



# **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “JAPON”**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL INSTITUTO**

**SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPON**

**TEMA:** ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
COMPLEJO VACACIONAL QUE PERMITA EL FORTALECIMIENTO  
TURÍSTICO EN LA PARROQUIA ZUMBAHUA.

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:**

**“TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS”**

**AUTOR:** FREDY VINICIO CUNUHAY UMAJINGA

**TUTOR:** ING. FERNANDO MALDONADO

**QUITO - ECUADOR**

**AÑO:** 2018-2019

## **AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, FREDY VINICIO CUNUHAY UMAJINGA , en calidad de autora del Trabajo de Investigación sobre: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO VACACIONAL QUE PERMITA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA ZUMBAHUA., 2018, doy la autorización al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN, de utilizar los contenidos planteados en el siguiente trabajo de investigación que son de mi autoría, con la finalidad de estudio o de investigación.

Me corresponden totalmente los derechos de autor, por ser el único autor de esta obra.

Quito, 9 de Agosto del 2019

.....

Fredy Vinicio Cunuhay Umajinga

CI: 050401063-8

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a Dios, por toda su bondad reflejada en la gracia que me imparte en mi vida, a mis padres HUGO CUNUHAY ANTE Y MARIA OLGA UMAJINGA GUAMAN y a mis HERMAN@S, NANCY, JAIRO, ALEX, PAMELA, Diego G y a toda mi familia quienes gracias a su apoyo en cada momento de mi vida y por hacerme sentir su apoyo incondicional en momentos de felicidad, angustias y tristezas

A mí querido ITS “JAPON” y sus maravillosos docentes, por haberme permitido formarme como profesional en sus aulas impartíendome conocimientos de calidad.

GRACIAS

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado sabiduría y todo lo que tengo, a mis padres por ser los pilares de mi vida quienes, al demostrarme su cariño y apoyo incondicional, me dieron fuerza para alcanzar mis sueños y cumplir una meta más en mi vida

A mis hermanos, primos tíos en general, quienes a pesar de nuestras diferencias han estado presentes en mi desarrollo personal y profesional

## RESUMEN

El presente estudio se enfoca en investigar la factibilidad para creación de un complejo vacacional que permitirá el fortalecimiento turístico en la Parroquia Zumbahua Provincia de Cotopaxi. Para ello se han aplicado los capítulos siguientes .1) Capítulo 1. Tratará sobre objetivos tanto general como específicos, el problema, justificación, y demás variables con las que se contará para el desarrollo del proyecto ,2) Capítulo 2. Se investiga el marco teórico y su evolución en cuanto la creación del complejo vacacional, para demostrar su factibilidad filosófica, 3) Capítulo 3. Se estudiarán específicamente al mercado es decir, la oferta, la demanda, y salificación de la creación del complejo vacacional para demostrar su factibilidad en el campo geográfico y de población 4) 4 Capítulo 4. Se aplica para demostrar la situación actual enfocándose en el análisis de los resultados tanto de la demanda potencial y lo efectivo 5) 5 Capítulo. Se demuestra la factibilidad en el procedimiento técnico, tecnológico, distribución de la planta, flujo grama de proceso, también se encuentra el estudio financiero para comprobar su factibilidad económica.

## **ABSTRACT**

The present study focuses on investigating the feasibility for the creation of a holiday complex that will allow tourism to be strengthened in the Zumbahua Parish of Cotopaxi Province. To this end, the following chapters have been applied: 1) Chapter 1. It will deal with both general and specific objectives, the problem, justification, and other variables that will be counted for the development of the project, 2) Chapter 2. The framework is investigated theoretical and its evolution in terms of the creation of the holiday complex, to demonstrate its philosophical feasibility, 3) Chapter 3. The market, specifically the supply, demand, and salification of the creation of the holiday complex to be demonstrated in order to demonstrate its feasibility in the geographical and population field 4) 4 Chapter 4. Applies to demonstrate the current situation focusing on the analysis of the results of both the potential demand and the effective 5) 5 Chapter. Feasibility is demonstrated in the technical, technological, plant distribution, process flow, financial study is also found to verify its economic feasibility.

## TABLA DE CONTENIDO

CARÁ.....	I
TABLA DE CONTENIDO.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
INTRODUCCIÓN.....	16
1. CAPITULO I.....	18
1.1 OBJETIVOS.....	18
1.2 OBJETIVO GENERAL.....	18
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.6 JUSTIFICACIÓN.....	19
1.7 METODOLOGÍA Y PLAN DE ACCIÓN.....	20
1.8 ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO.....	21
1.9 HIPÓTESIS.....	21
1.9.1 HIPÓTESIS PARTICULARES.....	21
1.10 DECLARACIÓN DE VARIABLES.....	21
2. CAPÍTULO II.....	24
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	24
2.2 DEFINICIÓN DE TURISMO.....	24
2.3 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO.....	24
2.4 CONCEPTOS BÁSICOS.....	25
2.5 RECREACIÓN.....	26
2.5.1 ¿QUÉ ES EL PROGRAMA RECREATIVO?.....	26
2.5.2 TIPOS DE RECREACIÓN.....	28
2.5.3 RECREACIÓN EN EL ÁMBITO SOCIAL.....	28
2.6 GENERALIDADES Y PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICOS.....	29
2.7 ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD O PROYECTO PRELIMINAR.....	30
2.8 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	31
2.8.1 ETAPA DE INVERSIÓN.....	31
2.8.2 PROYECTOS DE INGENIERÍA.....	31
2.8.3 NEGOCIACIÓN DEL FINANCIAMIENTO.....	31
2.9 IMPLEMENTACIÓN.....	32
2.9.1 ETAPA DE OPERACIÓN.....	32

2.9.2	SEGUIMIENTO Y CONTROL.....	32
2.10	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA .....	32
2.11	BASE LEGAL .....	33
2.12	ESTRUCTURA EMPRESARIAL.....	33
2.12.1	NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD.....	34
2.12.2	ORGANIGRAMAS (ESTRUCTURAL, FUNCIONAL Y POSICIONAL).....	34
2.13	ESTUDIO FINANCIERO .....	35
2.14	INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO .....	35
2.14.1	INVERSIONES.....	35
2.14.2	FINANCIAMIENTO.....	36
2.15	ANÁLISIS DE COSTOS.....	37
2.16	ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS.....	37
2.16.1	CLASIFICACIÓN DE COSTOS.....	37
2.17	PRESUPUESTO PROYECTADO .....	37
3.	CAPÍTULO III.....	38
3.1	ANTECEDENTES .....	38
3.2	ESTUDIO DE MERCADO .....	38
3.3	TURISMO EN EL ECUADOR.....	38
3.3.1	TURISMO EN LA REGIÓN SIERRA .....	38
3.4	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	39
3.4.1	EXPLORATORIA .....	39
3.4.2	CAMPO .....	39
3.4.3	SEGÚN LOS MEDIOS PARA OBTENER LOS DATOS .....	39
3.5	ESTUDIO TÉCNICO, POBLACIÓN Y MUESTRA .....	39
3.5.1	DATOS GEOGRÁFICOS DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA.....	39
3.5.2	RUTAS DE ACCESO A LA PARROQUIA ZUMBAHUA .....	40
3.5.3	LUGARES TURÍSTICOS.....	41
3.6	PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN.....	42
3.6.1	TIPO DE MUESTRA .....	43
3.6.2	TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	43
3.7	PROCESO DE SELECCIÓN .....	44
3.8	MÉTODOS Y TÉCNICAS APLICADAS.....	45
3.8.1	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	45
3.9	TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN .....	45
4.	CAPÍTULO IV .....	46
4.1	SITUACIÓN ACTUAL.....	46



4.2	<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b>	46
4.2.1	<b>ANÁLISIS DE ATRACTIVO Y COMPETITIVIDAD</b>	46
4.3	<b>RESULTADO DE ENCUESTA</b>	48
4.4	<b>MERCADO DEMANDANTE</b>	61
4.4.1	<b>ANÁLISIS DE LA DEMANDA (POTENCIAL, EFECTIVA)</b>	61
4.4.1.1	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	61
4.4.1.2	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>	62
4.5	<b>ESTUDIO DE LA OFERTA</b>	62
4.5.1	<b>ESTIMACIÓN DE LA OFERTA</b>	62
4.6	<b>BALANCE DEMANDA-OFERTA (DEMANDA INSATISFECHA)</b>	63
4.7	<b>ANÁLISIS: VIABILIDAD DEL PROYECTO</b>	64
4.8	<b>ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS</b>	65
4.9	<b>RESULTADOS</b>	65
5.	<b>CAPÍTULO V</b>	67
5.1	<b>PROCEDIMIENTO</b>	67
5.2	<b>DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b>	67
5.3	<b>FACTORES DE LOCALIZACIÓN</b>	68
5.3.1	<b>ACCESO A LA MATERIA PRIMA</b>	68
5.3.2	<b>CERCANÍA AL MERCADO</b>	68
5.3.3	<b>VÍAS DE COMUNICACIÓN</b>	68
5.3.4	<b>SERVICIO BÁSICOS</b>	68
5.3.5	<b>RECURSO HUMANO</b>	69
5.4	<b>COMPONENTE TECNOLÓGICO</b>	69
5.5	<b>DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA</b>	71
5.6	<b>PROCESO DEL SERVICIO</b>	72
5.7	<b>DISEÑO DE LA PROPUESTA</b>	73
5.8	<b>FLUJOGRAMA DE PROCESO</b>	73
	<b>FLUJOGRAMA DE LLEGADA DEL CLIENTE</b>	74
5.9	<b>SERVICIOS DE PISCINA, CANCHAS DEPORTIVAS Y RECREATIVOS</b>	75
	<b>FLUJOGRAMA PARA SERVICIOS DE PISCINA, CANCHAS Y JUEGOS RECREATIVOS</b>	75
5.10	<b>SERVICIO DE RESTAURANT</b>	76
	<b>FLUJOGRAMA SERVICIO DE RESTAURANT</b>	76
5.11	<b>DISEÑO ORGANIZACIONAL</b>	77
5.11.1	<b>ESTRUCTURA EMPRESARIAL</b>	77
5.11.1.1	<b>NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD</b>	77

<b>5.10 ORGANIGRAMAS</b> .....	78
<b>ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”</b> .....	78
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”</b> .....	79
<b>ORGANIGRAMA POSICIONAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)</b> .....	80
<b>BASE LEGAL</b> .....	81
<b>5.12 MANUALES</b> .....	81
<b>5.13 ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	81
<b>5.13.1 CAPACIDAD INSTALADA</b> .....	81
<b>5.13.2 CAPACIDAD UTILIZADA</b> .....	81
<b>5.13.3 DETERMINACIÓN DE % DE PARTICIPACIÓN</b> .....	82
<b>5.14 ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	82
<b>5.14.1 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO</b> .....	82
<b>5.14.2 INVERSIONES</b> .....	82
<b>INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS</b> .....	82
<b>TERRENO</b> .....	82
<b>CONSTRUCCIÓN</b> .....	83
<b>EQUIPO</b> .....	83
<b>VAJILLA</b> .....	84
<b>MUEBLES PARA EL SERVICIO</b> .....	84
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b> .....	85
<b>MUEBLES Y ENSERES</b> .....	85
<b>JUEGOS RECREACIONALES</b> .....	86
<b>INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS</b> .....	86
<b>INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO</b> .....	87
<b>5.15 COSTO PRODUCTOS O SERVICIOS</b> .....	87
<b>COSTO PRIMO</b> .....	88
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b> .....	88
<b>PLATOS A OFRECER</b> .....	88
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b> .....	89
<b>5.16 COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN</b> .....	89
<b>5.16.1 SERVICIOS BÁSICOS</b> .....	90
<b>5.16.2 HERRAMIENTAS DE TRABAJO Y MANTENIMIENTOS DE EQUIPOS</b> ....	90
<b>5.16.3 INSUMOS PARA EL MANTENIMIENTO DE LA PISCINA</b> .....	90
<b>5.17 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS</b> .....	91

