá la resolución de aprobación.
- Publicar el extracto de la resolución emitida por la Superintendencia de Compañías.
- En la misma notaría donde reposa la escritura matriz de constitución sentar razón de la resolución de constitución.
- Inscripción de las escrituras en el Registro Mercantil.
- Inscripción en el Registro Mercantil los nombramientos del representante legal de la empresa.
- Para finalizar el trámite de constitución de la empresa en la Superintendencia de Compañías se deben presentar; escritura con la resolución de la Superintendencia de

compañías inscrita en el registro mercantil, ejemplar o copia del extracto publicado en el periódico, original o copias certificadas del nombramiento del representante legal y administradores del complejo turístico recreacional inscritos en el registro mercantil, copias de los documentos personales del representante legal y administrador del Complejo Turístico Recreacional, formulario original del RUC lleno y firmado por el representante legal y copia de un pago de servicio básico del domicilio del complejo turístico recreacional.

### **Requisitos para la obtención del RUC**

- Formulario O1-A llenado y firmado por el representante legal.
- Escritura pública de constitución o domicialización inscrita en el Registro Mercantil.
- Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

(Servicio de Rentas Internas, 2017)

### **Requisitos para la obtención del Permiso de Bomberos**

- Informe de inspección del Cuerpo de Bomberos.
- Copia del RUC o RISE
- Copia del pago del Impuesto Predial
- Copia del Pago de la Tasa de Bomberos
- Copia de los documentos personales del representante legal.

Fuente: Cuerpo de Bomberos Riobamba

### **Requisitos para obtener la Patente Municipal**

- Copia del RUC
- Copia de los documentos de identificación del representante legal.
- Estado de Situación Inicial de la compañía.
- Formulario de declaración previo a la obtención de la patente anual.
- Copia del Permiso de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- El costo es de \$360,00 anuales.

La patente se obtiene 30 días posteriores al último día del mes en que inició la actividad.



Fuente: GADM Cantón Guamote

### **Requisitos para obtener el Registro Único de Turismo**

- Copia certificada de la escritura pública constitutiva de la empresa.
- Nombramiento del representante legal del Complejo Turístico Recreacional.
- Copia de los documentos personales del representante legal.
- Copia de la escritura de la propiedad.
- RUC de la empresa.
- Lista de precios de los productos a ofertarse.
- Declaración de fijos en un formulario entregado por el Ministerio de Turismo.
- Detalle del inventario valorado de los activos del establecimiento firmado por el representante legal.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de que la razón social o nombre comercial solicitado no se encuentra registrado.
- El valor a cancelar será calculado para todo el año calendario.

**Fuente:** Ministerio de Turismo Zona 3.

### **Requisitos para la Licencia Anual de Funcionamiento.**

- Certificado actualizado de la afiliación a la Cámara de Turismo Provincial.
- Patente Municipal.
- Certificado del Cuerpo de Bomberos.
- Formulario actualizado de la planta turística.

**Fuente:** GADM Cantón Guamote

### **Requisitos para la obtención de la Licencia Ambiental**

- Solicitud de certificación de intersección con el sistema nacional de áreas protegidas, bosques protectores y patrimonio forestal del Estado, a la que debería adjuntar copia de documentos personales, copia del RUC, copia y original del depósito del \$50,00.
- Certificado de categorización llenando la ficha preliminar ambiental.
- Clasificación de la empresa acorde al potencial del impacto ambiental.

**Fuente:** Dirección Provincial MAE Chimborazo.

#### **4.4.1.4 Razón social, logotipo, slogan**

##### **Razón Social**

En este punto se especificarán las características que reunirá el servicio que se ofrecerá en el complejo turístico recreacional.

**Nombre:** El Complejo Turístico Recreacional se denominará: Tatki man Oriente Ecuatoriano, término quechua que traducido significa Paso al Oriente Ecuatoriano, ya que la Parroquia Cebadas es la llave de entrada a la Región Amazónica ya que se considera como una ruta de integración regional entre la Costa, Sierra y Amazonía.

**Logotipo:** el signo gráfico que identificará a la empresa y su descripción se encuentra en el Anexo N°7, con el cual se busca establecerse en la mente de los posibles demandantes.

**Slogan:**

*“Donde se conjuga la diversión, la interculturalidad y la naturaleza”*

##### **4.4.1.5 Misión**

Ser una empresa de servicios que contribuya al desarrollo turístico local y nacional, así como a la conservación del ambiente, mediante la oferta de servicios turísticos de calidad en un ambiente acogedor garantizando la satisfacción de nuestros clientes

##### **4.4.1.6 Visión**

Posicionarnos como el mejor Complejo Turístico Recreacional de la provincia de Chimborazo por la excelencia en el servicio y el respeto al ambiente, mediante la innovación y el desarrollo de la prestación de nuestros servicios turísticos de calidad.

#### **4.4.1.7 Objetivos Estratégicos**

- Tener como prioridad la satisfacción del cliente mediante la oferta de servicios turísticos de calidad.
- Ofertar diversos e innovadores servicios turísticos que permitan crecer en el mercado.
- Demostrar una imagen de respeto por el ambiente.
- Desarrollar servicios de turismo sostenible.

#### **4.4.1.8 Principios y Valores**

Es imperante el compromiso social, cultural y ambiental con el pueblo Cebadeño adoptando las tácticas empresariales en la preservación ambiental.

Actuar profesionalmente y con integridad moral, respeto, responsabilidad y lealtad hacia las demás personas.

Con los clientes existe el compromiso de entregar un servicio de excelencia y calidad en un ambiente acogedor con un paisaje encantador para el disfrute de todos.

El trabajo del Complejo Turístico Recreacional se basará en los siguientes valores:

- Honestidad e Integridad
- Responsabilidad social.
- Excelencia en el servicio.
- Perseverancia de superación.
- Entusiasmo para la satisfacción de las necesidades de los clientes.

#### **4.4.1.9 Estrategia empresarial**

Con el objetivo de ser más competitivos, se adoptará la estrategia de diferenciación, mediante la oferta diversificada de servicio de hospedaje, alimentación y recreación que provoque una experiencia única e inolvidable en el consumidor. Brindando además un reconocimiento prioritario y obligatorio a la protección del ambiente desarrollando las

actividades turísticas apoyando al desarrollo sostenible y aplicando buenas prácticas ambientales.

#### 4.4.2 La Organización

##### 4.4.2.1 Estructura Organizacional

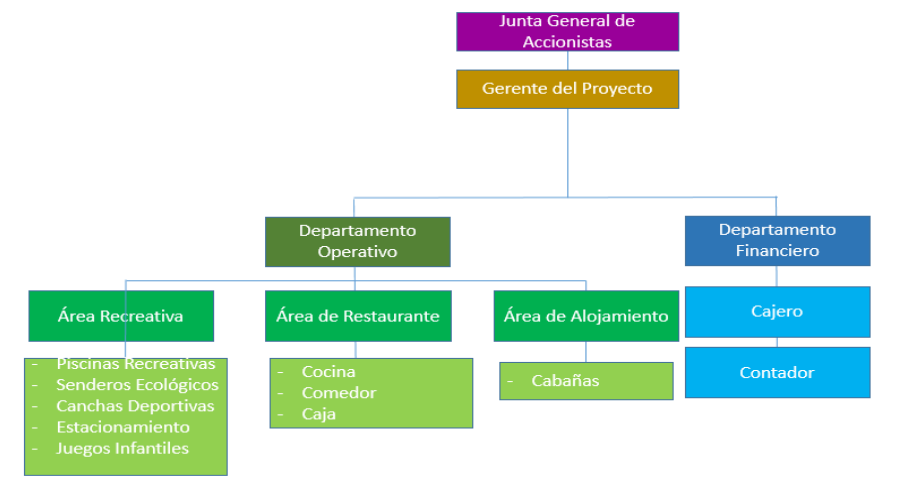
El Complejo Turístico Recreacional estará estructurado orgánicamente en orden jerárquico de la siguiente manera:

- Junta General de accionistas
- Gerente
- Departamentos: Operatividad y Financiero

##### 4.4.2.2 Organigrama Estructural

El Complejo Turístico Recreacional jerárquicamente está regulado por la Junta General de Accionistas que es donde se toman todas las decisiones para la empresa, seguido por la Gerencia del proyecto que tendrá la responsabilidad de administrar y liderar la ejecución del proyecto, así como informar a la junta general de accionistas sobre las acciones ejecutadas en el proyecto y el estado del mismo. Seguidamente se encuentran Departamentos, de Operatividad Turística y Financiero.

Figura N° 32: Organigrama Propuesto CTR



Fuente: Elaboración propia

#### **4.4.2.3 Responsabilidades**

##### **Junta General de Accionistas**

- Toma de decisiones acerca de la empresa.
- Organizar reuniones al final del ejercicio económico.
- Coordinar la ejecución de actividades.
- Establecer la manera de reparto de beneficios sociales.

##### **Gerente del Proyecto**

- Administrar el proyecto hasta la etapa final, con valores como responsabilidad, comunicación, liderazgo, organización, integración y comunicación.
- Dirigir al equipo de trabajo responsables del proyecto.
- Controlar las actividades que se deben ejecutar para la realización del proyecto.
- Diseñar el proceso administrativo.
- Garantizar el uso eficiente de los recursos materiales, económicos y humanos con que la empresa cuenta.
- Asegurar la satisfacción del cliente.

##### **Cajera**

- Brindar una atención correcta a los clientes del Complejo Turístico Recreacional.
- Garantizar la correcta custodia de archivos.
- Responder por el manejo correcto de la reserva de los servicios ofertados en el Complejo Turístico Recreacional.

##### **Jefe de Operación Turística**

- Confirmar que los servicios ofertados por el Complejo Turístico Recreacional sean de calidad.
- Inspeccionar que todas las instalaciones del Complejo Turístico Recreacional tengan la higiene adecuada.

- Supervisar que los jardines, senderos y áreas recreativas del Complejo Turístico Recreacional se encuentren siempre en buen estado.
- Controlar la asepsia de la cocina y Restaurante y los procedimientos que en ellos se ejecutan.
- Disponer actividades a realizar en las áreas de recreación.
- Analizar y evaluar los resultados de las actividades ejecutadas y proponer acciones para otras.
- Lograr los objetivos planteados.
- Ser líder del equipo de trabajo.

### **Chef**

- Administrar el equipo de trabajo a su cargo.
- Garantizar la seguridad e higiene de los alimentos y del personal que labora en el área de cocina y restaurante.

### **Empleados**

- Ejecutar todas las actividades que se establecen en el contrato de trabajo.
- Atender a los clientes del área a su cargo de manera cortés, amable y respetuosa.
- Ser puntual.
- Mantener la higiene tanto personal como del área en la que realiza su trabajo.

### **Departamento Financiero**

- Controlar adecuadamente los registros contables del Complejo Turístico Recreacional al considerarse estos de utilidad y obligatorios ya que reflejan el estado financiero en el que se encuentra la empresa.