<b>5.18</b>	<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b> .....	92
5.18.1	<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b> .....	92
<b>5.19</b>	<b>COSTOS OPERATIVOS</b> .....	92
5.19.1	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b> .....	92
<b>5.20</b>	<b>GASTOS DE VENTAS</b> .....	93
5.20.1	<b>PUBLICIDAD</b> .....	94
5.20.2	<b>RESUMEN DE LA INVERSIÓN</b> .....	94
<b>5.21</b>	<b>FINANCIAMIENTO</b> .....	95
5.21.1	<b>GASTOS FINANCIEROS</b> .....	96
<b>5.22</b>	<b>OTROS GASTOS</b> .....	98
<b>5.23</b>	<b>COSTO TOTAL DE SERVICIO</b> .....	100
<b>5.24</b>	<b>COSTOS DE ALIMENTACIÓN</b> .....	100
<b>5.25</b>	<b>COSTOS DE SERVICIO</b> .....	100
<b>5.26</b>	<b>COSTO UNITARIO DEL SERVICIO</b> .....	101
<b>5.27</b>	<b>DETERMINACIÓN DE INGRESOS</b> .....	101
<b>5.28</b>	<b>PRESUPUESTO PROYECTADO A 5 AÑOS</b> .....	103
<b>5.29</b>	<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b> .....	105
<b>5.30</b>	<b>DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO</b> .....	108
5.30.1	<b>EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS</b> .....	108
5.30.2	<b>EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA</b> .....	109
5.30.3	<b>EN FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN</b> .....	109
<b>5.31</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b> .....	111
<b>5.32</b>	<b>VALOR ACTUAL NETO</b> .....	113
<b>5.33</b>	<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b> .....	114
<b>5.34</b>	<b>ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b> .....	115
5.34.1	<b>SE OBTIENE LA NUEVA TASA INTERNA DE RETORNO</b> .....	117
5.34.2	<b>SE ENCUENTRA LA TASA INTERNA DE RETORNO RESULTANTE</b> .....	117
5.34.3	<b>SE CALCULA EL PORCENTAJE DE VARIACIÓN</b> .....	117
5.34.4	<b>SE CALCULA EL VALOR DE SENSIBILIDAD</b> .....	117
<b>5.35</b>	<b>RELACIÓN COSTO – BENEFICIO</b> .....	117
<b>6.</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	118
<b>7.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	119
<b>8.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	119
<b>9.</b>	<b>ANEXOS</b> .....	121
9.1	<b>Anexo “A”</b> .....	122
9.2	<b>Anexo “B”</b> .....	124

<b>9.3</b>	<b>Anexo “C”</b> .....	127
	<b>BASE LEGAL</b> .....	128
<b>9.4</b>	<b>Anexo “D”</b> .....	134
	<b>GERENCIA</b> .....	135
	<b>SECRETARÍA</b> .....	136
	<b>GUARDIANÍA</b> .....	137
	<b>FINANZAS</b> .....	138
	<b>CONTADORA</b> .....	139
	<b>MESERO</b> .....	140
	<b>CAJA</b> .....	141
	<b>DIRECTOR DE VENTAS</b> .....	142
	<b>VENTAS</b> .....	143
<b>9.5</b>	<b>Anexo “E”</b> .....	145
	<b>FOTOGRAFÍAS DEL CENTRO TURÍSTICO</b> .....	145

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.- Cuadro de Variables</b> .....	22
<b>Tabla 2.- Proyección de familias de la parroquia Zumbahua</b> .....	42
<b>Tabla 3.- Rango de edades Zumbahua</b> .....	43
<b>Tabla 4.- Número de personas encuestadas</b> .....	44
<b>Tabla 5.- FODA Zumbahua</b> .....	47
<b>Tabla 6.- Visita centros turísticos</b> .....	48
<b>Tabla 7.- Complejos recreacionales</b> .....	48
<b>Tabla 8.- Calidad de Servicio</b> .....	49
<b>Tabla 9.- Recreaciones Deportivas</b> .....	50
<b>Tabla 10.- Nuevo Complejo Recreacional</b> .....	50
<b>Tabla 11.- Complejo Innovativo</b> .....	51
<b>Tabla 12.- Servicio de Calidad</b> .....	52
<b>Tabla 13.- Servicio de Transporte</b> .....	52
<b>Tabla 14.- Servicio de Hoteles y Restaurantes</b> .....	53
<b>Tabla 15.- Migración de las personas</b> .....	53
<b>Tabla 16.- Implementar la economía</b> .....	54
<b>Tabla 17.- Edad de los encuestados</b> .....	55
<b>Tabla 18.- Género</b> .....	55
<b>Tabla 19.- Frecuencia de viajes</b> .....	56
<b>Tabla 20.- Tipos de Viajes</b> .....	56
<b>Tabla 21.- Medios destinos turísticos</b> .....	57
<b>Tabla 22.- Medios de transporte</b> .....	57
<b>Tabla 23.- Hospedaje</b> .....	58
<b>Tabla 24.- Visita</b> .....	59
<b>Tabla 25.- Actividades</b> .....	59
<b>Tabla 26.- Dinero a invertir</b> .....	60
<b>Tabla 27.- Demanda Total o potencial</b> .....	62
<b>Tabla 28.- Demanda Efectiva</b> .....	62
<b>Tabla 29.- Estimación de la oferta</b> .....	63
<b>Tabla 30.- Demanda Insatisfecha</b> .....	63
<b>Tabla 31.- Frecuencia</b> .....	64
<b>Tabla 32.- Piscina</b> .....	69
<b>Tabla 33.- Restaurant</b> .....	69
<b>Tabla 34.- Canchas</b> .....	69
<b>Tabla 35.- Espacios verdes</b> .....	70
<b>Tabla 36.- Juegos recreacionales</b> .....	70
<b>Tabla 37.- Equipamiento de oficina</b> .....	70
<b>Tabla 38.- Infraestructura física</b> .....	71
<b>Tabla 39.- Capacidad instalada</b> .....	81
<b>Tabla 40.- Capacidad utilizada</b> .....	82
<b>Tabla 41.- Porcentaje de participación</b> .....	82
<b>Tabla 42.- Superficie del terreno</b> .....	83
<b>Tabla 43.- Presupuesto de obra</b> .....	83
<b>Tabla 44.- Precio de equipo</b> .....	83
<b>Tabla 45.- Presupuesto Equipos de Audio y Tv</b> .....	84
<b>Tabla 46.- Presupuesto de vajilla</b> .....	84
<b>Tabla 47.- Presupuesto de muebles</b> .....	85
<b>Tabla 48.- Equipos de Oficina</b> .....	85
<b>Tabla 49.- Muebles y enseres</b> .....	85
<b>Tabla 50.- Juegos Recreacionales</b> .....	86
<b>Tabla 51.- Activos fijos</b> .....	86
<b>Tabla 52.- Activos Diferidos</b> .....	87

<b>Tabla 53.-</b> <i>Materia prima directa</i> .....	88
<b>Tabla 54.-</b> <i>Platos a ofrecer</i> .....	88
<b>Tabla 55.-</b> <i>Mano de obra directa</i> .....	89
<b>Tabla 56.-</b> <i>Costos servicios básicos anuales</i> .....	90
<b>Tabla 57.-</b> <i>Presupuesto de herramientas y mantenimiento</i> .....	90
<b>Tabla 58.-</b> <i>Presupuesto de insumos para piscina</i> .....	91
<b>Tabla 59.-</b> <i>Depreciación de activos fijos</i> .....	91
<b>Tabla 60.-</b> <i>Costos de producción</i> .....	92
<b>Tabla 61.-</b> <i>Costos operativos</i> .....	93
<b>Tabla 62.-</b> <i>Gastos de ventas</i> .....	93
<b>Tabla 63.-</b> <i>Publicidad</i> .....	94
<b>Tabla 64.-</b> <i>Resumen de presupuestos</i> .....	94
<b>Tabla 65.-</b> <i>Financiamiento</i> .....	95
<b>Tabla 66.-</b> <i>Datos</i> .....	96
<b>Tabla 67.-</b> <i>Amortización de Capital</i> .....	96
<b>Tabla 68.-</b> <i>Gastos Financieros</i> .....	97
<b>Tabla 69.-</b> <i>Amortización Activos Diferidos</i> .....	98
<b>Tabla 70.-</b> <i>Amortización de Capital</i> .....	99
<b>Tabla 71.-</b> <i>Resumen gastos</i> .....	100
<b>Tabla 72.-</b> <i>Costos de Producción</i> .....	100
<b>Tabla 73.-</b> <i>Costo del servicio</i> .....	100
<b>Tabla 74.-</b> <i>Costo por persona</i> .....	101
<b>Tabla 75.-</b> <i>Costo Alimentación</i> .....	101
<b>Tabla 76.-</b> <i>Costo por plato</i> .....	101
<b>Tabla 77.-</b> <i>Ingreso por entrada a 5 años</i> .....	102
<b>Tabla 78.-</b> <i>Ingreso del restaurant a 5 años</i> .....	102
<b>Tabla 79.-</b> <i>Presupuesto Proyectado</i> .....	103
<b>Tabla 80.-</b> <i>Estado de pérdidas y ganancias</i> .....	105
<b>Tabla 81.-</b> <i>Clasificación de costos</i> .....	106
<b>Tabla 82.-</b> <i>Ingresos Totales</i> .....	110
<b>Tabla 83.-</b> <i>Flujo de Caja</i> .....	112
<b>Tabla 84.-</b> <i>Valor Actual Neto</i> .....	113
<b>Tabla 85.-</b> <i>Tasa Interna de Retorno</i> .....	114
<b>Tabla 86.-</b> <i>Análisis de Sensibilidad con el incremento del 22,82%</i> .....	116
<b>Tabla 87.-</b> <i>Relación Costo Beneficio</i> .....	118

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.- Recreación</i>	26
<i>Figura 2.- Parroquia Zumbahua</i>	40
<i>Figura 3.- Ubicación Geográfica</i>	40
<i>Figura 4.- Volcán Quilotoa</i>	41
<i>Figura 5.- Ruta de Cañón</i>	41
<i>Figura 6.- Rio Chami</i>	41
<i>Figura 7.- Complejos Recreacionales</i>	48
<i>Figura 8.- Complejos Recreacionales</i>	49
<i>Figura 9.- Calidad de Servicio</i>	49
<i>Figura 10.- Recreaciones Deportivas</i>	50
<i>Figura 11.- Nuevo Complejo Recreacional</i>	51
<i>Figura 12.- Complejo Innovativo</i>	51
<i>Figura 13.- Complejo Innovativo</i>	52
<i>Figura 14.- Servicio de Transporte</i>	52
<i>Figura 15.- Servicio de Hoteles y Restaurantes</i>	53
<i>Figura 16.- Migración de personas</i>	54
<i>Figura 17.- Implementar la economía</i>	54
<i>Figura 18.- Edad de los encuestados</i>	55
<i>Figura 19.- Género</i>	55
<i>Figura 20.- Frecuencia de viajes</i>	56
<i>Figura 21.- Tipos de Viajes</i>	56
<i>Figura 22.- Medios disponibles</i>	57
<i>Figura 23.- Medios de transporte</i>	58
<i>Figura 24.- Hospedaje</i>	58
<i>Figura 25.- Visita</i>	59
<i>Figura 26.- Actividades</i>	60
<i>Figura 27.- Dinero a Invertir</i>	60
<i>Figura 28.- Distribución esquemática</i>	72
<i>Figura 29.- Diagrama Tridimensional</i>	73
<i>Figura 30.- Flujo grama cliente</i>	74
<i>Figura 31.- Flujograma de servicios</i>	75
<i>Figura 32.- Flujograma del restaurant</i>	76
<i>Figura 33.- Organigrama estructural</i>	78
<i>Figura 34.- Organigrama Funcional</i>	79
<i>Figura 35.- Organigrama Posicional</i>	80
<i>Figura 36.- Area de estudio del proyecto</i>	146
<i>Figura 37.- Areas de Distracción</i>	146
<i>Figura 38.- Ruta de acceso</i>	147
<i>Figura 39.- Area paramal ingreso</i>	147
<i>Figura 40.- Juegos de Recreación</i>	147
<i>Figura 41.- Vista superior del centro turístico</i>	147
<i>Figura 42.- vías de ingreso a la laguna Quilotoa</i>	148
<i>Figura 43.- Área de esparcimiento</i>	147
<i>Figura 44.- Organigrama Posicional</i>	148
<i>Figura 45.- Organigrama Posicional</i>	148
<i>Figura 46.- Área del Centro Turístico</i>	149
<i>Figura 47.- Zona de juegos</i>	149
<i>Figura 48.- Área de Parquedero</i>	149
<i>Figura 49.- Via de ingreso al Quilotoa</i>	149
<i>Figura 50.- Panorama general</i>	149
<i>Figura 51.- Zona de caminatas</i>	149

## INTRODUCCIÓN

### ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO

Con la elaboración del presente trabajo se pretende contribuir, al mejoramiento de las condiciones socio económico y turístico de la parroquia Zumbahua, el turismo es un medio de desarrollo sostenible en el Ecuador, como fenómeno social tiene un gran impacto en el crecimiento social y cultural de esta parroquia. El proyecto permite analizar las necesidades de los habitantes, ya que actualmente no cuenta con el espacio adecuado para el desarrollo de diversas actividades como: deportes recreacionales, restaurants, hoteles, entre otras, por ende, la creación del mismo contribuirá con el progreso de la parroquia Zumbahua del Cantón Pujilí provincia de Cotopaxi, así se le dará un mayor prestigio y reconocimiento a nivel nacional.

El proyecto se adapta a la política y lineamientos del Plan del buen vivir: estipulado en la página 28 que indica:

*“Objetivo 7: Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común*

*7.3. Fomentar y optimizar el uso de espacios públicos para la práctica de actividades culturales, recreativas y deportivas.*

*a) Incrementar y mejorar espacios públicos formales y no formales para la práctica y desarrollo de actividades físicas, recreativas y culturales.*

*b) Crear espacios de encuentro y práctica de actividades físicas y deporte para personas con necesidades especiales como las de la tercera edad y con discapacidades, entre otras.*

*c) Democratizar las infraestructuras públicas recreativas y culturales.*

*d) Generar condiciones integrales para la práctica de la actividad física y el deporte: infraestructura adecuada, escenarios deportivos, implementación deportiva, medicina del deporte, capacitación e investigación.*

*e) Generar condiciones integrales para la práctica, uso, difusión y creación de las actividades y producciones artísticas, que cuente con infraestructura adecuada, seguridades, capacitación e investigación”.*

El presente proyecto se enfoca a las diferentes necesidades que tienen los pobladores de la parroquia Zumbahua, debido a que no hay lugares de esparcimiento y diversión que llene las expectativas de los habitantes y los turistas, también tiene mucho que ver la poca atención por parte del municipio.



Así también ofrecerá el servicio de transporte para visitar los lugares más extraordinarios que dispone la parroquia como puede ser la visita al majestuoso lago Quilotoa, el público en general se sienta conforme y atraído.

## **1. CAPITULO I**

### **1.1 OBJETIVOS**

#### **1.2 OBJETIVO GENERAL**

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de un complejo vacacional que permita el fortalecimiento de las actividades sociales y turísticas mediante una investigación de campo que involucre a los pobladores de la parroquia Zumbahua.

#### **1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Realizar un estudio de factibilidad de creación del complejo recreacional en la parroquia Zumbahua.
- ✓ Conocer la situación actual de los complejos turísticos vacacionales en la parroquia Zumbahua.
- ✓ Analizar el grado de aceptación de la creación de un complejo turístico vacacional para la ciudadanía en general de la parroquia.
- ✓ Conocer el valor total a ser financiado por el banco y el valor aportado por los socios de la empresa.
- ✓ Identificar qué importancia tiene el estudio para crear un complejo turístico vacacional con apertura de nuevos negocios relacionados a esta actividad.

#### **1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La parroquia Zumbahua es una población muy antigua perteneciente a la República del Ecuador, el 16 de junio de 1972 fue creada como parroquia rural del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, el acuerdo de creación de la parroquia Zumbahua se publicó registro oficial número 88 e día 26 de junio de 1972, causando el beneplácito entre todos sus habitantes.

En la actualidad se observa a la parroquia Zumbahua y sus administradores no han contribuido al desarrollo socioeconómico, existiendo una diversidad de problemas que impiden que tenga un nivel de crecimiento, lo cual ha creado desmotivación en las personas que realizan proyectos para la comunidad y esto conlleva a que pierdan el interés de visitar las zonas turísticas, siendo una de las parroquias con más afluencia de turistas por el hermoso lago Quilotoa que encierra una historia impresionante.

La parroquia Zumbahua carece de conjuntos recreacionales, la necesidad de fomentar un componente de distracción, relajación y diversión a través de la creación de lugares de entretenimiento, recreación, práctica deportiva donde la

familia y turistas puedan asistir de manera íntegra sin distinción de sexo, edad, religión, etc.

### **1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

El problema de la parroquia Zumbahua se da al no disponer de un complejo recreacional, lo que no permite a los visitantes, turistas y hasta los mismos pobladores no se queden en esta hermosa parroquia a disfrutar de su historia y sus atractivos turísticos obligándose a migrar a otros sitios del país, al igual que no cuentan con servicios de calidad tanto en hoteles ni en restaurantes, en el complejo turístico a crearse, brindará servicios de calidad tanto en el complejo como en los hoteles y restaurantes.

### **1.6 JUSTIFICACIÓN**

La parroquia Zumbahua se encuentra ubicada en una de las zonas parámales más importantes de la zona occidental del cantón Pujilí, de la provincia de Cotopaxi, el proyecto promueve la generación de nuevas fuentes de empleo y la activación de la economía de la parroquia. La iniciativa de implementar un complejo vacacional viene dada al empuje del sector privado, logrando de esta forma el desarrollo del turismo, favoreciendo a toda la parroquia.

Con la implementación del complejo recreacional en la parroquia Zumbahua, se pretende que la parroquia se introduzca en el mercado turístico del cantón, brindando los servicios necesarios a toda persona que aprecie este tipo de diversión y pueda encontrar varias formas de entretenimiento.

Este proyecto se presenta como una alternativa para que las familias puedan divertirse, disfrutar de un tiempo de descanso, relajamiento, así los hombres encontrarán varias formas de entretenimiento más no solo en el alcohol, ayudando con esto no solo a su salud, sino a la integración familiar o cambios a su vida cotidiana.

Además, se fortalecerá la actividad turística generando un desarrollo socio económico para el sector, ocupando la mano de obra local y se elevará el nivel de vida de los habitantes que se encuentran en las cercanías del centro recreativo, ya que también se podrá implementar pequeños negocios que ofrezcan servicios complementarios para los visitantes, convirtiéndose en un estudio importante ya que ayuda al desarrollo social y a la vez lograr un progreso en la familia y a su unión.

Generar ingresos que permitan el cumplimiento del objetivo económico de toda empresa privada, que favorezca a un crecimiento, desarrollo, avance de la localidad o la parroquia en este caso, favoreciendo en varios aspectos como el fomentar lo social y turístico.

Satisfacer a su población al contar con un espacio para desarrollar actividades recreativas, brindando varios lugares de diversión como la práctica de deporte, el descanso, esparcimiento, alojamiento, alimentación, la diversión y el entretenimiento que ayude una convivencia sana, a unir más a las familias, cada vez se incrementará clientes con varias estrategias.

El propósito es brindar un servicio cien por ciento de calidad, a familias, estudiantes de todos los niveles, empresas e instituciones y público en general que necesite de esta prestación. Es evidente que el descanso, la actividad física y deportiva están excepcionalmente dotados de múltiples beneficios físicos, mentales y psicológicos. La práctica de la recreación y del deporte ayuda al desarrollo armónico e integral de los seres humanos, motivo por el que todo tipo de actividades de esta índole merecen ser apoyadas, y requieren de un gran esfuerzo.

Esta actividad es muy importante ya que abarca a que toda la familia asista a un lugar donde puedan disfrutar de la práctica de diversos deportes, juegos recreativos y además proporcionarles de un lugar ideal para poder pasar días de descanso placenteros.

## **1.7 METODOLOGÍA Y PLAN DE ACCIÓN**

### **1.7.1 METODO.**

#### **METODO CUANTITATIVO.**

Es un procedimiento que se basa en la utilización de los números para analizar, investigar y comprobar tanto información como datos. También se utiliza en las materias de ciencias, como las matemáticas, la informática y la estadística

En el presente estudio se aplicara este método en el estudio de mercado, técnico y financiero y la herramienta que se aplicará en el proyecto es la encuesta, la cual es una técnica cuantitativa (es aquel que se basa en los números para investigar, analizar y comprobar información y datos) de recolección de información basada en la formulación de preguntas al encuestado y su respuesta específica ante dicho cuestionamiento de manera rápida y confiable.

## **1.8 ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO**

La investigación a realizar está basada en un estudio descriptivo utilizando dos cuestionarios que ayudará a desarrollar la misma.

Esta herramienta será elaborada de manera sencilla, con preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas, las que permitirán obtener la información requerida para el presente estudio el formato se encuentra en el anexo “A” y “B” del presente proyecto.

## **1.9 HIPÓTESIS**

Con la creación del complejo Recreacional y sus formas de entretenimiento se logrará el desarrollo de actividades Económicas, Sociales y Turísticas de los pobladores de la parroquia Zumbahua.

### **1.9.1 HIPÓTESIS PARTICULARES**

La falta de proyectos turísticos en la parroquia Zumbahua, le afectará para el desarrollo de la actividad turística.

La creación de un centro turístico será importante, para la apertura de nuevos negocios relacionados a esta actividad.

La falta de seguridad en la parroquia Zumbahua, le afectará al sector turístico.

Será necesario ofrecer un servicio diferenciado en el en la parroquia Zumbahua.

La falta de ayuda del Gobierno Municipal del cantón Pujilí, contribuirá al desarrollo turístico.