#### **4.4.2.4 Perfiles Profesionales**

##### **Gerente**

**Título Profesional:** Ingeniero de Administración de Empresas o carreras afines.

### **Descripción de la Ocupación:**

Gestionar las actividades administrativas y económicas de los recursos humanos o materiales.

Ser el responsable del crecimiento de la empresa y de garantizar la satisfacción de los clientes y empleados.

### **Conocimientos:**

- Herramientas de planificación.
- Gestión de procesos administrativos.
- Técnicas de liderazgo.
- Procesos de negociación y administración de contratos
- Aspectos legales referentes a administración de empresas.
- Planificación de proyectos de tipo turístico.
- Conducir

### **Habilidades:**

- Razonamiento numérico.
- Capacidad de liderazgo.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Relaciones públicas con clientes.
- Innovador, creatividad, persuasividad.

### **Cajera**

#### **Nivel Académico**

**Título Profesional:** Bachiller en Ciencias – Ingeniería en Administración o afines.

### **Descripción de la Ocupación:**

Organización de archivos, atención e información al público.

Manejar responsablemente la entrada y salida de efectivo, presentar informe de arqueo diario de caja, controlar que la caja tenga cambio suficiente todo el tiempo, mantener su área de trabajo aseada y limpia, brindar buena atención al cliente.

**Conocimientos:**

- Conocimientos en manejo de Office.
- Reglas de etiqueta y protocolo.
- Relaciones humanas.

**Habilidades:**

- Capacidad de expresión oral y escrita.
- Comprensión de las necesidades del cliente.
- Capacidad de relacionarse con las personas.
- Cordialidad y amabilidad.
- Lectura y escritura de fácil comprensión.

**Jefe de Operación Turística**

**Nivel Académico**

**Título Profesional:** Ingeniería en Ecoturismo, Administración o afines.

**Descripción de la Ocupación:**

Gestionar los procesos administrativos y turísticos a su cargo, llevar a cabo los niveles operativos y humanos que permite alcanzar competitividad del Complejo Turístico Recreacional.

**Conocimientos:**

- Conocimientos en administración.
- Conocimientos en actividades turísticas.
- Procesos de mejora continua.



- Procesos de definición de precios, productos o servicios.
- Manejo de equipo de trabajo.
- Técnicas de liderazgo.
- Evaluación del desempeño del personal.
- Desarrollo de nuevos servicios turísticos.
- Funcionamiento de áreas recreativas.
- Planificación a corto y largo plazo.

**Habilidades:**

- Facilidad en la toma de decisiones.
- Razonamiento numérico
- Razonamiento lógico verbal que le permita expresarse y entender clara y articuladamente.
- Facilidad de orientación al cambio, innovación, amabilidad, detallista.

**Chef**

**Nivel Académico**

**Título Profesional:** Chef

**Descripción de la ocupación:**

Crear, coordinar, realizar recetas y platos en el restaurante del Complejo Turístico Recreacional. Supervisar al equipo de trabajo de la cocina y restaurante. Garantizar la calidad de los alimentos y la rentabilidad del restaurante.

**Conocimientos:**

- Prácticas administrativas y de planificación.
- Principios básicos de la gestión de procesos de alimentos y bebidas.
- Análisis y control de costos y resultados.
- Recetas de cocina nacional e internacional.

- Técnicas de preparación, cocción, disposición, montaje y preparación de platos típicos de la zona.
- Aspectos básicos de nutrición y dietas alimenticias.
- Requisitos de higiene y presentación personal.

### **Habilidades:**

- Capacidad de liderazgo, orientación, supervisión. Motivación y relación con el equipo de trabajo a su cargo.
- Iniciativa para prevenir y fácil solución de problemas.
- Juzgar; sabor, aroma y apariencia de aromas y sabores a través de los sentidos.
- Rápido reflejo.
- Atención al cliente, confiabilidad, equilibrado, controlador, innovador, creatividad.

### **Ayudante de cocina**

#### **Nivel Académico**

Bachiller Técnico en Agro Industria de Alimentos

Educación Básica

#### **Descripción de la Ocupación:**

Preparación de alimentos bajo la indicación del Chef. Colaborar en los sabores de cocina y comedor; preparando, cocinando y distribuyendo alimentos y bebidas que garanticen un servicio de alimentación eficiente en el Complejo Turístico Recreacional.

#### **Conocimientos:**

- Gastronomía
- Organización de neveras y armarios de cocina.
- Nutrición y dietética.
- Conservación de alimentos.
- Normas de Higiene y Seguridad Ocupacional.

**Habilidades:**

- Rapidez
- Innovación
- Creatividad
- Facilidad en relaciones interpersonales
- Cálculo de raciones y cantidades para preparación de alimentos.

**Mesero****Nivel Académico**

Educación básica aprobada.

**Descripción de la ocupación:**

El mesero se ocupará de la atención al cliente desde el momento de su entrada a las instalaciones del restaurante, en primer lugar, dará la bienvenida al cliente con un saludo atento y cordial, posteriormente lo acomodará en la mesa, entregará la carta para que se informe de los platos disponibles, luego tomará la orden y solicitará en cocina los alimentos solicitados. Servirá alimentos y bebidas solicitados, preparará y adicionará salsas de ser necesario, preparará la cuenta y recibirá el pago.

**Conocimientos:**

- Normas de etiqueta y protocolo.
- Técnicas para servir platos, bebidas y licores.
- Procedimientos de emergencia.
- Utilización de equipos electrónicos como computadora y caja registradora.
- Montaje de mesas.

**Habilidades:**

- Relaciones interpersonales.
- Facilidad de palabra.

- Facilidad para persuadir a los clientes en la toma de decisiones sobre uno u otro platillo.
- Facilidad para recordar detalles de un pedido en específico.
- Rapidez
- Control de tiempos.
- Amabilidad, cortesía, educación.

### **Encargado del área de recreación**

#### **Nivel Académico**

Educación básica.

#### **Descripción de la ocupación:**

Mantenimiento de las canchas deportivas, senderos y juegos recreacionales para niños.

#### **Conocimientos:**

- Administración del área recreativa.
- Reglamentos de utilización del área.
- Seguridad en juegos infantiles.
- Jardinería.
- Primeros auxilios en caso de accidentes.

#### **Habilidades:**

- Cuidado de jardines
- Buenas relaciones interpersonales con los clientes.

### **Encargado de la limpieza**

**Nivel Académico:** Título de Bachiller en cualquier especialidad.

Educación General Básica.

## **Descripción de la ocupación**

Brindar atención a los clientes que requieran el servicio de cabañas, proporcionándoles asistencia durante su estancia. Controla el aseo e higiene de las instalaciones del Complejo Turístico Recreacional y reportar el estado de este al jefe inmediato.

### **Conocimientos:**

- Normas de cortesía
- Relaciones humanas

### **Habilidades:**

- Organizado y con capacidad de realizar un buen trabajo bajo presión.
- Rápido y ordenado.

## **Contador**

### **Nivel Académico**

**Título obtenido:** Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA, Licenciatura en Contabilidad y Auditoría.

### **Descripción de la Ocupación:**

Llevar los asuntos contables y responsabilidades tributarias del Complejo Turístico Recreacional.

### **Conocimientos:**

- Software informático contable y tributario.
- Ley Tributaria.
- Auditoría
- Normas ecuatorianas e internacionales de contabilidad.

- Procedimientos contables y financieros.
- Interpretación de información financiera

**Habilidades:**

- Facilidad para tomar decisiones
- Agilidad mental
- Capacidad de análisis, creatividad.
- Contar con principios morales y éticos.

#### 4.4.2.5 Nómina

Tabla N° 37: Nómina

CARGO	SUELDO NOMINAL	BASICO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE IESS	COST. TOTAL ANUAL	CANTIDAD N° PERSONAS	TOTAL
GERENTE	\$500,00	\$6.096,00	\$500,00	\$121,92	\$651,00	\$7.368,92	1	\$7.368,92
CONTADOR	\$400,00	\$4.896,00	\$400,00	\$121,92	\$520,80	\$5.938,72	1	\$5.938,72
CHEF	\$390,00	\$4.776,00	\$390,00	\$121,92	\$507,78	\$5.795,70	1	\$5.795,70
AYUDANTE DE COCINA	\$375,00	\$4.596,00	\$375,00	\$121,92	\$488,25	\$5.581,17	1	\$5.581,17
MESERO	\$375,00	\$4.596,00	\$375,00	\$121,92	\$488,25	\$5.581,17	1	\$5.581,17
RECEPCIONISTA – CAJERO	\$375,00	\$4.596,00	\$375,00	\$121,92	\$488,25	\$5.581,17	1	\$5.581,17
ENCARGADO DE LIMPIEZA	\$375,00	\$4.596,00	\$375,00	\$121,92	\$488,25	\$5.581,17	1	\$5.581,17
ENCARGADO DE ÁREA RECREATIVA	\$375,00	\$4.596,00	\$375,00	\$121,92	\$488,25	\$5.581,17	1	\$5.581,17
JEFE DE OPERACIÓN TURÍSTICA	\$400,00	\$4.896,00	\$400,00	\$121,92	\$520,80	\$5.938,72	1	\$5.938,72
<b>TOTAL</b>							<b>9</b>	<b>\$52.947,91</b>

Fuente: Elaboración propia.

**ANÁLISIS:** La nómina está compuesta por un total de 9 personas, que anualmente cubrirá un gasto de \$52.947,91.

## 4.5 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 4.5.1 Evaluación económica

#### 4.5.1.1 Inversiones

La propuesta de creación del Complejo Turístico Recreacional, requiere una inversión de \$403.717,49; desglosada en los siguientes rubros:

Tabla N° 38: Inversiones del proyecto

<b>RUBRO</b>	<b>VALOR USD.</b>
TERRENO	\$20.000,00
OBRAS CIVILES	\$311.572,95
EQUIPOS y MAQUINARIA	\$40.748,75
HERRAMIENTAS E IMPLEMENTOS	\$7.858,13
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	\$8.548,00
VEHICULOS	\$ 0,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$7.119,67
INVERSION PUBLICITARIA	\$2.190,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$2.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$3.680,00
INTERESES DURANTE LA CONSTRUCCIÓN	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$403.717,49</b>

Fuente: Elaboración propia



#### 4.5.1.2 Financiamiento de la Inversión

Tabla N° 39: Financiamiento de la inversión

<b>FUENTE</b>	<b>VALOR USD.</b>	<b>%</b>
CAPITAL PROPIO	\$403.717,49	100%
CRÉDITO		
<b>TOTAL</b>	<b>\$403.717,49</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

La inversión estará financiada por capital propio de los socios de la empresa que son el GADPR Cebadas y los inversionistas privados al ser una compañía de economía mixta.

#### 4.5.1.3 Gastos Generales Anuales

Los gastos necesarios de ejecutar para el proyecto se detallan a continuación:

Tabla N° 40: Gastos Generales Anuales

<b>RUBRO</b>	<b>VALOR</b>
SERVICIOS BÁSICOS + COMBUSTIBLE (GAS)	\$13.929,12
MANTENIMIENTO EQUIPOS	\$814,98
GASTOS SEGUROS	\$1.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$16.244,10</b>

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

Como muestra la tabla los gastos generales anuales son aquellos que se efectuarán para pagos de servicios básicos, mantenimiento de equipos y gastos en seguros del Complejo Turístico Recreacional, el total de gastos ascienden a \$16.244,05.