## **1.10 DECLARACIÓN DE VARIABLES**

**Variable dependiente.-** creación de un complejo vacacional que permita el fortalecimiento turístico en la parroquia zumbahua

**Variable independiente.-** estudio de factibilidad

Es la que cambia o es controlada para estudiar sus efectos en la variable dependiente.

- ✓ Desarrollo económico
- ✓ Actividad turística
- ✓ Nuevos negocios
- ✓ Promoción turística
- ✓ Servicio

- ✓ Análisis del entorno
  - Innovación
  - Sitios turísticos
  - Emprendimiento
  - Estrategias promocionales
  - Instrumentos de investigación
  - Calidad

**Tabla 1.- Cuadro de Variables**

<b>VARIABLES INDEPENDIENTES</b>		
	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>
Desarrollo Económico	Progreso en el ámbito social y el bienestar de la población.	Encuesta
Actividad turística	Son las que realizan las personas durante sus viajes o estancias temporales en lugares distintos a su entorno habitual.	Encuesta
Nuevos negocios	Desarrollo de ideas que ayudan a obtener dinero.	Encuesta
Promoción turística	Conjunto de acciones destinadas al fomento de las diversas etapas del desarrollo turístico.	Encuesta
Análisis del entorno	Se refiere a las acciones que se lleven a cabo dentro de la empresa.	Encuesta
Servicio	Conjunto de actividades que se realizan para poder satisfacer las necesidades del cliente.	Encuesta
<b>VARIABLES INDEPENDIENTES</b>		
	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>Innovación</b>	Creación o modificación de algún producto y su introducción al mercado.	Encuesta

<b>Sitios Turísticos</b>	Localizaciones naturales, culturales o recreativas, en un pequeño ámbito que se registran para la conservación.	Encuesta
<b>Emprendimiento</b>	Es aprovechar las oportunidades económicas y sociales de una empresa.	Encuesta
<b>Estrategias promocionales</b>	Son técnicas o métodos que se aplican para llamar la atención del cliente.	Encuesta
<b>Instrumentos de investigación</b>	Son las herramientas que se aplican para obtener información.	Encuesta
<b>Calidad</b>	Conjunto de propiedades esenciales que se puede comparar con cualquier otra cosa de su misma especie y que tiene la capacidad de satisfacer necesidades.	Encuesta

**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

## **2. CAPÍTULO II**

### **2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

El inicio del turismo no tiene época precisa, puesto que “desde los orígenes del hombre, este se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes emplazamientos a distintas razones: caza, religión, comercio, ocio, guerra” (Organización Mundial de Turismo [OMT], 1998, p.9). Sin embargo, fue hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo surge como un fenómeno de masas. Por la complejidad y la importancia del turismo en el mundo, se necesita definirlo para comprenderlo mejor (Hudman y Hawkins, 1989).

### **2.2 DEFINICIÓN DE TURISMO**

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que hacen los turistas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Los complejos turísticos varían en el tipo de clientela, tamaño, carácter, alcance de actividades y servicios que ofrecen. Por eso un gerente debe trazar y especificar lo que tiene y que ofrece, la empresa la cual administra, debe a su vez establecer, comunicar y alcanzar los objetivos de una organización, mejorar los recursos y motivar al personal que trabajen en ella para actuar en forma ligada y eficaz, mediante objetivos y valores habituales.

Diversos programas recreativos que se desarrollan en el país tienen la fama de superfluos, desorganizados, sin intencionalidad, que no conducen al logro de objetivos, metas y propósitos concretos, que respondan a las reales necesidades de la comunidad, empresas o individuos. Se debe a varios factores, uno de ellos es la falta de formación técnica y profesional del personal que orienta las acciones recreativas en el campo social, empresarial y turístico, otro es el desconocimiento sobre la planeación, organización, ejecución y evaluación de los programas.

### **2.3 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO**

Al turismo se clasifica según la actividad que se realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo tanto en: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional. (O.M.T, 2007)



## 2.4 CONCEPTOS BÁSICOS

**Turista.** - Un turista es toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración. (ACADEMIA, 2018)

**Tour.** - Es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia. (ACADEMIA, 2018)

**Itinerario.** - Recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino. (ACADEMIA, 2018)

**Recursos Turísticos.** - Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural. (ACADEMIA, 2018)

**Producto Turístico.** - Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte se trata de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas. (KLUBER, 2018)

**Las empresas turísticas.** - Son sociedades, u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar personales de servicios que satisfagan las necesidades del turista. Las empresas prestatarias de servicios turísticos se clasifican en:

- ✓ Empresas de transporte turístico terrestre
- ✓ Empresas de transporte turístico
- ✓ Empresas de alojamiento
- ✓ Agencias de Turismo
- ✓ Empresas turísticas de alimentación

El conjunto de empresas que conforman la Industria Turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en desplazamiento (turistas), es por esta razón que se hace necesario el estudio de cada una ellas.

La importancia que tiene las empresas prestatarias de servicios turísticos se debe a la diversidad de funciones que cumplen y a la interrelación entre ellas; ya que su operación debe ser en conjunto para responder a las necesidades del turista. (Mujica, 2006)

## **2.5 RECREACIÓN**

Se entiende por recreación a todas aquellas actividades y circunstancias en las cuales esté puesta en marcha la diversión, como así también a través de ella la relajación y el entretenimiento. La recreación se define como un conjunto de prácticas de índole social, realizadas colectiva o individualmente en el tiempo libre y en espacios determinados, que permite el pleno desarrollo de las potencialidades del ser humano y el mejoramiento de la calidad de vida. Equilibrio biológico, espiritual y social, que da como resultado una buena salud y una mejor calidad de vida tanto para el individuo como la familia y la comunidad. (Mujica, 2006)



**Figura 1.-** Recreación

### **2.5.1 ¿QUÉ ES EL PROGRAMA RECREATIVO?**

Definir el programa recreativo es un hecho complejo, por los múltiples factores que en él intervienen. (PÉREZ, 2009) nos dice que: “El programa es un medio con actividades seleccionadas y administradas por un equipo de profesionales entrenados, que están técnicamente capacitados y cuyas acciones buscan de manera específica alcanzar determinados objetivos deseados por la organización, la comunidad y los participantes en general.”

La administración del programa recreativo vive cuatro etapas fundamentales:

- ✓ PLANEACIÓN
- ✓ ORGANIZACIÓN
- ✓ EJECUCIÓN
- ✓ CONTROL – EVALUACIÓN

### **LA PLANEACIÓN**

En esta fase, el equipo de trabajo establece:

1. El objetivo general del programa (los objetivos se formulan con base en las necesidades y expectativas del grupo, personas y comunidad al cual va dirigido).
2. Las acciones deben estar acordes con los objetivos propuestos. Además, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:
  - ✓ Número de participantes
  - ✓ Edad y Sexo
  - ✓ Nivel cultural y educacional
  - ✓ Limitaciones físicas
  - ✓ Lugar donde se va a realizar la actividad (aire libre, recinto cerrado)
  - ✓ Tiempo disponible
  - ✓ Material requerido
  - ✓ Número de animadores necesarios
  - ✓ Presupuesto

### **LA ORGANIZACIÓN**

En esta fase se da cuerpo y forma a la actividad, se tiene en cuenta que se cumplan los objetivos, entre otros aspectos cabe destacar:

1. Establecer responsabilidades para cada miembro del equipo de trabajo
  - ✓ Escoger el director del programa
  - ✓ Designar el animador general del programa
  - ✓ Responsables de cada actividad o bases
  - ✓ Encargados de la decoración del lugar(logística)
  - ✓ Definir el equipo de apoyo y sus responsabilidades
2. Distribución de las bases Y/O estaciones

### **LA EJECUCIÓN**

Es la fase donde se desarrolla todo lo planeado y organizado, es cuando los asistentes del programa informan rápidamente.

Se debe aficionar por el logro de los objetivos propuestos en la planeación.

## **EL CONTROL – EVALUACIÓN**

Esta fase es permanente en todo el programa, se verificará que la planeación, organización y ejecución del programa se esté cumpliendo de acuerdo a lo planificado, e ira creando los ajustes que se requieran según la necesidad. Al finalizar el programa, se debe evaluar:

1. El programa en general
2. El equipo de trabajo
3. El desempeño individual de cada animador
4. Los participantes

La evaluación se realiza teniendo en cuenta los aspectos a resaltarse (aspectos positivos) y los que se deben mejorar a futuro (aspectos negativos). (PÉREZ, 2009)

### **2.5.2 TIPOS DE RECREACIÓN**

Según el autor (Boullón, 1985) existen diversos tipos de recreación, pero los que se nombrará serán los siguientes:

**Físico – Deportivo.** - Se desarrollan actividades con algún grado de esfuerzo físico.

**Artística.** - Aquella en la que se manifiesta o desarrolla algún tipo de actividad artística

**Intelectual.** - Predominan el desarrollo de las capacidades.

**Espontanea.** - Recreación improvisada, que de acuerdo a la imaginación personal se puede dar de muchas formas, estilos y lugares.

**Dirigida.** - Recreación dirigida por un promotor recreacional.

**Auto gestionada.** - Se da cuando el individuo administra sus propias actividades, de acuerdo a sus intereses personales.

### **2.5.3 RECREACIÓN EN EL ÁMBITO SOCIAL**

Según (Ascanio, 1988) las diversas formas de recreación serán las siguientes:

**Forma Individual.** - El individuo no se asocia y realiza las actividades recreativas para desarrollar de forma individual.

**Grupal.** - Desarrollan varios individuos con un fin o meta común.

**Familiar.** - Caso particular de recreación grupal, que considera a cada uno de los miembros de la familia, desarrolla programas en los que el objetivo principal es la

integración de la familia, a través de actividades específicas, en la que participa todo el núcleo familiar.

**Comunitaria.** - Desarrollan varios grupos, formando una comunidad, con un fin común, Tienen la posibilidad de satisfacción de una multitud de intereses, y la oferta de servicios oficiales y comerciales, para la conservación de tradiciones locales.

## **2.6 GENERALIDADES Y PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICOS**

**Atractivos Turísticos.** - Elementos determinantes para motivar, por sí solos o en combinación con otros, el viaje turístico hacia una localidad.

**Campismo.** - Actividad que se realiza al aire libre y que consiste en acampar, en tienda de campaña o a la intemperie, durante un periodo de tiempo.

**Centro deportivo y recreacional.** - Espacio dedicado a la práctica deportiva donde se practican diversas actividades deportivas y de recreación.

**Consumo Turístico.** - Definición de gasto se asocia a la de todos los consumos realizados por los visitantes, en términos del valor de los bienes y servicios utilizados durante su desplazamiento y su permanencia en el lugar de destino.

**Ecoturismo.** - Cualquier forma de turismo en que la principal motivación del turista sea la observación y la apreciación de la naturaleza, a cuya conservación contribuya y que genere un impacto mínimo en el medio ambiente natural y el patrimonio cultural.

**Inversión.** - Aplicación de recursos económicos a una actividad determinada con el fin de obtener ganancia, lucros, rentabilidad o utilidades en un futuro.

**Negocio.** - Todo objeto de ocupación lucrativa o interés. En este caso, la venta de servicios relacionados al complejo recreacional y al turismo.

### **Gastronomía**

La gastronomía indígena se caracteriza por una gran variedad de sabores y aromas, los cuales se funden en un elemento esencial llamado calidad. Esta gran cocina es una mezcla entre la tradición de sus antiguos pobladores y las culturas que con el paso del tiempo ha ido haciéndose un hueco en el territorio de la parroquia.