#### 4.5.1.4 Proyección de ventas

Los ingresos por ventas que se esperan tener en el Complejo Turístico Recreacional en 5 años, en donde se establece la cantidad de unidades vendidas tanto en ingresos al área de recreación, alojamiento y los diferentes menús que se ofrecerán en el restaurante a un precio fijado por los clientes (recreación y alojamiento) y por los costos directos e indirectos más un porcentaje de utilidad (menús) lo que refleja los siguientes valores por ventas:

**Tabla N° 41: Proyección de ventas Áreas recreativa y Hospedaje**

Año	ÁREA DE RECREACIÓN		HOSPEDAJE	
	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
0				
1	25.618	\$5,00	6.274	\$15,00
2	27.368	\$5,00	6.702	\$15,00
3	29.118	\$5,00	7.131	\$15,00
4	30.868	\$5,00	7.560	\$15,00
5	32.620	\$5,00	7.989	\$15,00

Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 42: Proyección de ventas Restaurante Menús 1,2 y 3**

Año	RESTAURANTE: Menú 1		RESTAURANTE: Menú 2		RESTAURANTE: Menú 3	
	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
1	2.188	4,60	2.674	6,60	6.078	3,50
2	2.337	4,60	2.857	6,60	6.493	3,50
3	2.487	4,60	3.040	6,60	6.908	3,50
4	2.636	4,60	3.222	6,60	7.324	3,50
5	2.786	4,60	3.405	6,60	7.739	3,50

Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 43: Proyección de Ventas Restaurante Menús 4,5 y 6**

Año	RESTAURANTE: Menú 4		RESTAURANTE: Menú 5		RESTAURANTE: Menú 6	
	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
0						
1	6.321	4,25	1.216	8,75	4.619	7,00
2	6.753	4,25	1.299	8,75	4.935	7,00
3	7.185	4,25	1.882	8,75	5.250	7,00
4	7.616	4,25	1.465	8,75	5.566	7,00
5	8.049	4,25	1.548	8,75	5.882	7,00

Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 44: Proyección de Ventas Restaurante Menú 7 y Bebidas**

Año	RESTAURANTE: Menú 7		RESTAURANTE: Jugos de frutas		RESTAURANTE: Batidos de frutas		RESTAURANT E: Agua aromática	
	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio
0								
1	1.216	4,40	10.454	1,25	8.509	1,40	5.349	0,25
2	1.299	4,40	11.168	1,25	9.090	1,40	5.714	0,25
3	1.882	4,40	11.882	1,25	9.672	1,40	6.079	0,25
4	1.465	4,40	12.596	1,25	10.253	1,40	6.445	0,25
5	1.548	4,40	13.312	1,25	10.835	1,40	6.811	0,25

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.1.5 Resumen de Proyección de ventas

Se muestran las cantidades en dinero de ventas proyectadas del proyecto, es decir el total de los ingresos de todas las áreas del Complejo Turístico Recreacional.

**Tabla N° 45: Proyección de ventas totales**

AÑO	VALOR
0	
1	\$332.760,00
2	\$355.485,27
3	\$384.093,57
4	\$400.955,36
5	\$423.714,55

Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS:** Como se puede evidenciar las ventas para el año 2018 son de \$332.760,00 mientras que para el 2022 ascienden a \$423.714,55 lo que demuestra que en cada período el ingreso por ventas va aumentando.

#### 4.5.1.6 Estado de Resultados

Este Estado Financiero muestra los gastos en los que se incurre en cada año proyectado, así como los ingresos por ventas y la utilidad generada en cada período.

#### AÑO 1

Tabla N° 46: Estado de Resultados AÑO 1

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>			
GASTOS NOMINA	52.948	INGRESOS POR VTAS	332.760
GASTOS ADMINISTRATIVOS	16.244	COSTO DE VENTAS	(61.405)
GASTOS FINANCIEROS	-		
DEPRECIACIONES	21.471		
GASTOS DE COMERCIAL. Y VENTAS	-		
OTROS GASTOS	1.664		
AMORTIZACIONES	838		
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>93.165</b>		
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	178.190		
15% PARTICIPACION TRAB.	(26.728)		
UTILIDAD DESPUES DE PART	151.461		
IMPUESTO RENTA	(33.321)		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	118.140		
<b>TOTAL</b>	<b>271.355</b>	<b>TOTAL</b>	<b>271.355</b>

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

En el **año 1**, la utilidad después de todas las obligaciones legales y tributarias en que debe incurrir la empresa es de \$118.140,00.

**AÑO 2**

**Tabla N° 47: Estado de Resultados AÑO 2**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>			
GASTOS NOMINA	52.948	INGRESOS POR VENTAS	355.485
GASTOS ADMINISTRATIVOS	16.244	COSTO DE VENTAS	(65.601)
GASTOS FINANCIEROS	-		
DEPRECIACIONES	21.471		
GASTOS DE COMERCIAL. Y VENTAS	-		
OTROS GASTOS	1.777		
AMORTIZACIONES	838		
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>93.279</b>		
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	196.606		
15% PARTICIPACION TRAB.	(29.491)		
UTILIDAD DESPUES DE PART	167.115		
IMPUESTO RENTA	(36.765)		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	130.350		
<b>TOTAL</b>	<b>289.884</b>	<b>TOTAL</b>	<b>289.884</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**ANÁLISIS:** El año 2, la empresa presentará una utilidad de **\$130.350,00** una vez cumplidas todas las obligaciones legales y tributarias a las que se encuentra sujeta.

**AÑO 3**

**Tabla N° 48: Estado de Resultados AÑO 3**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>			
GASTOS NOMINA	52.948	INGRESOS POR VTAS	384.094
GASTOS ADMINISTRATIVOS	16.244	COSTO DE VENTAS	72.586
GASTOS FINANCIEROS	-		
DEPRECIACIONES	21.471		
GASTOS DE COMERCIAL. Y VENTAS	-		
OTROS GASTOS	1.920		
AMORTIZACIONES	838		
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>93.422</b>		
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	218.086		
15% PARTICIPACION TRAB.	(32.713)		
UTILIDAD DESPUES DE PART	185.373		
IMPUESTO RENTA	(40.782)		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	144.591		
<b>TOTAL</b>	<b>311.508</b>	<b>TOTAL</b>	<b>311.508</b>

Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS:** La empresa en el **año 3** presentaría una utilidad del ejercicio de **\$144.591,00** luego de cumplir con todas las obligaciones a las que se encuentra sujeta.

**AÑO 4**

**Tabla N° 49: Estado de Resultados AÑO 4**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>			
GASTOS NOMINA	52.948	INGRESOS POR VTAS	400.955
GASTOS ADMINISTRATIVOS	16.244	COSTO DE VENTAS	73.988
GASTOS FINANCIEROS	-		
DEPRECIACIONES	21.471		
GASTOS DE COMERCIAL.			
Y VENTAS	-		
OTROS GASTOS	2.005		
AMORTIZACIONES	838		
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>93.506</b>		
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	233.461		
15% PARTICIPACION TRAB.	(35.019)		
UTILIDAD DESPUES DE PART	198.442		
IMPUESTO RENTA	(43.657)		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	154.784		
<b>TOTAL</b>	<b>326.967</b>	<b>TOTAL</b>	<b>326.967</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**ANÁLISIS:** En el **año 4**, una vez descontados los valores correspondientes a las obligaciones tanto legales como tributarias a las que se encuentra expuesta la empresa se presenta una utilidad del ejercicio de **\$154.784,00**.

**AÑO 5**

**Tabla N° 50: Estado de Resultados AÑO 5**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>			
GASTOS NOMINA	52.948	INGRESOS POR VTAS	423.715
GASTOS ADMINISTRATIVOS	16.244	COSTO DE VENTAS	78.189
GASTOS FINANCIEROS	-		
DEPRECIACIONES	21.471		
GASTOS DE COMERCIAL. Y VENTAS	-		
OTROS GASTOS	2.119		
AMORTIZACIONES	838		
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>93.620</b>		
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	251.905		
15% PARTICIPACION TRAB.	(37.786)		
<b>UTILIDAD DESPUES DE PART</b>	214.119		
IMPUESTO RENTA	(47.106)		
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPTO</b>	167.013		
<b>TOTAL</b>	<b>345.525</b>	<b>TOTAL</b>	<b>345.525</b>

Fuente Elaboración propia

**ANÁLISIS:** Para el año 5, se espera una utilidad de **\$167.013,00**; una vez pagados los valores por impuestos y participación de trabajadores.



#### 4.5.1.7 Estado de Fuentes y Usos de Fondos

Este estado financiero tiene el objetivo de mostrar la fuente de recursos económicos del Complejo Turístico Recreacional durante los 5 años de duración del proyecto, mostrando las variaciones de cada rubro año tras año.

**Tabla N° 51: Estado de fuentes y usos de fondos**

<b>ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>FUENTES</b>						
CAP.PROPIO	\$403.717,49					
CREDITO DE LARGO PLAZO						
ING. POR VTAS		\$332.760,00	\$355.485,27	\$384.093,57	\$400.955,36	\$423.714,55
ING. CUENTAS POR COBRAR						
CREDITO CORTO PLAZO						
VALOR RESCATE						\$61.318,71
IVA RETENIDO Y NO PAGADO		\$3.463,74	\$3.700,29	\$4.002,72	\$4.173,60	\$4.410,49
SALDO ANTERIOR		\$7.119,67	\$151.032,50	\$303.928,01	\$471.130,75	\$648.395,52
<b>TOTAL FUENTES</b>	<b>\$403.717,49</b>	<b>\$343.343,41</b>	<b>\$510.218,06</b>	<b>\$692.024,30</b>	<b>\$876.259,70</b>	<b>\$1.137.839,26</b>
<b>USOS</b>						
INVERSIONES	\$396.597,83					
GASTOS DE NOMINA		\$52.947,91	\$52.947,91	\$52.947,91	\$52.947,91	\$52.947,91
COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION		\$61.405,26	\$65.600,82	\$72.585,92	\$73.988,46	\$78.189,34
VARIACION DE INVENTARIOS						
COSTOS INDIRECTOS						
GASTOS DE ADMINISTRACION Y SERVICIOS		\$16.244,10	\$16.244,10	\$16.244,10	\$16.244,10	\$16.244,10
PAGO PPAL CREDITO CORTO PLAZO						
PAGO INTERESES CR. CORTO PLAZO						
SERVICIO DEUDA PAGO AL PRINCIPAL						