Los platos están elaborados en su mayoría a base de colada de cebada, habas y arveja (BODA), entre los platos más conocidos está el:

- ✓ Cariucho, papas con cuy asado

- ✓ Además, hay platos elaborados de arroz de cebada molido en piedra, con leche y panela.
- ✓ Cocido de papas, habas, melloco, ocas.
- ✓ Machica con grasa y chicharrón de chancho.
- ✓ Papas con carne de borrego
- ✓ Caldo de gallina criolla.
- ✓ Caldo de borrego.
- ✓ Caldo de patas de res.
- ✓ Colada morada con wawas de pan.
- ✓ Colada de maíz amarilla en dulce.
- ✓ Platos de fanesca.

Para el desarrollo del proyecto tenemos que considerar 4 fases que a continuación se explicara.

**Fase de pre-inversión.** - Consiste en formular y evaluar el proyecto y establecer cómo se llevaría a cabo el problema o atender la necesidad que le da origen.

**Fase de inversión o ejecución.** - Corresponde al proceso de implementación del proyecto, una vez seleccionado el modelo a seguir, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha.

**Fase de operación.** - Es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución. Una vez instalado, el proyecto entra en operación y se inicia la generación del producto (bien o servicio), orientado a la solución del problema o a la satisfacción de la necesidad que dio origen al mismo.

**Fase de evaluación de resultados.** - Si el proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar, después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto. (CÓRDOVA, 2011)

## **2.7 ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD O PROYECTO PRELIMINAR**

En esta instancia se profundiza los estudios a nivel de perfil, se analiza en mayor detalle las alternativas que se estimó como variables desde el punto de vista técnico, económico y social, es posible aquí desechar aquellos que aparecen menos factibles y seleccionar para ser analizadas a mayor profundidad aquellas que aparecen con mejores perspectivas. La evaluación a este nivel requiere esfuerzos para precisar los beneficios de la puesta en práctica de las alternativas seleccionadas y los costos a cubrir para obtenerlos, la alternativa seleccionada

puede ser afectada por factores institucionales y legales, debiendo incorporarse las condiciones técnicas de tamaño y localización.

La alternativa escogida corresponde a aquella que se considere la mejor en la etapa siguiente debe ser evaluada con mayor precisión, al igual que en las fases anteriores es posible que los resultados de este estudio planteen ejecutar el proyecto, postergarlo o abandonarlo definitivamente.

## **2.8 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

En esta fase se realiza un análisis detallado de aquella alternativa seleccionada como la mejor en la etapa anterior, se requiere una cuantificación más clara de los beneficios y costos que involucran ejecutarla. A la evaluación de alternativas seleccionada debe adicionarse los aspectos relacionados con obra física, tamaño, localización y oportunidad de inversión, debe considerarse también las actividades que afectan la eficiencia en la ejecución del proyecto, como los cronogramas de desembolsos, implementación y operación del proyecto.

La etapa de pre-inversión es una lucha contra la incertidumbre para la asignación de recursos ya que al haberse detectado una necesidad es necesario destinar recursos para realizar estudios que permitan clarificar con precisión el problema existente, habrá que destinar nuevos recursos para delimitar la alternativa planteada con un alto grado de confiabilidad hasta reducir la incertidumbre a un mínimo tal que permita tomar la decisión de invertir.

### **2.8.1 ETAPA DE INVERSIÓN**

Tomar la decisión de invertir significa haber estudiado la posibilidad de aceptar o remplazar una alternativa por otra a fin. El rechazo o postergación de una decisión de inversión debería haber sido detectado en etapas anteriores.

### **2.8.2 PROYECTOS DE INGENIERÍA**

En esta fase se materializa la obra física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de pre-inversión.

Para materializar un proyecto de inversión se elaboran programas arquitectónicos, estudios de ingeniería y de especialidades del proyecto, se programan las actividades específicas a realizar tomando como base los resultados de los estudios de las fases anteriores.

### **2.8.3 NEGOCIACIÓN DEL FINANCIAMIENTO**

Se determina los requerimientos financieros del proyecto es conveniente conocer: las líneas de crédito a las que se puede acceder en el mercado financiero

nacional y/o internacional; información jurídica, organizativa y técnica; tasa de interés, plazo de amortización, periodo de gracia, comisiones de compromiso, garantías y avales, condiciones y calendario de desembolso.

## **2.9 IMPLEMENTACIÓN**

Consiste en llevar a la práctica lo que teóricamente se concibió en el proyecto, aquí se da paso a las actividades propias que permiten que la nueva unidad productiva está dotada de todos los recursos necesarios para su funcionamiento, se realizan pruebas o ensayos a fin de comprobar que todos los componentes trabajen óptimamente para que en la fase de operación no se produzcan desfases o causen paralización a la planta.

Es importante que para esta fase se diseñe un cronograma de actividades el mismo que deberá cumplirse secuencialmente, lo cual permitirá manejar los tiempos establecidos para cada actividad.

### **2.9.1 ETAPA DE OPERACIÓN**

En esta etapa del proyecto, cuando ya se ha desarrollado la obra física o programa estudiado en la pre-inversión y ejecutado durante la inversión de acuerdo a lo programado, se producen beneficios específicos que fueron estimados durante la pre-inversión.

### **2.9.2 SEGUIMIENTO Y CONTROL**

Se refiere al conjunto de acciones que se aplican a un proyecto en la etapa de ejecución de las obras por cronograma y recursos empelados, se busca encontrara posibles desviaciones respecto a la programación inicial del proyecto, las mismas que puedan ocasionar problemas en la ejecución, el fin es adoptar medidas correctivas que minimicen los efectos que resulten en atrasos o costos incrementables por los problemas que se presenten.

## **2.10 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia, se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un superviso inmediato



## 2.11 BASE LEGAL

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos:

**1. Acta constitutiva:** Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

**2. La razón social o denominación:** Es el nombre bajo el cual la empresa opera, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

**3. Domicilio:** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto, deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se ubicará en caso de requerir los clientes u otra persona natural o jurídica.

**4. Objeto de la sociedad:** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

**5. Capital social:** Debe indicarse cuál es el monto del capital con que se inicie sus operaciones la nueva empresa y la forma como esta se ha conformado.

**6. Tiempo de duración de la sociedad:** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo opera.

**7. Administradores:** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o a una persona que será quien responda por las acciones de la misma.

## 2.12 ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia, se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un supervisor inmediato.

### **2.12.1 NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD**

La jerarquía cuando se individualiza podría definirse como el status o rango que posee un trabajador dentro de una empresa, así el individuo que desempeña como gerente goza indudablemente de un respetable status dentro de la misma, pero la diferencia de este individuo en su cargo también condicionará su mayor o menor jerarquía dentro de una empresa.

**1. Nivel legislativo-directivo:** El máximo nivel de dirección de la empresa son los que dictan la políticas y reglamentos bajo los cuales opera, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomara el nombre de junta general de socios o junta general de accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido.

**2. Nivel ejecutivo:** Este nivel está conformado por el gerente administrador, el cual será nombrado por el nivel legislativo directo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

**3. Nivel asesor:** Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

**4. Nivel de apoyo:** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directamente con las actividades

**5. Nivel operativo:** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo. (Pasaca, 2004).

### **2.12.2 ORGANIGRAMAS (ESTRUCTURAL, FUNCIONAL Y POSICIONAL)**

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización. Representan las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competencias de vigor en la organización. El organigrama es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de la estructura formal de una organización o empresa; desempeña un papel

informativo y permite obtener todos los elementos de autoridad, los diferentes niveles de jerarquía, y la relación entre ellos.

Es un esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea, entre los principales tenemos: funcional, estructural y posicional, los que se describen a continuación:

**Organigramas Estructurales:** Presentan solamente la estructura administrativa de la organización.

**Organigramas Funcionales:** Muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento.

**Organigramas Posicionales:** Resaltan dentro de cada unidad, los puestos actuales y también el número de plazas existentes y requeridas. (HERNANDEZ, 2009)

## **2.13 ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (ANZIL, 2012)

## **2.14 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO**

### **2.14.1 INVERSIONES**

Esta parte del estudio se refiere a las organizaciones que ocurren o se presentan en la fase pre-operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: edificios, maquinaria, terrenos, para gastos de construcción y para capital de trabajo, etc. (Pasaca, 2004).

Gran parte de estas inversiones deben realizarse antes de la fase de operación del proyecto, puede darse el caso de que aun en esta fase sea necesario el realizar inversiones, ya sea para renovar activos desgastados o porque sea necesario incrementar la capacidad de producción (Pasaca, 2004).

Las inversiones se clasifican en tres categorías: activos fijos, activos diferidos, y capital de operación, capital de trabajo, activo circulante o fondo de maniobra (Pasaca, 2004).

## **INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

Las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil, entre otras: los terrenos para la construcción de instalaciones, o explotaciones agrícolas, o ganaderas o mineras; las construcciones civiles como edificios industriales o administrativos; las vías de acceso internas, bodegas, parqueaderos, cerramientos, maquinaria , equipo y herramientas; vehículos; muebles, etc.

## **INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS**

Las inversiones diferidas son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto; tales como: los estudios técnicos, económicos y jurídicos; los gastos de organización; los gastos de montaje, ensayos y puesta en marcha; el pago por el uso de marcas y patentes; los gastos por capacitación y entrenamiento de personal.

## **INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO**

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos. El capital de trabajo, es entonces, la parte de la inversión orientada a financiar los desfases o anacronismos entre el momento en que se producen los egresos correspondientes a la adquisición de insumos y los ingresos generados por la venta de bienes o servicios, que constituyen la razón de ser del proyecto". (MIRANDA, 2005)

### **2.14.2 FINANCIAMIENTO**

Una vez establecida la inversión requerida, es necesario prever las fuentes de financiamiento, es decir de dónde se obtendrá los recursos que permitirán adquirir o incurrir en todo lo necesario para poner en marcha el proyecto. Las principales fuentes son: instituciones financieras, aporte de socios o accionistas, crédito a proveedores, en fin, el evaluador deberá decidir por la fuente que más le

convenga en términos de rentabilidad, porque si se escoge una fuente que genere alto costo directamente bajará la rentabilidad (Pasaca, 2004).

## **2.15 ANÁLISIS DE COSTOS**

Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie a logrado definirla con exactitud, su amplia aplicación, pero se puede decir que el costo es el desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el presente, en el futuro o en forma virtual (BACA URBINA, 2001)

## **2.16 ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS**

Para establecer el precio de venta, se debe considerar siempre como base el costo total de producción, sobre el cual se adicionará un margen de utilidad para ello existen dos métodos:

- ✓ Método rígido
- ✓ Método rígido

### **2.16.1 CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

**Costos Fijos:** Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.

**Costos Variables:** Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

## **2.17 PRESUPUESTO PROYECTADO**

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes, los ingresos y los egresos. Es el instrumento clave para planear y controlar. Para la fase de operación de un proyecto es importante estimar los ingresos y egresos que se ocasionaran a fin de tener cierta información básica que permita adoptar las decisiones necesarias.

### **3. CAPÍTULO III**

#### **3.1 ANTECEDENTES**

#### **3.2 ESTUDIO DE MERCADO**

“El estudio de mercado es aquella etapa de un proyecto que tiene por objeto estimar la demanda, es decir la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios en un cierto período de tiempo” (Rico, 2005 - 2017).