SERVICIO DEUDA PAGO INTERESES						
CUENTAS POR COBRAR						
GASTOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS						
IMPREVISTOS		\$1.663,80	\$1.777,43	\$1.920,47	\$2.004,78	\$2.118,57
PAGO IVA RETENIDO			\$3.463,74	\$3.700,29	\$4.002,72	\$4.173,60
TOTAL USOS	\$396.597,83	\$132.261,01	\$140.033,94	\$147.398,63	\$149.187,90	\$153.673,46
<b>SALDO FUENTES – USOS</b>	<b>\$7.119,67</b>	<b>\$211.082,39</b>	<b>\$370.184,12</b>	<b>\$544.625,67</b>	<b>\$727.071,79</b>	<b>\$984.165,80</b>
SALDO ANTERIOR		\$7.119,67	\$151.032,50	\$303.928,01	\$471.130,75	\$648.395,52
SERVICIO DEUDA L.P. AL PRINCIPAL						
SERVICIO DEUDA C.P. PRINCIPAL						
Depreciación Activos Fijos		\$21.471,41	\$21.471,41	\$21.471,41	\$21.471,41	\$21.471,41
Amortizaciones		\$838,00	\$838,00	\$838,00	\$838,00	\$838,00
<b>UTILIDAD</b>		<b>\$178.189,58</b>	<b>\$196.605,66</b>	<b>\$218.085,82</b>	<b>\$233.460,76</b>	<b>\$251.905,28</b>
Participación Trabajador ( 15% )		\$26.728,44	\$29.490,85	\$32.712,87	\$35.019,11	\$37.785,79
<b>UTILIDAD DESPUES DE PART</b>		<b>\$151.461,14</b>	<b>\$167.114,81</b>	<b>\$185.372,95</b>	<b>\$198.441,65</b>	<b>\$214.119,49</b>
Impuesto a la Renta ( 22% )		\$33.321,45	\$36.765,26	\$40.782,05	\$43.657,16	\$47.106,29
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO</b>		<b>\$118.139,69</b>	<b>\$130.349,55</b>	<b>\$144.590,90</b>	<b>\$154.784,49</b>	<b>\$167.013,20</b>
<b>SALDO DE CAJA</b>	<b>\$7.119,67</b>	<b>\$151.032,50</b>	<b>\$303.928,01</b>	<b>\$471.130,75</b>	<b>\$648.395,52</b>	<b>\$899.273,72</b>
Inversion Inicial	\$403.717,49					
Flujo de efectivo	-\$403.717,49	\$140.449,10	\$152.658,96	\$166.900,31	\$177.093,89	\$250.641,31
TASA INTERNA DE RETORNO	30,02%					

Fuente: Elaboración propia

## ANÁLISIS:

La tabla muestra los incrementos en ventas año tras año, de la misma manera refleja la utilidad antes y después de la participación de los trabajadores y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, refleja además el flujo de efectivo desde el año 1 hasta el año 5; determinando así una tasa interna de retorno de 30,02%.

#### **4.5.1.8 Estado de Flujo de Efectivo**

Este estado refleja como varían las cuentas de entradas y salidas de efectivo del Complejo Turístico Recreacional período a período, quedando el flujo de efectivo como a continuación se muestra

Tabla N° 52: Estado de Flujo de Efectivo

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>						
<b>AÑO</b>	<b>INVERSION</b>	<b>COSTOS OPERATIVOS</b>	<b>PART. TRABAJADORES</b>	<b>IMPUESTO RENTA</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>FLUJO</b>
0	\$403.717,49					-\$403.717,49
1		\$132.261,01	\$26.728,44	\$33.321,45	\$332.760,00	\$140.449,10
2		\$136.570,20	\$29.490,85	\$36.765,26	\$355.485,27	\$152.658,96
3		\$143.698,34	\$32.712,87	\$40.782,05	\$384.093,57	\$166.900,31
4		\$145.185,19	\$35.019,11	\$43.657,16	\$400.955,36	\$177.093,89
5		\$149.499,87	\$37.785,79	\$47.106,29	\$485.033,26	\$250.641,31
<b>TIR ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES E IMPUESTOS</b>						<b>48,96%</b>
<b>TIR DESPUES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b>						<b>30,02%</b>
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>						
<b>AL</b>			<b>10,00%</b>			<b>\$252.108,65</b>
<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO ANTES DE PART. DE TRABAJADORES E IMPUESTOS</b>						<b>\$1,56</b>

Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS:** La tabla N° 52 muestra el estado de flujo de efectivo que muestra cada uno de los flujos anuales, los ingresos y los costos del proyecto. Determinando así un incremento periódico en cada rubro. Según este cálculo el TIR es de 30,02% mientras que la Relación Beneficio Costo es de \$1,56.

## 4.5.2 Evaluación Financiera

### 4.5.2.1 Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del VAN se partirá del resultado del Flujo Neto de Efectivo, actualizando los valores al año presente o año 0, mediante una tasa de descuento se actualizan tanto los ingresos como la inversión inicial realizada; para el efecto se usará la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = -I_0 + \sum \text{FNE actualizado}$$

$$\text{VAN} = -I_0 + \frac{FNE1}{(1+i)} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

**Cálculo:**

Tabla N° 53: Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>FLUJOS</b>	\$140.449,10	\$152.658,96	\$166.900,31	\$177.093,89	\$250.641,31
<b>TASA</b>	1,1	1,21	1,331	1,4641	1,61051
<b>RESULTADOS</b>	<b>\$127.681,00</b>	<b>\$126.164,43</b>	<b>\$125.394,67</b>	<b>\$120.957,51</b>	<b>\$155.628,54</b>

<b>SUMATORIA DE FLUJOS</b>	<b>\$655.826,14</b>
<b>I<sub>0</sub></b>	<b>\$403.717,49</b>
<b>VAN</b>	<b><u>\$252.108,65</u></b>

**Fuente:** Elaboración propia

Se han tomado los valores de la inversión inicial con una tasa de rendimiento del 10% y al aplicar la fórmula, se obtiene como resultado un VAN de \$252108.65; por lo que al obtener un valor actual neto positivo se concluye que el proyecto es rentable.

#### 4.5.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno se aplicará la fórmula siguiente:

$$TIR = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

**Cálculo:**

**Tabla N° 54: Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)**

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>FLUJOS</b>	\$140.449,10	\$152.658,96	\$166.900,31	\$177.093,89	\$250.641,31
<b>TASA</b>	1,1	1,21	1,331	1,4641	1,61051
<b>RESULTADOS</b>	<b>\$127.681,00</b>	<b>\$126.164,43</b>	<b>\$125.394,67</b>	<b>\$120.957,51</b>	<b>\$155.628,54</b>

<b>SUMATORIA DE FLUJOS</b>	<b>\$655.826,14</b>
<b>I<sub>0</sub></b>	<b>\$403.717,49</b>
<b>TIR</b>	<b>30,02%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

La tasa interna de retorno del proyecto es de 30,02% lo que resulta óptimo para la ejecución del mismo ya que es una tasa mayor a la tasa de rendimiento esperada en el proyecto.

#### 4.5.2.3 Período de recuperación de la inversión

Este instrumento financiero permitirá conocer el plazo de recuperación de la inversión.

**Tabla N° 55: Datos para el cálculo del PRI**

AÑO	FLUJOS
0	-\$403.717,49
1	\$140.449,10
2	\$152.658,96
3	\$166.900,31
4	\$177.093,89
5	\$250.641,31

**Fuente:** Elaboración propia

## Cálculo:

Tabla N° 56: Cálculo del PRI

AÑO	FLUJOS	ACUMULADOS
	-\$403.717,49	-\$403.717,49
1	\$140.449,10	-\$263.268,39
2	\$152.658,96	-\$110.609,43
3	\$166.900,31	\$56.290,88
4	\$177.093,89	\$233.384,77
5	\$250.641,31	\$484.026,08

Fuente: Elaboración propia

## Análisis:

Se puede apreciar que entre los períodos 2 y 3 se ha recuperado la inversión inicial, para ser más exacto se calcula el valor tomando en consideración el flujo anterior al de la recuperación de la inversión y la fracción del siguiente flujo, tal como se muestra a continuación:

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = 2 + (\$110.609,43/\$166.900,31)$$

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión: } 2,66$$

Para determinar el período exacto de recuperación de la inversión se aplica una regla de tres simple:

$$1 \text{ año} \rightarrow 12 \text{ meses}$$

$$0,66 \text{ años} \rightarrow ?$$

$$= 7,92 \text{ meses}$$

Por lo tanto, la inversión se recuperará en 2 años con 8 meses.

### 4.5.2.4 Relación Beneficio Costo (B/C)

Para el cálculo de la relación beneficio costo se aplicará la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos}}{\sum \text{Costos}}$$

Para la aplicación de la fórmula se requiere la sumatoria de los ingresos y los costos actualizados al presente con una tasa de descuento del 10% y divididos entre sí, los datos a utilizar se presentan a continuación:

**Tabla N° 57: Datos para calcular la Relación Beneficio Costo**

<b>AÑO</b>	<b>Io</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>COSTOS</b>
0	<b>\$403.717,49</b>		
1		\$332.760,00	\$132.261,01
2		\$355.485,27	\$136.570,20
3		\$384.093,57	\$143.698,34
4		\$400.955,36	\$145.185,19
5		\$485.033,26	\$149.499,87

Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 58: Cálculo Relación Beneficio Costo**

<b>Ingresos Totales</b>	\$1.459.899,15
<b>Costos Totales</b>	\$533.059,00
<b>Costos + Inversión</b>	\$936.776,49

Fuente: Elaboración propia

$$RBC = \frac{\$1.459.899,15}{\$936.776,49}$$

$$B/C = 1,56$$

La relación beneficio costo es mayor que uno lo que quiere decir que los beneficios son mayores a los costos, por lo que la ejecución del proyecto resulta viable ya que por cada unidad monetaria invertida se tendrá un retorno del capital invertido y una ganancia de \$0,56 lo que financieramente resulta atractivo.



#### 4.5.2.5 Resumen Evaluación Financiera

La Evaluación financiera se resume de la siguiente manera:

Tabla N° 59: Resumen Evaluación Financiera del Proyecto

INDICADOR	VALOR REFERENCIAL	RESULTADO PROYECTO	CONCLUSIÓN
VAN	+	\$252.108,65	Viable
TIR	> 10%	30,02%	Viable
PRI	1 a 5 años	2 años 8 meses	Viable
B/C	> 1	1,56	Viable

Fuente: Elaboración propia

#### ANÁLISIS:

Tal como se puede evidenciar en la tabla anterior el valor actual neto tiene valor positivo, la tasa interna de retorno es de 30,02% determinando que es una tasa aceptable ya que es mayor a la tasa de rendimiento esperada para el proyecto. La inversión se recuperaría a partir del segundo año tiempo que está dentro de los 5 años de vida útil del proyecto y el beneficio del proyecto es mayor a los costos que tendría el mismo lo que quiere decir que se tendría una utilidad de \$ 0,56 centavos adicionales a la recuperación del capital invertido por unidad monetaria.

## **4.6 IMPACTO ECONÓMICO – SOCIAL – AMBIENTAL DEL PROYECTO**

Al ejecutar el proyecto turístico, la flora, fauna, recursos naturales, pueden ser impactados, pero de la misma manera su puesta en marcha podría traer otros tipos de beneficios a la parroquia Cebadas, por esta razón el presente análisis es primordial en la valoración del actual proyecto.

### **4.6.1 Ámbito de Acción**

El área directa de influencia será el lugar de implementación del Complejo Turístico Recreacional en la Parroquia Cebadas, sector de Pancún. En este lugar, se encuentra una carretera asfaltada denominada Vía Cebadas – Macas, de la misma manera existe un Río llamado Río Pancún, este atractivo es visitado por turistas que en ocasiones realizan pesca deportiva, además cerca al sitio donde se construirá el Complejo Turístico Recreacional se encuentra la escuela de Educación Básica Carlos Andrade Marín, donde se educan los niños de las comunidades de Pancún y Macalete.

IDENTIFICACIÓN DE ACCIONES QUE PUEDEN CAUSAR UN IMPACTO POSITIVO O NEGATIVO SOBRE LAS VARIABLES.

#### **- INSTALACIÓN**

##### **Movimiento de Tierra**

Antes de la construcción de la infraestructura, se realizarán movimientos de tierra como; excavaciones, nivelaciones de terreno, deforestación misma que se constituyen en inevitables por lo que se hace necesario de existir tomar medidas correctivas que compensen este impacto.

##### **Construcción**

En la ejecución de la planta turística, se generarán ruidos, eliminación de desechos sólidos, contaminación por la maquinaria, pero también se crearán fuentes de empleo.

## - OPERATIVIDAD

### Operación Turística

La presencia de turistas en el sector podría ocasionar impactos negativos al entorno, ya que resultaría dificultoso controlar las actividades de todos los visitantes; pudiendo causar contaminación acústica y contaminación por la presencia de automotores, desecho de basura, agresión a la flora y fauna del lugar.

### Acciones en el Restaurante

Si los desechos sólidos, líquidos y combustibles generados en esta área son eliminados sin tratamiento, podrían causar impactos negativos sobre el suelo, aire y agua del río.

### Actividades de Recreación

Este tipo de actividades podrían generar impactos tanto positivos como negativos. En lo referente a lo positivo se destaca el vínculo afectivo que se logrará entre los visitantes, así como la práctica de deporte y entre los impactos negativos se puede mencionar la afectación que tendría la flora del lugar.

### Educación Ambiental

La puesta en marcha de esta actividad, permitirá sembrar en los visitantes la conciencia de la importancia que tiene cuidar los recursos naturales, flora, fauna no solo dentro de la planta turística sino fuera de ella, contribuyendo de este modo al desarrollo sustentable de la zona.

### Eliminación de desechos

Al operar el proyecto se generarán desechos de tipo orgánico e inorgánico, mismos que al no recibir un tratamiento adecuado de eliminación podrían causar impactos negativos.

### Generación de Fuentes de Empleo

Los mayores beneficiarios del proyecto serían los pobladores de la parroquia Cebadas, ya que tanto en la etapa de instalación como en la operativa se generarán fuentes de trabajo permanentes y temporales que exclusivamente lo ocuparán la gente de la parroquia.

#### Potenciación Turística

Con el proyecto se potenciará el turismo de la parroquia, promoviendo y valorando las manifestaciones culturales del sector y optimizando el uso de los recursos naturales mediante la práctica de un turismo sostenible.

#### Desarrollo Económico

Este proyecto permitirá a los negocios de la parroquia crecer ya que al existir mayor cantidad de turistas sus ventas podrían incrementarse. Además de la generación de divisas al estado y el suministro de capitales a la economía local.

#### *Identificación de variables ambientales y componentes ambientales susceptibles a impactos*

##### Variables Físicas

###### Aire

El elemento aire, se encuentra ya afectado debido a la circulación de vehículos por el sector, con el desarrollo del proyecto especialmente en la etapa de construcción de la infraestructura se notará el incremento en el nivel de contaminación por el polvo y smog de la maquinaria a utilizar. En la operatividad del proyecto de la misma manera se presentará impacto por los vehículos en los cuales llegan los turistas.

**Impacto:** contaminación del aire.

Agua: El agua del Río Pancún, puede ser afectada por desechos sólidos que los turistas arrojen directamente al Río.

Los desechos líquidos procedentes del restaurante pueden aumentar los niveles de contaminación del agua.

**Impacto:** contaminación del agua

Suelo

Este elemento puede verse afectado por la construcción de la infraestructura debido a la contaminación y compactación que podrían generar los desechos sólidos restantes de este proceso, además en lo posterior la frecuencia de visita de los turistas en los senderos y áreas de recreación pueden causar compactación del suelo.

**Impacto:** contaminación y compactación del suelo.

Flora

La construcción del complejo turístico recreacional afectará parte de la flora natural existente. Los turistas además podrían afectar la flora al pisar accidentalmente o no las plantas y recoger flores.

**Impacto:** pérdida de flora y/o especies nativas.

Fauna

La etapa de construcción, el ruido, basura en el lugar; alterará el hábitat de especies animales como los pájaros, conejos, cuyes, raposas causando su flujo migratorio.

**Impacto:** modificación del hábitat, migración de especies animales.

Uso del agua

El agua que se usa concretamente para regadío, al implementarse este proyecto el agua también se destinará a la actividad turística lo que causará malestar en los conductores del agua.

**Impacto:** disminución en el volumen de agua para riego.

#### Calidad de vida

El presente proyecto, mejorará la calidad de vida de los habitantes de la parroquia ya que contribuirá a la generación de fuentes de empleo, incremento en los ingresos económicos locales, estilo de vida más saludable, fomentará la práctica de deportes y recreación así como coadyuvará al mejoramiento de las relaciones interpersonales, promoverá las manifestaciones culturales del sector y además contribuirá a la sensibilización de los habitantes y turistas en la conservación de los recursos naturales de la parroquia.

**Impactos:** desarrollo económico de la parroquia, integración social, fomento de una vida saludable, mayor aprecio y valor de la naturaleza.

#### Paisaje

El paisaje natural, puede verse afectado tanto en la etapa de construcción como en la de operación, el ruido y los desechos arrojados pueden causar impactos al paisaje del sector.

**Impacto:** generación y eliminación de basura, ruido, cambio en el entorno.

#### 4.6.2 Valoración de impactos

Para valorar los impactos, económicos, sociales y ambientales que tendrá el proyecto, se ha utilizado el método de Leopold, mismo que se basa en una matriz donde se ubicará en forma de columnas las actividades que pueden ocasionar impactos al ambiente y en filas se ordenan los posibles impactos.

Las intersecciones se numeran con dos valores; el primero indica la magnitud que va desde -10 a +10, el otro valor es la importancia del impacto de la actividad desde 1 hasta 10. Ponce, V (2008) expresa que El análisis mediante la matriz de Leopold no produce un resultado cuantitativo, sino más bien un conjunto de juicios de valor.

Tabla N° 60: Matriz de Leopold

VARIABLE	COMPONENTE AMBIENTAL	IMPACTOS	ACTIVIDADES									Impactos (+)	Impactos (-)	Suma de Interacciones
			Movimiento de tierra	Construcción	Operación Turística	Acciones en el Restaurante	Acciones de Recreación	Educación ambiental	Eliminación de desechos	Generación de fuentes de empleo	Potenciación Turística			
FÍSICA	Aire	Contaminación del aire		-2 2	-8 7	-2 4	-6 5	3 7	-6 7			1	5	-119
	Agua	Contaminación del agua			-6 7	-7 7	-3 5	9 9	-6 8			1	4	-73
	Suelo	Compactación del suelo		-5 2	-4 5		-7 5	5 6	-1 1			1	4	-36
		Contaminación del suelo		-5 6	-7 6	-7 7	-5 8	7 8	-7 7			1	5	-154
BIOLÓGICA	Flora	Pérdida de Flora	-5 5	-3 5	-8 8	-1 1	-7 7	9 9	-3 5			1	6	-88
		Pérdida de especies nativas	-5 6	-5 7	-5 5		-7 8	7 7				1	4	-97
	Fauna	Modificación del hábitat	-5 8	-7 8	-5 7		-8 8	8 9	-7 8			1	5	-179
		Migración de especies animales	-5 8		-6 8		-8 8	8 8	-5 6			1	4	-118

<b>SOCIO ECONÓMICA</b>	Uso del agua	Disminución del volumen de agua para regadío			-3 7	-3 8	-5 8	5 5				1	3	-60
	Calidad de Vida	Desarrollo Económico			8 9	8 9	5 7	5 5		9 9	9 9	6	0	366
		Integración social y Familiar			9 9	9 9	9 9	9 9			9 9	5	0	405
		Fomento del deporte			9 9		9 9	5 5	-6 6			3	1	151
		Mayor aprecio y valor de la naturaleza			8 9		9 9	9 9		5 8	9 9	5	0	355
<b>PAISAJE</b>	Paisaje Natural	Cambio en el entorno natural	-3 3	-3 3	7 7	-3 4	-3 5	2 3	-5 6	3 4	3 4	4	5	4
		Generación y eliminación de basura	-3 3	-5 4	-7 7	-7 8	-8 8	9 9	-8 8	-3 2	-3 2	1	8	-193
		Ruido	-3 2	-7 7	-8 9	-3 4	-5 7	8 9				1	5	-102
<b>Impactos (+)</b>			0	0	5	2	4	16	0	3	4	34		
<b>Impactos (-)</b>			7	9	11	8	12	0	10	1	1		59	
<b>Suma de Interacciones</b>			-159	-228	-119	-58	-229	850	-371	127	249			<b>62</b>

Fuente: Elaboración propia



## **INTERPRETACIÓN DE LA MATRIZ**

La interacción generada en la matriz, es negativa esto debido a que las actividades a desarrollarse en la implementación y operatividad del Complejo Turístico Recreacional en su mayoría causan impactos negativos, como se puede observar en la matriz existen 59 impactos negativos y 34 positivos.

Los componentes ambientales mayormente afectados son el aire, agua, suelo, flora; de manera especial en la actividad de generación y eliminación de basura. Los componentes más beneficiados son el mejoramiento de la calidad de vida de la población y de los visitantes del lugar.

En cuanto a las actividades que generan acciones tanto positivas como negativas sobre los componentes ambientales se pueden destacar la educación ambiental que genera impactos positivos. Las actividades recreativas, la operación turística y la generación y eliminación de desechos generan impactos negativos sobre los componentes ambientales.

En consecuencia, implementar un Complejo Turístico Recreacional en el sector Pancún de la parroquia Cebadas, potenciará el turismo, así como la demanda de transporte, agua, incremento en la generación y eliminación de desechos además generará fuentes de empleo lo que significa desarrollo económico de la parroquia.

Finalmente, este proyecto podría combinar la riqueza natural y cultural de la parroquia lo que traería beneficios económicos, recreativos y sociales al propender la integración de familias que impida las malas prácticas u otro tipo de hecho que desencadenen en problemas futuros.