#### **3.3 TURISMO EN EL ECUADOR**

“Ecuador es un país con territorio comprimido, ubicado en el noroeste de América del Sur, pero en ella diversidad de climas, de sistemas ecológicos y de paisajes esa sombra. Pocas naciones pueden procurar a tan corta distancia en cantadores tan diversos: Los Ciudades patrimonio de la humanidad Quito y Cuenca; selvas misteriosas; nieves eternas; playas infinitas; miles de ríos y lagos; gente amable y hospitalaria; culturas patrimoniales; sitios para la aventura; islas encantadas; todos los climas del mundo; géneros milenarios, en fin los sueños del turista hechos realidad” (Wikipedia, 2018).

##### **3.3.1 TURISMO EN LA REGIÓN SIERRA**

Atendida por once provincias: Carchi, Imbabura, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja. Entre montañas nevadas, cálidos valles, y cambiados paisajes, hallamos la región sierra, intermedia entre La Amazonia y La Costa; ponchos, sombreros, atuendos bajos de lana, entre otros son los típicos trajes de esta región. (Wikipedia, 2018)

Formada por dos vínculos montañosas, la cordillera occidental y oriental, que con sus cumbres nevadas, forman la Cordillera de los Andes, esta región se caracteriza por la figura de 35 volcanes, que la atraviesan de norte a sur, de los cuales 8 son considerados potencialmente activos y poseen nieves perennes, de entre estos se destacan: el majestuoso Chimborazo, de 6310m.s.n.m, de altura, considerado el nevado más alto del Ecuador, cuya cima es el lugar del mundo más próximo al sol, luego tenemos el Cotopaxi de 5897 m.s.n.m, calificado como uno de los más activos del mundo, el Cayambe de 5790 m.s.n.m, el Anti sana de 5704 m.s.n.m. entre otros (Wikipedia, 2018).

La presencia de los Andes y la latitud paralela 0° determinan un mosaico climático con varios pisos ecológicos, desde el páramo hasta zonas tropicales en esta región es donde se registra el 46% de la población y en un recorrido por ella usted

podrá encontrar una composición entre valles, páramos, mercados indígenas, lagunas, ciudades coloniales, con sus templos, plazas y arquitectura, que mantienen la cultura de nuestros pueblos (Wikipedia, 2018).

### **3.4 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.4.1 EXPLORATORIA**

Se realizará de forma exploratoria con el fin de analizar antecedentes documentales que sirvan de bases para indagar y buscar alternativas de apoyo al Turismo y cumplir con los objetivos de la investigación y así promocionarlo como una alternativa de desarrollo económico, y a su vez fomentar la conservación del medio ambiente en la parroquia Zumbahua.

#### **3.4.2 CAMPO**

La estrategia que se realizará será de campo, por conseguir la información para realizar este documento, la mayor fuente ha sido la contribución de las personas que habitan en la parroquia Zumbahua.

Para la elaboración del proyecto se ha considerado varios tipos de investigación según sus áreas de influencia.

#### **3.4.3 SEGÚN LOS MEDIOS PARA OBTENER LOS DATOS**

#### **BIBLIOGRÁFICA**

Es la etapa de la investigación en donde se explora lo escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema. Esta investigación es fundamental en todo proyecto como conoce todo tiene una historia en el universo, y la indagación permite apoyar la investigación a través de investigaciones ya realizadas.

### **3.5 ESTUDIO TÉCNICO, POBLACIÓN Y MUESTRA**

“Determina los requerimientos empresariales en función al tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos” (CÓRDOVA, 2011).

#### **3.5.1 DATOS GEOGRÁFICOS DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA**

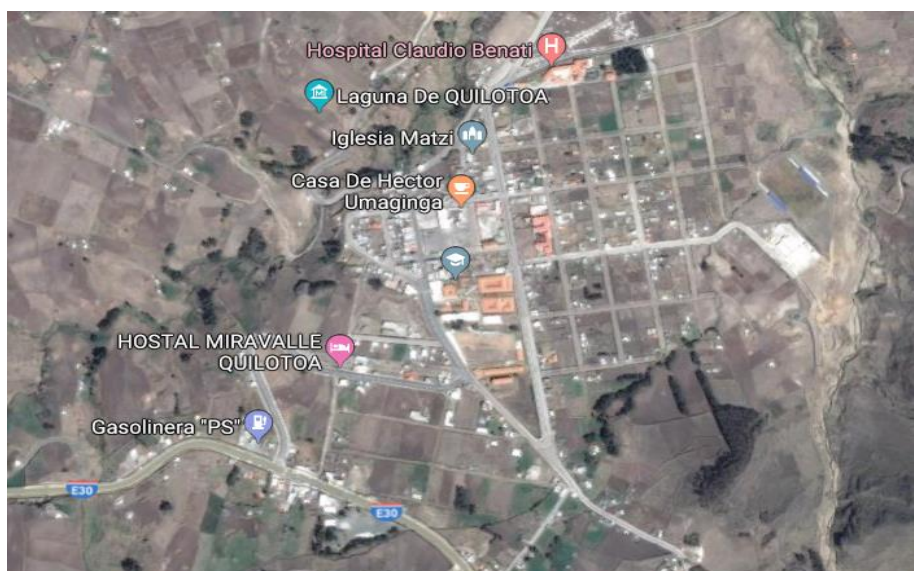
La parroquia Zumbahua forma parte del cantón Pujilí, en la provincia de Cotopaxi se encuentra ubicada al sur oeste y oeste del cantón Pujilí, geográficamente en la región fría, de la sierra ecuatoriana. Registra una altura de 3300 a 4000 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura de 8 a 16 grados centígrados, la parroquia Zumbahua ubicada en la vía Latacunga – La mana en el kilómetro 65 a

lado derecho en un punto conocido como el campamento, Zumbahua abarca cerca de los 230 Km cuadrados.



**Figura 2.-** Parroquia Zumbahua

La población total es de 11895 habitantes de los cuales la mayoría se registran como indígenas en los reportes del INFOPLAN 2001, para lo cual se dividen de la siguiente manera 6440 mujeres y 5455 hombres, cabe mencionar que la población actual sobrepasa los 20000 habitantes.



**Figura 3.-** Ubicación Geográfica

### **3.5.2 RUTAS DE ACCESO A LA PARROQUIA ZUMBAHUA**

Las vías de acceso están asfaltadas en buenas condiciones, las siguientes cooperativas tienen este destino: Vivero, Pujilí, Cotopaxi, Ciro, Ambato, Macuche, desde la ciudad de Latacunga hacia Zumbahua, se encuentra a una hora para llegar a este sitio.



### 3.5.3 LUGARES TURÍSTICOS

Entre los sitios turísticos más visitados con fotografías de los más importantes se tiene detallado a continuación:

- ✓ Volcán y Laguna Quilotoa.



**Figura 4.-** Volcán Quilotoa

- ✓ Cañón de río toachi



**Figura 5.-** Ruta de Cañón

- ✓ Río Chami



**Figura 6.-** Río Chami

- ✓ Valle altura.

- ✓ Complejo verde cocha
- ✓ Agua termal chicho
- ✓ Vertiente termal cashapamba
- ✓ Cordillera yurak yuksi
- ✓ Cueva del inca
- ✓ Cóndor matzi
- ✓ Feria de zumbahua
- ✓ Vertiente mineral santo rummy
- ✓ Iglesia matzi
- ✓ Niñito santo rummy
- ✓ Uchilla katún rummy cruz
- ✓ Vertiente termal anchi, entre otros.

### 3.6 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

**Universo:** Se ha considerado a familias de la parroquia Zumbahua, potenciales demandantes del servicio; para lo cual se realizó el siguiente proceso:

Según datos del INFOPLAN 2001, la población de la parroquia Zumbahua es de 11.895 habitantes, para poder obtener el número de familias tomamos el total de habitantes de la ciudad, lo dividimos para 4 número promedio de integrantes por familia y nos da como resultado un total de 2.974 familias en el año 2018,

Para determinar el tamaño de muestra se necesitó conocer la población actual, para proyectar la población de la parroquia, se toma como referencia el número total de familias del año 2018 y se aplica la tasa de crecimiento establecida por el INEC, misma que es de 1,52%.

**Tabla 2.- Proyección de familias de la parroquia Zumbahua**

Periodo	Año	# de familias 1,52%
0	2018	2974
1	2019	3019
2	2010	3064
3	2021	3109
4	2022	3154
5	2023	3199

Fuente: INFOPLAN 2001 e INEC  
Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 3.6.1 TIPO DE MUESTRA

Es la forma de la probabilidad de selección de muestras más sencillo y acreditado, no obstante, en la práctica es difícil realizar debido a que solicita de un marco muestral y en muchos casos no es posible obtenerlo. Puede ser ventajoso cuando las poblaciones son pequeñas y por lo tanto, se cuenta con listados. Cuando las poblaciones son grandes, se selecciona el muestreo en etapas. Se maneja ampliamente en los estudios experimentales, además, de ser un procedimiento básico como componente de métodos más complejos (muestreo estratificado y en etapas).

Se caracteriza por que concede la misma posibilidad de ser elegidos a todos los elementos de la población. Para el cálculo muestra, se solicita de: El tamaño poblacional, si ésta es finita, del error admisible y de la estimación de la varianza.

### 3.6.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

La población de la parroquia Zumbahua, según el último censo de Población y Vivienda, realizado por el INEC está compuesto por 5.455 hombres y 6.440 mujeres, lo que nos da como resultado un total de 11.895 habitantes.

**Tabla 3.- Rango de edades Zumbahua**

Rango de edades	No de Personas	Porcentaje
Menos de 15	3345	0
De 15 a 24	2350	27,5%
De 25 a 34	3567	41,7%
De 35 a 44	1740	20,4%
De 45 a 64	893	10,4%
<b>Total</b>	<b>11.895</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

Se ha apreciado a las personas de 15 a 65 años, debido a su manejo de capital y no reciben ayuda de sus padres, para instaurar una muestra que proyectaran información de utilidad para la investigación, para esto se ha empleado la siguiente fórmula:

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

**Donde:**

*n = Tamaño de la muestra*

$N =$  Tamaño de la población

$p =$  Posibilidad que ocurra un evento  $p = 0,5$

$q =$  Posibilidad que ocurra un evento  $q = 0,5$

$E =$  Error, se considera el 5%  $E = 0,05$

$Z =$  Nivel de confianza 95%  $Z = 1,96$

En la suma realizada entre las edades de 15 y 65 años se puede determinar un valor de 8550, un valor para determinar una muestra adecuada para el desarrollo del proyecto:

Calculo de la muestra:

$$n = \frac{Npq}{\frac{E^2(N-1)}{Z^2} + pq}$$
$$n = \frac{(8550)(0,5)(0,5)}{\frac{(0,05)^2(8550-1)}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$
$$n = \frac{2137,5}{\frac{21,3725}{3,8416} + 0,25}$$
$$n = \frac{2137,5}{22,3329 / 3,8416}$$
$$n = \frac{2137,5}{5,8134}$$
$$n = 367,68 \approx 368$$

Luego del cálculo realizado se pudo determinar los siguientes resultados:

**Tabla 4.- Número de personas encuestadas**

Rango de edades	No de Personas	Porcentaje	P. a encuestar
Menos de 15	No disponen de dinero	0	0
De 15 a 24	2350	27,5%	25
De 25 a 34	3567	41,7%	110
De 35 a 44	1740	20,4%	220
De 45 a 64	893	10,4%	13
<b>Total</b>	<b>8550</b>	<b>100%</b>	<b>368</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

Se aplicó un total de 368 encuestas a las Familias de la parroquia de Zumbahua, potenciales demandantes del servicio.