## CONCLUSIONES

- En el país el turismo se encuentra en amplio crecimiento, sin embargo, la falta de planificación o la incorrecta aplicación de políticas del gobierno en cuanto a turismo hace que exista un retroceso en infraestructuras de servicios de este tipo, lo que hace que exista demanda insatisfecha.
- De acuerdo a la investigación realizada, la parroquia Cebadas cuenta con importantes atractivos turísticos, variedad de climas, diversidad en flora y fauna e imponentes humedales y fuentes hídricas lo que hace que sea visitado con mayor frecuencia por los turistas de la provincia de Chimborazo.
- En lo referente a la oferta los datos históricos no son suficientes para poder determinar la cantidad de infraestructuras turísticas idénticas a la propuesta y en la parroquia Cebadas los servicios turísticos son insuficientes ya que únicamente prestan el servicio de alimentación.
- La demanda actual de turistas de acuerdo a la investigación de campo realizada para el año 2015 según el último boletín estadístico turístico fue de 112.122 turistas, se realizó una proyección de demanda para posteriormente confrontar con la oferta y determinar que existe para el 2018 una demanda insatisfecha de 137.815, considerando la disponibilidad de recursos se creyó adecuado satisfacer al 10% de esta demanda lo que significa 13.070 turistas que con una disposición de acudir del 98% de estos, con una frecuencia de 2 veces por año da una demanda potencial de 25.618 personas.
- El estudio técnico permitió identificar el tamaño, localización y demás requerimientos para el adecuado funcionamiento del proyecto, determinando así que el área de restaurante será de 250 m<sup>2</sup>, con capacidad para 85 personas, un área de hospedaje en cabañas de 325 m<sup>2</sup> con capacidad para 30 plazas, el área recreativa que cuenta con piscinas de niños y adultos, canchas deportivas, senderos ecológicos, juegos infantiles, garaje y área administrativa para brindar una correcta atención a los clientes.
- El estudio económico y financiero realizado demuestra la factibilidad y rentabilidad del proyecto mediante indicadores financieros como: Valor Actual Neto de \$252.108,65; Tasa Interna de Retorno (TIR) de 30,02%, Relación Beneficio Costo (B/C) \$1,56 y un período de recuperación de la inversión de 2 años y 8 meses.

## RECOMENDACIONES

- Ejecutar el proyecto de creación del Complejo Turístico Recreacional “Tatki Man Oriente Ecuatoriano”, ya que los estudios realizados reflejan la viabilidad del mismo.
- Se recomienda que al ser esta una empresa de Economía Mixta, tanto el sector público representado por el GADPR Cebadas como el sector privado representado por 4 socios de la parroquia trabajen en conjunto buscando la participación de habitantes, turistas, propietarios de infraestructuras que brinden servicio turístico para que mediante foros se propenda la conservación del ambiente y la potencialidad turística del sector.
- Es importante el diseño de un Plan Turístico en la parroquia que permita la puesta en práctica de turismo responsable y amigable con el ambiente; definiendo los factores positivos y limitantes para el desarrollo de este.
- Cumplir con los requisitos y estipulaciones legales vigentes con el fin de no caer en sanciones o problemas que afecten la operatividad del Complejo Turístico Recreacional desencadenando en pérdidas económicas.
- Es importante que la información turística en lo relacionado a oferta y demanda sea lo más actualizada posible ya que esto permitirá determinar demanda insatisfecha y en lo posterior el tamaño y capacidad del proyecto más pegados a la realidad.
- Los servicios ofertados deben estar expuestos a cambios ya que si el caso lo requiere se deberán cubrir las necesidades y expectativas del mercado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz, R. (2015). *El emprendedor de éxito*. 5<sup>a</sup>.ed. México. D.F.: Mc.GrawHill.
- Allaica, F., (2013). *Estudio de factibilidad para la implementación de un producto turístico de aventura en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo* . (Tesis de Pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).Recuperado de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/2759/1/23T0352.pdf>
- Asamblea Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado de: [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- Asamblea Nacional. (2010). *Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización*. Recuperado de: [http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/codigo\\_organico\\_de\\_organizacion\\_territorial\\_autonomia\\_y\\_descentralizacion.pdf](http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/codigo_organico_de_organizacion_territorial_autonomia_y_descentralizacion.pdf)
- Asmal, D., & Plasencia, G. (2010). "*Estudio de factibilidad para la creación de un centro de recreación y descanso en el cantón Morona provincia de Morona Santiago, período 2010-2015*". (Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca). Recuperado de: [dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1169](http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1169)
- Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. 4<sup>a</sup>.ed. México. D.F.: McGraw-Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. 6<sup>a</sup>.ed. México. D.F.: McGrawHill.
- Baena, E. (2010). *Objetivos de las empresas*. Recuperado de: <https://aprendeconomia.com/2010/11/09/3-los-objetivos-de-la-empresa/>
- Barandiarán, R. (2008). *Diccionario de términos financieros*. México. D.F.: Trillas.
- Caiza, M. (2016). "*Proyecto para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de té de guayusa natural, en la provincia de Napo, bajo el auspicio del GAD Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola, período 2016*" (Tesis de pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.
- Cegarra, J. (2012). *Los métodos de investigación*. Madrid: Díaz de Santos.
- Chaquilla, S. (2013). *Análisis de precios* . Recuperado de: <http://www.mailxmail.com/curso-plan-negocios-manual/estudio-mercado-analisis-precio-comercializacion-segmentacion-mercado>

- Cohen, E., & Franco, R. (2015). *Evaluación de proyectos sociales* . Recuperado de:  
<https://es.scribd.com/document/281190604/Evaluacion-de-proyectos-sociales-Cohen-y-Franco>
- Córdoba, M. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos*. Recuperado de:  
<https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Formulaci%C3%B3n-y-evaluaci%C3%B3n-de-proyectos-2da-edici%C3%B3n.pdf>
- GADM Riobamba . (2017). *Catastro licencias de funcionamiento 2014-2016*. Riobamba.
- GADPR Cebadas. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Recuperado de:  
[http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0660818930001\\_PDyOT%20Consolidado\\_final\\_29-10-2015\\_23-07-05.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660818930001_PDyOT%20Consolidado_final_29-10-2015_23-07-05.pdf)
- Geo Tutoriales. (2014). *Gestión de operaciones*. Recuperado de:  
<https://www.gestiondeoperaciones.net/proyeccion-de-demanda/como-utilizar-una-regresion-lineal-para-realizar-un-pronostico-de-demanda/>
- Gómez, P. (2016). *"Proyecto de factibilidad para la creación de una planta avícola en Santa Clara, provincia de Pastaza, año 2016"* (Tesis de Pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.
- Hernández, M., Cantín, S., López, N., & Rodríguez, M. (s.f). *Recolección de datos: encuesta*. Recuperado de:  
[https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2010). *Tutoría de la investigación científica*. Ambato: Gráficas Corona Quito.
- Hurtado, J. (2008). *El proyecto de investigación* . Caracas: Quirón.
- Keat, P., & Young, P. K. (2004). *Economía de empresa*. México. D.F.: Pearson Educación.
- Lara, B. (2012). *Cómo elaborar proyectos de inversión*. Quito: Oleas Espín.
- Lesur, L., & Serraf, G. (2008). *Diccionario de mercadotecnia*. México. D.F.: Trillas.
- Mallea, M. (2015). *"Estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico Bella Luz, cantón Quevedo, año 2015"* (Tesis de Pregrado, Universidad Técnica Estatal de Quevedo). Recuperado de:  
<http://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/146>

- Ministerio de Turismo. (27 de 12 de 2002). *Ley de turismo Ecuador*. Recuperado de:  
<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Estadísticas turísticas*. Recuperado de:  
<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>
- Moina, S. (2011). *Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el Valle de la Moya, parroquia Guasuntos, cantón Alausí*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo) Recuperado de:  
<http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/759>
- Morales, A. (2014). *Proyectos de inversión evaluación y formulación*. México. D.F.:Mc-Graw-Hill.
- Munch, L. (2007). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Nuño, P. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. México : Red Tercer Milenio.
- Organización Mundial de Turismo. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado de: <http://mkt.unwto.org/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2017>
- Pilco, W. (2012). *Proyecto de factibilidad para la implementación de un complejo turístico en el sector Quilán del cantón Píllaro*. (Tesis de maestría, ESPE). Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/6035>
- PYMES FUTURO. (2007). *PYMES futuro*. Recuperado de:  
[www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html](http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html)
- Revelo, A. (2015). *El centro turístico recreacional campestre y el desarrollo turístico en la localidad de Cachaco, perteneciente a la provincia de Imbabura*. (Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Estatal del Carchi). Recuperado de:  
<http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/347>
- Rodríguez, E. (2011). *Metodología de la Investigación*. México. D.F.: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rodríguez, J. (2012). *Simbología diagramas de flujo*. Recuperado de:  
<https://es.slideshare.net/AliniuZizRguezT/simbolos-diagrama-de-flujo>
- Ruiz, J. (10 de Julio de 2009). *Empresas de economía mixta*. Recuperado de:  
<https://jenoruga.wordpress.com/>
- Servicio de Rentas Internas. (2017). *Requisitos para trámites*. Recuperado de:  
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-para-tramites>

- Universia. (2017). *Tipos de investigación: descriptiva, exploratoria y explicativa*. Recuperado de: <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>
- Vivallo, A. (2012). *Manual básico de formulación y evaluación de proyectos*. Recuperado de: <http://www.google.es/amp/s/universoabierto.org/manual-basico-de-formulacion-y-evaluacion-de-proyectos/amp/>
- Yuvi, C. (2008). *Estudio de factibilidad para la creación de una operadora de ecoturismo en la ciudad de Otavalo*. (Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Nacional). Recuperado de: <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/798>

# ANEXOS

## Anexo N° 1 : Encuesta aplicada a los Turistas de la Provincia de Chimborazo



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR



### ENCUESTA

*El presente instrumento de investigación permitirá recabar la información secundaria que servirá exclusivamente para el Diseño del Proyecto de Factibilidad para la creación de un Complejo Turístico Recreacional en la Parroquia Cebadas. Agradezco su gentil colaboración.*

#### INSTRUCCIONES:

Señale con una x, de entre las opciones aquella que usted con toda sinceridad considere la más aceptable para el diseño del proyecto.

#### Datos Informativos:

##### Género

Masculino

Femenino

##### Edad

15 - 18 años

19 - 25 años

26 - 36 años

37 años en adelante

##### Región de Procedencia

Costa

Sierra

Oriente

Galápagos

##### Nivel de Formación Académica

Primaria

Secundaria

Tercer Nivel

Cuarto Nivel

Ninguno

##### Ocupación

Empleado Público

Empleado Privado

Estudiante

Estudia y Trabaja



## CUESTIONARIO

### 1. ¿Conoce usted la Parroquia Cebadas?

Si  No

### 2. ¿Por qué medios le gustaría informarse de servicios turísticos ofertados en la Parroquia Cebadas?

Radio  Prensa Escrita

Televisión  Vallas publicitarias

Redes Sociales  Afiches

### 3. ¿Estaría usted dispuesto(a) a acudir a un Complejo Turístico Recreacional dentro de la Parroquia Cebadas?

Si  No

### 4. ¿Qué precio pagaría usted por el ingreso al área de recreación del Complejo Turístico Recreacional, sabiendo que esta área estaría conformada por; piscinas de adultos y niños, senderos ecológicos, canchas deportivas y juegos infantiles?

\$ 2 DÓLARES  \$4 DÓLARES

\$ 3 DÓLARES  \$5 DÓLARES

### 5. ¿Además de los servicios del área recreativa, cuál de estos otros usted adquiriría en el Complejo Turístico Recreacional?

Hospedaje  Hospedaje y Alimentación

Alimentación  Ninguno

### 6. ¿Si usted consumiría los productos del restaurante, cuál de los siguientes platos preferiría?

Trucha frita o asada  Papas con cuy

Caldo de gallina  Papas con conejo

Locro de cuy  Asado de Borrego

Parrilada

### 7. En caso de que acuda al restaurante del Complejo Turístico Recreacional, su orden de alimentos ¿con qué bebida la acompañaría?

Jugos

Batidos

Agua aromática

**8. En caso de que desee el servicio de hospedaje en el Complejo Turístico Recreacional, ¿qué valor estaría dispuesto a pagar por este?**

\$10 DÓLARES

\$ 15 DÓLARES

\$20 DÓLARES

**9. ¿Con quién acudiría al Complejo Turístico Recreacional que se ubicará en la Parroquia Cebadas?**

Solo  Con su familia

Con su pareja  Con amigos

**10. ¿Con qué frecuencia asistiría usted al Complejo Turístico Recreacional?**

Diariamente  Cada seis meses

Una vez por mes  Los fines de semana

Dos veces por mes  Feriados

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo N° 2 : Requerimiento de Materia Prima (Platos Típicos – Bebida)**

Materia Prima Papas con cuy (4 platos)

<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Cuy	1	U	5	5
Papas	3	Lb	0,25	0,75
Cebolla blanca	3	U	0,05	0,15
Ajo	3	U	0,05	0,15
Salsa de maní	1	Taza	0,6	0,6
Lechuga	1	U	0,25	0,25
Tomate	0,5	Lb	0,3	0,15
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>7,05</b>
<b>COSTO POR PLATO</b>				<b>1,76</b>

Materia Prima Trucha Frita (4 platos)

<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Trucha	1	K	5	5
Papas	2	lb	0,2	0,4
Lechuga	1	u	0,25	0,25
Tomate	0,5	lb	0,25	0,125
Ajo	2	u	0,05	0,1
Cebolla Paiteña	0,5	lb	0,25	0,13
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>6,00</b>
<b>COSTO POR PLATO</b>				<b>1,50</b>

Materia Prima Caldo de gallina (8 platos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Gallina	1	U	7	7
Arvejas	0,5	Lb	0,5	0,25
Zanahoria	3	U	0,05	0,15
Arrocillo	0,5	Lb	0,35	0,18
Culantro	4	ramas	0,05	0,2
Cebolla blanca	4	u	0,03	0,12
Apio	4	ramas	0,03	0,12
Ajos	3	u	0,05	0,15
Papas	2	lb	0,25	0,5
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>8,67</b>
<b>COSTO POR PLATO</b>				<b>1,08</b>

Materia Prima Asado de Borrego (1 plato)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Carne de Borrego	1	lb	3,6	3,6
Papas	1	lb	0,25	0,25
Cebolla Paiteña	0,25	lb	0,25	0,06
Ajo	3	u	0,05	0,15
Lechuga	0,5	u	0,25	0,13
Tomate	0,5	lb	0,3	0,15
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>4,34</b>
<b>COSTO POR PLATO</b>				<b>4,34</b>

Materia Prima Parrillada (3 platos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Chorizo	0,6	lb	3,00	1,8
Choricillo	0,5	lb	3,5	1,75
Chuleta	1	lb	2,75	2,75
Papas	2	lb	0,25	0,50
Choclo	3	u	0,15	0,45
Aderezos	1	taza	1,15	1,15
Ensalada	3	porciones	0,4	1,20
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>9,60</b>
<b>COSTO POR PLATO</b>				<b>3,20</b>

Materia Prima Papas con conejo (6 platos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Conejo	1	u	12	12
Papas	6	lb	0,25	1,5
Cebolla blanca	8	u	0,05	0,4
Ajo	10	u	0,05	0,5
Salsa de maní	3	taza	0,75	2,25
Lechuga	1	u	0,25	0,25
Tomate	1	lb	0,3	0,3
Comino	2	sachet	0,25	0,5
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>17,7</b>
<b>COSTO POR PLATO</b>				<b>2,95</b>

Materia Prima Locro de cuy (4 platos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cuy	1	u	5	5
Papas	4	lb	0,25	1
Cebolla Paiteña	0,5	lb	0,25	0,13
Ajo	1	u	0,05	0,05
Cebolla Blanca	1	u	0,05	0,05
				0,25
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>6,48</b>
<b>COSTO POR PLATO</b>				<b>1,62</b>

Materia Prima Jugos (4 vasos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Frutas (mora, fresa, tomate)	1	lb	1,00	1
Agua	1	lt	0,50	0,5
Azúcar	0,15	lb	0,5	0,08
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>1,58</b>
<b>COSTO POR VASO</b>				<b>0,39</b>

Materia Prima Batidos (4 vasos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Frutas (mora, fresa, tomate)	1	lb	1,00	1
Leche	1	Lt	0,80	0,8
Azúcar	0,15	lb	0,5	0,08
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>1,88</b>
<b>COSTO POR VASO</b>				<b>0,47</b>

Materia Prima Agua Aromática (4 vasos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Bolsas de Té	4	bolsas	0,05	0,2
Agua	1	lt	0,50	0,5
Azúcar	0,15	lb	0,5	0,08
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>0,78</b>
<b>COSTO POR VASO</b>				<b>0,19</b>

Materia Prima Anual Bebidas

DETALLE	COSTO M.P./PLATO	PORCENTAJE APARENTE DE CONSUMO	VASOS AL AÑO	COSTO ANNUAL	COSTO MENSUAL
		<b>23824</b>			
Jugos	0,39	43%	10244	\$3.995,28	\$332,94
Batidos	0,47	35%	8338	\$3.919,05	\$326,59
Agua Aromática	0,19	22%	5122	\$973,21	\$81,10
<b>TOTAL</b>				<b>\$8.887,54</b>	<b>\$740,63</b>

### Anexo N° 3 : Requerimiento Activos Fijos

#### Construcciones

OBRA CIVIL			
<b>TOTAL DEL PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN</b>	<b>US \$</b>	<b>311.572,95</b>	

#### Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
Escritorio ejecutivo	2	\$140,00	\$280,00
Silla giratoria	2	\$35,00	\$70,00
Mesa de reuniones	1	\$175,00	\$175,00
Sillas	10	\$15,00	\$150,00
Archivador	1	\$150,00	\$150,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$825,00</b>
<b>RESTAURANTE</b>			
<b>Área de Almacenamiento</b>			
Mesa de acero inoxidable (0,95*0,10*1,80m)	1	\$195,00	\$195,00
Góndola modular 5 pisos (1,40*1,90m)	1	\$128,00	\$128,00
<i>Suman</i>			<b>\$323,00</b>
<b>Área de Cocina</b>			
Alacena en madera	2	\$120,00	\$240,00
Sillas	3	\$10,00	\$30,00
Mesa de acero inoxidable	2	\$195,00	\$390,00
<i>Suman</i>			<b>\$660,00</b>
<b>Restaurante</b>			
Mesas (Madera) para 4 personas	25	\$40,00	\$1.000,00
Sillas (Madera)	100	\$15,00	\$1.500,00
Counter	1	\$280,00	\$280,00
Mesa para niños	4	\$40,00	\$160,00
<i>Suman</i>			<b>\$2.940,00</b>

<b>Subtotal</b>			<b>\$3.923,00</b>
<b>CABAÑAS</b>			
Camas (2 plazas)	6	\$115,00	\$690,00
Camas literas (1.5 plazas)	6	\$125,00	\$750,00
Veladores	6	\$50,00	\$300,00
Peinadoras	6	\$125,00	\$750,00
Juegos de sala	6	\$250,00	\$1.500,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$3.990,00</b>
<b>PISCINAS</b>			
Sillas plásticas con brazos	10	\$6,00	\$60,00
Mueble para canastas	2	\$300,00	\$600,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$660,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$9.398,00</b>

#### Maquinaria

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Conector limpia fondo	1	200,00	200,00
Bomba	2	800,00	1600,00
Válvula multivías	1	200,00	200,00
Calentador Raypack	2	4500,00	9000,00
Filtro	2	3500,00	7000,00
Skimmer	1	800,00	800,00
Tanque centralizado de gas GLP 4m3	1	3800,00	3800,00
<b>TOTAL</b>			<b>22600,00</b>



Equipo de Trabajo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
Teléfono	2	\$35,00	\$70,00
Caja Registradora CASIO	1	\$500,00	\$500,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$570,00</b>
<b>RESTAURANTE</b>			
<b>Área de almacenamiento</b>			
Congelador Durex	1	\$650,00	\$650,00
Refrigeradora Indurama	1	\$650,00	\$650,00
<i>Suman</i>			<b>\$1.300,00</b>
<b>Área de cocina</b>			
Cocina industrial de 3 quemadores	2	\$180,00	\$360,00
Refrigeradora Indurama	1	\$650,00	\$650,00
Batidora	1	\$55,00	\$35,00
Licuadaora	2	\$78,00	\$156,00
Asadero	1	\$250,00	\$250,00
Extractor de olores	1	\$220,00	\$220,00
Extintor de gas	2	\$20,00	\$40,00
<i>Suman</i>			<b>\$1.711,00</b>
<b>Restaurante</b>			
Refrigeradora Indurama	1	\$650,00	\$650,00
Televisor Riviera 32 pulgadas	1	\$550,00	\$550,00
Minicomponente LG	1	\$420,00	\$420,00
Caja Registradora CASIO	1	\$500,00	\$500,00
<i>Suman</i>			<b>\$2.120,00</b>
<b>Subtotal</b>			<b>\$5.131,00</b>

<b>CABAÑAS</b>			
Lavadora	1	\$750,00	\$750,00
Aspiradora	1	\$300,00	\$300,00
Plancha	2	\$30,00	\$60,00
Lámparas	6	\$8,00	\$48,00
Televisores Riviera 23 pulgadas	6	\$420,00	\$2.520,00
DVD	6	\$60,00	\$360,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$4.038,00</b>
<b>PISCINA</b>			
Equipo de mantenimiento (medir ph y cloro)	12	\$20,00	\$240,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$240,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 9.979,00</b>

Equipo de Cómputo

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Computador Laptop	4	\$800,00	\$3.200,00
Impresora	4	\$120,00	\$480,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.680,00</b>