### 3.7 PROCESO DE SELECCIÓN

Para el resultado de un levantamiento de información altamente confiable que permita obtener datos consistentes, se considera encuestar a una parte representativa de la población que aporte información útil, conformada por los pobladores de la parroquia Zumbahua.

### **3.8 MÉTODOS Y TÉCNICAS APLICADAS**

#### **3.8.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

El modo de la investigación que se va a realizar es por medio de **encuesta**, utilizando un formato elaborado con preguntas bien estructuradas, destinadas a los habitantes de la parroquia Zumbahua, así se determinará puntos de vista, sugerencias, expectativas y necesidades con respecto a la falta de atractivos turísticos en la localidad, el modelo de encuesta se encuentra en el anexo "A".

#### **3.9 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

Para obtener la información, se recopila los datos a través de las encuestas realizadas, los cuales pasan por un proceso estadístico para la transformación de la información.

El tratamiento estadístico es usado a través de la herramienta de Microsoft office Excel, en el cual se realiza la tabulación y se elabora los gráficos estadísticos de presentación.

## **4. CAPÍTULO IV**

### **4.1 SITUACIÓN ACTUAL**

En la actualidad los individuos que gustan de los viajes o recorridos, han elegido por nuevas ideas de las actividades que pueden forjar en sus tiempos de ocio, las mismas que establecen un servicio de calidad y contacto directo con la naturaleza. El Ecuador se encuentra en el entorno muy atractivo para el turismo no solo local sino internacional, por sus proyectos y el progreso de algunas ciudades dedicadas al turismo.

La parroquia Zumbahua es una plaza comercial en la cual se ha desarrollado el turismo. Es un pueblo pequeño, pero no muy conocido. Con esta expectativa y con el apoyo de una buena promoción, se origina la propuesta de la creación de un centro turístico en la parroquia, se espera tenga una buena acogida. Además, de la investigación que se realiza a través de las encuestas realizadas, se buscan por medio de la información obtenida ofrecer el servicio deseado por los posibles consumidores del servicio.

### **4.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.2.1 ANÁLISIS DE ATRACTIVO Y COMPETITIVIDAD**

En el turismo la referencia en el lugar geográfico, se valida por el territorio y las actividades que se realizan sobre el son los que generan la atracción y motivan el consumo turístico, el territorio mismo, su medio ambiente y su cultura son vistos como recursos turísticos y sobre ellos es que se realiza la demanda.

De esta manera, algunas condiciones socioeconómicas del territorio adquieren mayor relevancia para este sector que para otros como la industria o la minería.

La competitividad de los productos turísticos depende de la imagen, la organización, la calidad y la sostenibilidad del destino geográfico en general, a continuación, se realizará un análisis FODA del destino turístico Zumbahua y sus principales competidores.

**Tabla 5.- FODA Zumbahua**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
El complejo turístico se encontrará en una ubicación geográfica adecuada	Interés de las personas por acudir a lugares que tienen contacto con el medio ambiente
Infraestructura aeroportuaria a 60 minutos de distancia (Latacunga).	Desarrollo del mercado de turismo
Existencia una red vial en excelente estado	Zona para mal más importante de la provincia de Cotopaxi.
Brindará variada oferta de establecimientos gastronómicos.	No existe otro complejo que brinde estos servicios
Dispondrá de personal capacitado	Poca demanda local
Apoyo del gobierno nacional en el ámbito de turismo.	Grandes expectativas por parte de los turistas
Atractivos naturales de gran interés y singularidad.	Diversidad ecológica
Conocimientos en la calidad de los servicios a brindar	
Precios accesibles al mercado competitivo	
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Ser una empresa nueva en el mercado y no tener experiencia	Entrada de nuevos competidores al mercado
Alto nivel de migración	Existencia de espacios para nuevos desarrollos turísticos
Inexistencia de mano de obra calificada	Falta de sitios o lugares atractivos en la parroquia Zumbahua
Contar con recursos económicos necesarios para desarrollar el proyecto	

**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

### 4.3 RESULTADO DE ENCUESTA

A continuación, se indica el modelo empleado con los resultados obtenidos:

#### 1. ¿Visita centros turísticos de recreación familiar?

Tabla 6.- *Visita centros turísticos*

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	327	89%
No	41	11%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

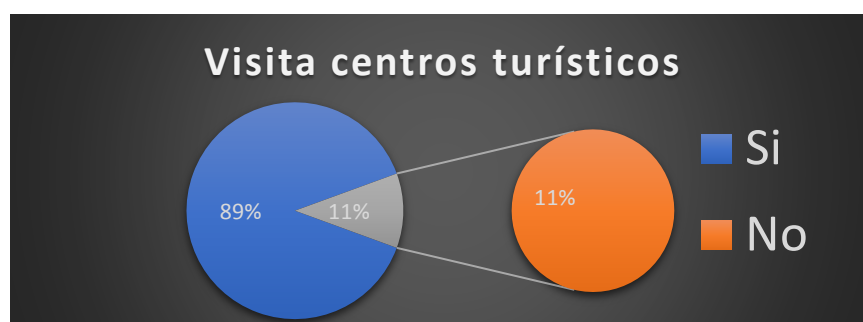


Figura 7.- Complejos Recreacionales

#### ANÁLISIS

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 89% correspondiente a 327 encuestados, asisten a centros recreacionales, mientras que el 11% restante, correspondiente a 41 encuestados, no acuden. Se puede concluir que de los 368 encuestados, la mayoría 327, que representa el 89%, asisten a centros recreacionales con familias y amigos.

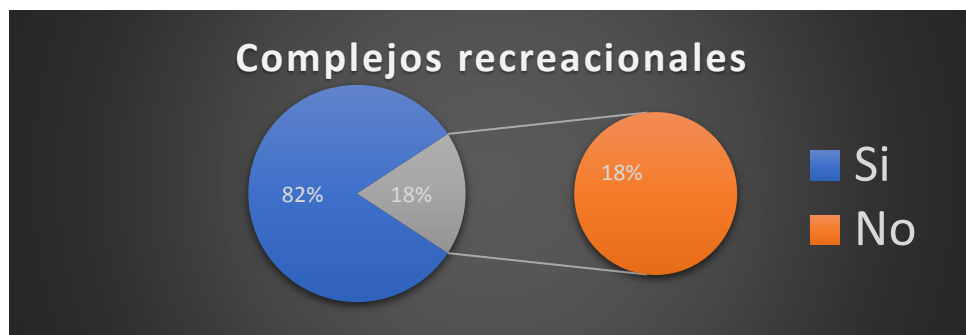
#### 2. ¿Conoce algún complejo recreacional en la parroquia?

Tabla 7.- *Complejos recreacionales*

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	300	82%
No	68	18%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay





**Figura 8.- Complejos Recreacionales**

**Análisis:**

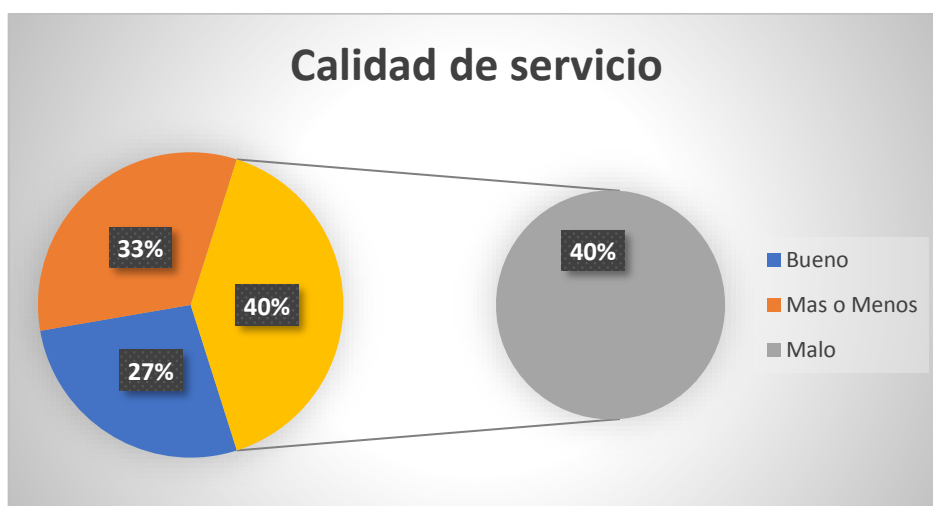
El 82% de la población conoce otros complejos recreacionales, pero no se encuentran en el pueblo o se encuentran a elevados precios no asequibles para los individuos, también se caracteriza por la desmotivación del turismo en el pueblo. Mientras que el 18% no conoce ningún complejo recreacional, de acuerdo a esto, se motivó a realizar este trabajo que tendrá mucha importancia para personas que deseen invertir en estos proyectos.

**3. ¿Los servicios que brinda el complejo recreacional ofrecen son de calidad?**

**Tabla 8.- Calidad de Servicio**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
<b>Bueno</b>	100	27%
<b>Más o menos</b>	120	33%
<b>Malo</b>	148	40%
<b>total</b>	368	100%

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Figura 9.- Calidad de Servicio**

**Análisis:**

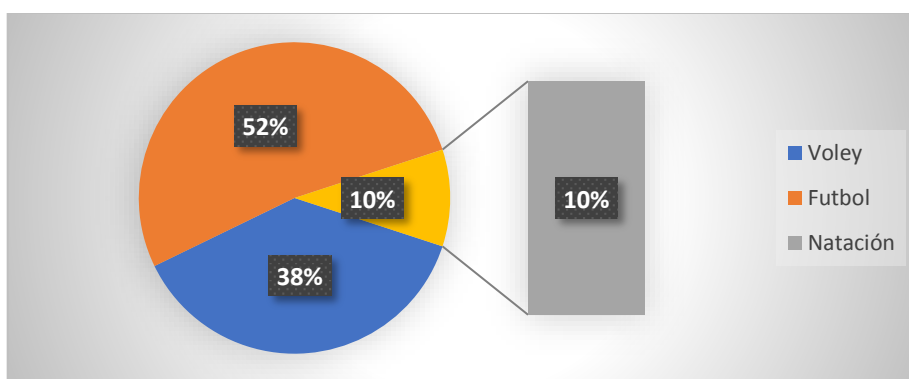
El 27% de la población indica que el servicio es bueno el 33% considera que el servicio es tiene una calidad más o menos. Mientras que el 40% opina que la atención es mala.

**4. ¿Que tipos de recreaciones deportivas tiene el complejo?**

**Tabla 9.- Recreaciones Deportivas**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
<b>Voley</b>	139	38%
<b>Futbol</b>	192	52%
<b>Natación</b>	37	10%
<b>Total</b>	368	100%

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Figura 10.- Recreaciones Deportivas**

**Análisis:**

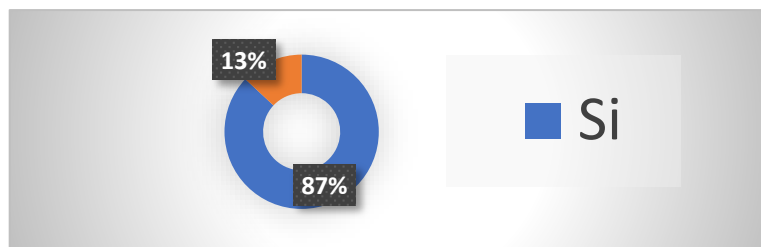
El 32% de la población indica que practica el vóley dentro de los complejos recreacionales que han ido siempre y cuando dispongan, el 38% considera que el futbol lo practican cuando tienen un servicio acorde a sus necesidades, el 10% tiene atracción al deporte de la natación.