Menaje

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO USD	COSTO TOTAL USD
<b>MANTENIMIENTO DE OFICINAS Y ÁREAS</b>			
Trapeadores	10	\$3,00	\$30,00
Escobas	10	\$2,50	\$25,00
Escobillas	5	\$1,50	\$7,50
Recogedor de basura	5	\$1,50	\$7,50
Guantes de caucho (par)	10	\$1,30	\$13,00
Botella con atomizador	5	\$1,00	\$5,00
Basurero de baño	10	\$3,00	\$30,00
Basureros verdes	4	\$15,00	\$60,00
Basureros azules	4	\$15,00	\$60,00
Basureros negros	4	\$15,00	\$60,00
Basureros para oficina	4	\$3,00	\$12,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$310,00</b>
<b>RESTAURANTE</b>			
<b>Cocina</b>			
Ollas grandes N° 45	4	\$30,00	\$120,00
Ollas medianas N° 42	4	\$25,00	\$100,00
Ollas N° 32	2	\$20,00	\$40,00
Juegos de ollas N° 20 a N° 28	2	\$60,00	\$120,00
Jarra plástica	4	\$2,20	\$8,80
Set de Cucharetas	1	\$20,00	\$20,00
Set de cuchillos	1	\$65,00	\$65,00
Juegos de vasos grandes 12 piezas	5	\$12,00	\$60,00
Juego de copas para vino 12 piezas	5	\$30,00	\$150,00
Juego de copas para coctel 12 piezas	5	\$35,00	\$175,00
Juego de vasos cervreceros 12 piezas	5	\$15,00	\$75,00
fuentes para server	3	\$20,00	\$60,00
Cucharas soperas (docena)	5	\$8,00	\$40,00
Cucharas pequeña (docena)	5	\$7,00	\$35,00
Cuchillo de mesa (docena)	5	\$8,00	\$40,00

Tenedor (docena)	5	\$8,00	\$40,00
Baldes plásticos	2	\$1,85	\$3,70
Coladores plásticos (juego)	2	\$2,50	\$5,00
Ensaladeras	2	\$5,00	\$10,00
Juego de sartenes 3 piezas	1	\$45,00	\$45,00
Espátulas	2	\$1,50	\$3,00
Basureros de metal	3	\$6,00	\$18,00
Toallas de cocina x3	5	\$6,00	\$30,00
<i>Suman</i>			<b>\$1.263,50</b>
<b>Restaurante</b>			
Floreros	10	\$5,00	\$50,00
Servilletero	20	\$1,20	\$24,00
Ajícero	20	\$2,10	\$42,00
Salero x 2 unidades	10	\$1,10	\$11,00
Vajillas de porcelana	4	\$48,00	\$192,00
Jarras de vidrio 2lt	20	\$2,50	\$50,00
Basurero de plástico fuerte	2	\$18,00	\$36,00
<i>Suman</i>			<b>\$405,00</b>
<b>Almacenamiento</b>			
Delantales	5	\$8,00	\$40,00
Chalecos	5	\$10,00	\$50,00
Manteles de mesa	20	\$4,00	\$80,00
Cubre mantel	20	\$5,00	\$100,00
Servilletas de mesa	40	\$1,80	\$72,00
<i>Suman</i>			<b>\$342,00</b>
<b>Subtotal</b>			<b>\$2.010,50</b>
<b>CABAÑAS</b>			
Colchones 2 plazas	6	\$100,00	\$600,00
Colchones 1.5 plazas	6	\$85,00	\$510,00
Almohadas	24	\$6,00	\$144,00
Juegos de sábanas	24	\$10,00	\$240,00
Cobijas	24	\$15,00	\$360,00
Toallas	12	\$5,00	\$60,00

Cortinas	6	\$29,00	\$174,00
Cortinas de baño	6	\$7,00	\$42,00
Alfombras	6	\$7,00	\$42,00
Edredones	12	\$15,00	\$180,00
Otros			\$300,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$2.652,00</b>
<b>PISCINAS</b>			
Canastas para ropa	50	\$4,60	\$230,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$230,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5.202,50</b>

**Anexo N° 4 : Gastos Generales Anuales**

Servicios Básicos y Combustible

SERVICIO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO MENSUAL (USD)	COSTO ANUAL (USD)
Energía Eléctrica (KwH)	1300	\$0,09	\$117,00	\$1404,00
Agua (m3)	273	\$1,63	\$444,76	\$5337,12
Teléfono celular			\$15,00	\$180,00
Gas GLP Restaurante y Piscina	365	1,60	292,8	7008,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$13.929,12</b>

**Anexo N° 5 : Requerimiento de Insumos**

**COCINA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Aceite El Cocinero 20lt.	2	\$13,00	\$2,17	\$26,00
Sal Yodada 2kg.	12	\$0,80	\$0,80	\$9,60
Harina Ya 1 arroba	2	\$8,00	\$1,33	\$16,00
Pasta de Maní	10	\$1,32	\$1,10	\$13,20
Azúcar Valdez 1qq.	3	\$38,00	\$9,50	\$114,00
Arroz 1qq	10	\$56,00	\$46,67	\$560,00
Aliño 380 gr	365	\$0,93	\$28,29	\$339,45
Fòsforos El Sol paquete	2	\$1,00	\$0,17	\$2,00
Achiote 1 litro La Favorita	3	\$2,00	\$0,50	\$6,00
Café Nescafé 100g	12	\$5,35	\$5,35	\$64,20
Hierbas Aromáticas	12	\$1,15	\$1,15	\$13,80
Mantequilla 1kg	10	\$2,65	\$2,21	\$26,50
Vinagre blanco 500cc	5	\$0,95	\$0,40	\$4,75
Carbón Quintal	3	\$10,00	\$2,50	\$30,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$102,13</b>	<b>\$1.225,50</b>

**RESTAURANTE**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Servilleta familia 300 u	80	\$2,00	\$13,33	\$160,00
Papel Higiénico familia 12 rollos	12	\$2,85	\$2,85	\$34,20
Jabón líquido 5000 ml	24	\$3,80	\$7,60	\$91,20
<b>TOTAL</b>			<b>\$23,78</b>	<b>\$285,40</b>

CABAÑAS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Papel Higiénico familia 12 rollos	50	\$3,10	\$12,92	\$155,00
Jabón de manos líquido 5000 ml	6	\$3,80	\$1,90	\$22,80
Shampoo en sachet	4100	\$0,08	\$27,33	\$328,00
Jabón de baño	4100	\$0,13	\$44,42	\$533,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$86,57</b>	<b>\$1.038,80</b>

PISCINAS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Papel Higiénico familia 12 rollos	200	\$3,10	\$51,67	\$620,00
Jabón de manos líquido 5000 ml	12	\$3,80	\$3,80	\$45,60
Ortotolidina (ml)	1000	\$0,15	\$12,50	\$150,00
Rojo de fenol (ml)	1000	\$0,10	\$8,33	\$100,00
Cloro al 70% (kg)	100	\$3,50	\$29,17	\$350,00
Floculante Tespolflo (kg)	100	\$2,50	\$20,83	\$250,00
Antialgas (kg)	25	\$3,00	\$6,25	\$75,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$132,55</b>	<b>\$1.590,60</b>

ASEO-LIMPIEZA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Lavavajillas Axió n 1kg	20	\$2,55	\$4,25	\$51,00
Fundas para basura	2000	\$0,05	\$8,33	\$100,00
Detergente Deja 4kg	25	\$3,87	\$8,06	\$96,75
Desinfectante Fresklin 1lt	20	\$1,87	\$3,12	\$37,40
Cloro Ajax 2lt	12	\$1,50	\$1,50	\$18,00
Estropajo de alambre estrella	36	\$0,30	\$0,90	\$10,80
Esponja mixta Estrella	36	\$0,35	\$1,05	\$12,60
Limpiador Tips tanque 48g	24	\$1,65	\$3,30	\$39,60
Jabón de lavar Todo 4u	24	\$2,00	\$4,00	\$48,00
Cloro al 70%	25	\$3,50	\$7,29	\$87,50
Escobas de cerda plastic	3	\$2,00	\$0,50	\$6,00
Escobas de cerda suave	3	\$1,75	\$0,44	\$5,25
Trapeadores	3	\$1,80	\$0,45	\$5,40
<b>TOTAL</b>			<b>\$43,19</b>	<b>\$518,30</b>

Anexo N° 6 : Precios de los servicios

SERVICIOS FIJADOS POR EL COSTO							
SERVICIO	COSTOS			COSTOS DE PRODUCCIÓN	% UTILIDAD	TOTAL	PRECIO DEL SERVICIO
	MP	MO	CIF				
Menú 1	\$1,81	\$0,95	\$0,14	\$2,90	\$1,74	\$4,64	<b>\$4,60</b>
Menú 2	\$3,00	\$0,95	\$0,14	\$4,09	\$2,45	\$6,54	<b>\$6,60</b>
Menú 3	\$1,13	\$0,95	\$0,14	\$2,22	\$1,33	\$3,55	<b>\$3,50</b>
Menú 4	\$1,55	\$0,95	\$0,14	\$2,64	\$1,58	\$4,22	<b>\$4,25</b>
Menú 5	\$4,39	\$0,95	\$0,14	\$5,48	\$3,29	\$8,77	<b>\$8,75</b>
Menú 6	\$3,25	\$0,95	\$0,14	\$4,34	\$2,60	\$6,94	<b>\$7,00</b>
Menú 7	\$1,67	\$0,95	\$0,14	\$2,76	\$1,66	\$4,42	<b>\$4,40</b>
Jugos de Frutas	\$0,39	\$0,47	\$0,00	\$0,86	\$0,43	\$1,29	<b>\$1,25</b>
Batido de Frutas	\$0,47	\$0,47	\$0,00	\$0,94	\$0,47	\$1,41	<b>\$1,40</b>
Agua Aromática	\$0,19		\$0,00	\$0,19	\$0,06	\$0,25	<b>\$0,25</b>
SERVICIOS FIJADOS POR EL VALOR							
Hospedaje							<b>\$15,00</b>
Recreación							<b>\$5,00</b>



#### Anexo N° 7 : Logotipo de la Empresa



#### **Descripción:**

- El nombre del complejo turístico recreacional irá en letra cursiva aparentando lo rústico del lugar al estar ubicado en una parroquia rural.
- El icono de una cabaña, que representa el modelo de la infraestructura física del complejo rodeada por árboles y plantas nativos del lugar.
- La imagen de una montaña que representa la tierra, base fundamental del trabajo y esfuerzo de todas y todos los parroquianos.
- La imagen de una laguna, misma que representa la fuente de vida que es el agua al ser la parroquia Cebadas un lugar privilegiado por poseer innumerables fuentes hídricas y estar sus páramos llenos de esponjas de agua que abastecen a canales de suministro de agua tanto potable como alcantarillado y regadío.
- La imagen de un árbol que simboliza la flora existente en la parroquia lo que brindará a los visitantes un momento de diversión y descanso en un espléndido ecosistema.
- El símbolo de la vialidad que significa el punto de encuentro entre la Costa, Sierra y Oriente al ser Cebadas denominada como el Rincón de las grandes bellezas Naturales y Pasaje al Oriente Ecuatoriano.
- La imagen del arcoíris que simboliza la biodiversidad e interculturalidad de los pueblos que se juntan con este paso a las regiones naturales, la pluralidad de ideas y culturas de las comunidades.

Anexo N° 8: Croquis de la Planta Turística