**5. ¿Desearía tener en la parroquia un complejo recreacional con todos los servicios necesarios para distraer su mente?**

**Tabla 10.- Nuevo Complejo Recreacional**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
<b>Si</b>	320	87%
<b>No</b>	48	13%
<b>Total</b>	368	100%

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Figura 11.-** Nuevo Complejo Recreacional

**Análisis:**

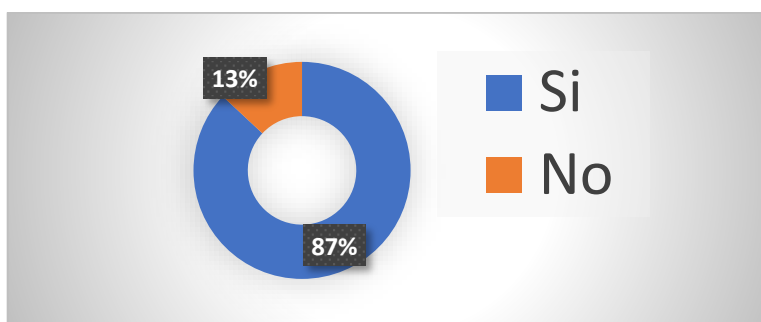
El 32% de la población indica que practica el vóley dentro de los complejos recreacionales que han ido siempre y cuando dispongan, el 38% considera que el futbol lo practican cuando tienen un servicio acorde a su necesidad, el 10% tiene atracción al deporte de la natación.

**6. ¿Desearía ver un tipo de complejo innovativa con mejores servicios y recreaciones deportivas?**

**Tabla 11.-** Complejo Innovativo

Opciones	Cantidad	Porcentaje
<b>Si</b>	320	87%
<b>No</b>	48	13%
<b>Total</b>	368	100%

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Figura 12.-** Complejo Innovativo

**Análisis:**

El 87% de la población indica que gozaría disfrutar de cosas nuevas y servicios acorde a sus necesidades, el 13% considera que no desearía, vista esos servicios serían costosos.

7. ¿Desearía tener un servicio de calidad en el complejo recreacional creado?

Tabla 12.- Servicio de Calidad

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	320	87%
No	48	13%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

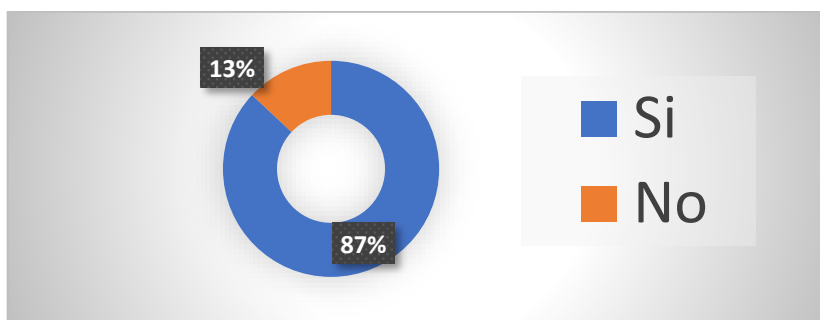


Figura 13.- Complejo Innovativo

**Análisis:**

El 87% de la población indica que los servicios que ofertara deben ser los mejores para poder ocupar el complejo recreativo, el 13% considera que el servicio no mejorara por su ubicación y la distancia que lo separa de la ciudad.

8. ¿Le gustaría tener un servicio de transporte para el turismo a los diferentes sitios turísticos de la parroquia?

Tabla 13.- Servicio de Transporte

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	320	87%
No	48	13%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

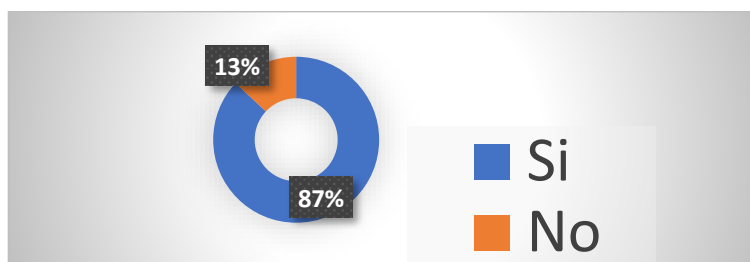


Figura 14.- Servicio de Transporte

**Análisis:**

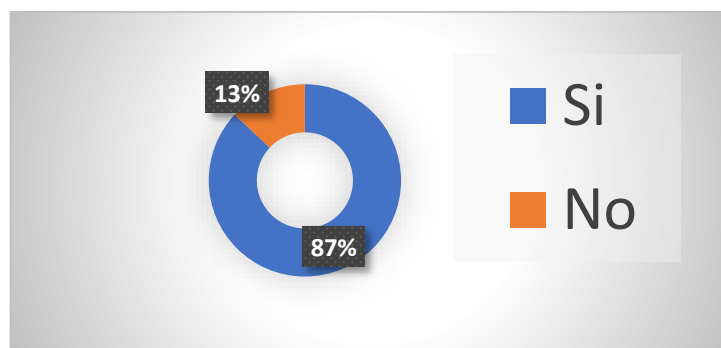
El 87% de los encuestados indican que sería factible este tipo de servicio vista mejoraría el turismo en la parroquia, el 13% considera que afectaría al transporte que ofrecen en la parroquia.

**9. ¿Le gustaría tener un servicio de hoteles y restaurantes de primera calidad?**

**Tabla 14.- Servicio de Hoteles y Restaurantes**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	320	87%
No	48	13%
Total	368	100%

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Figura 15.- Servicio de Hoteles y Restaurantes**

**Análisis:**

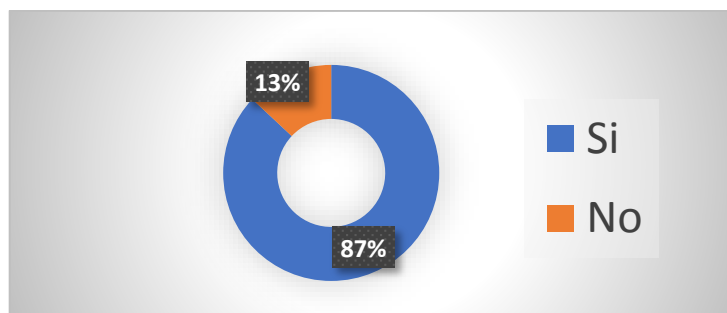
El 87% de los encuestados están de acuerdo en que los servicios de hotelería y restaurantes se encuentren ubicados en un mismo sitio y estos ofrezcan una buena calidad, el 13% considera, la distancia que separa la parroquia, los productos no son tratados adecuadamente para ofrecer servicios de alta calidad.

**10. ¿Cree ud. Con la creación del complejo recreacional se evitará la migración de las personas.**

**Tabla 15.- Migración de las personas**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	320	87%
No	48	13%
Total	368	100%

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Figura 16.-** Migración de personas

**Análisis:**

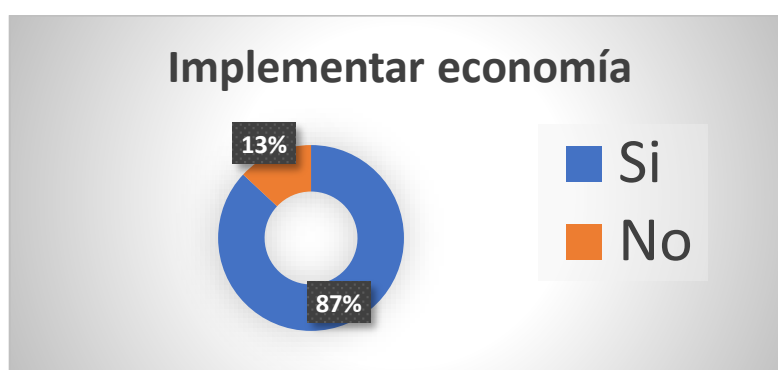
El 87% de los encuestados indican que gracias a la creación del complejo turístico evitaran que más personas emigren de la parroquia, vista este complejo creara nuevas Elaborados de trabajo, el 13% considera que no generara fuentes de trabajo.

**11. ¿Cree Ud. Con la creación del complejo recreacional se implementará la economía en ayuda a las personas de la parroquia.**

**Tabla 16.-** Implementar la economía

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	320	87%
No	48	13%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Figura 17.-** Implementar la economía

**Análisis:**

El 87% de los encuestados indica que se activaría el nivel económico en la parroquia, ya que va a ser muy indispensable el consumo de muchos servicios en la parroquia, el 13% indica que no aportara en nada en lo referente a la socioeconomía de la parroquia.

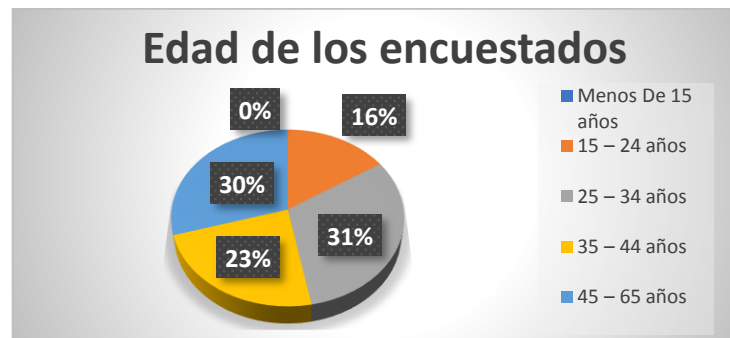
También se analizó los resultados obtenidos en la encuesta 2:

**Pregunta 1.1**

**Tabla 17.- Edad de los encuestados**

Opciones	Edad	Personas
a	Menos De 15 años	0
b	15 – 24 años	58
c	25 – 34 años	115
d	35 – 44 años	86
e	45 – 65 años	109
	<b>Total</b>	<b>368</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay



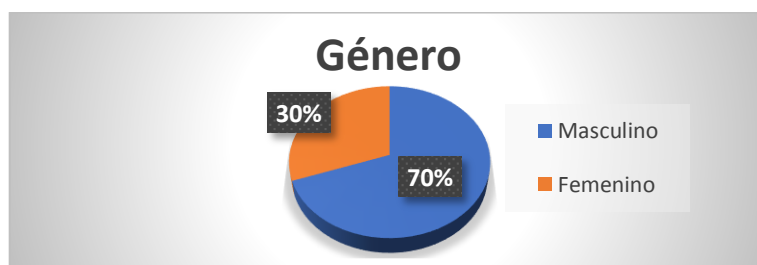
**Figura 18.- Edad de los encuestados**

**Pregunta 1.2**

**Tabla 18.- Género**

Opciones	Género	Personas
A	Masculino	256
B	Femenino	112
	<b>TOTAL</b>	<b>368</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Figura 19.- Género**

**Pregunta 1.3**

**Tabla 19.- Frecuencia de viajes**

Opciones	Frecuencia de viajes	Personas
A	Una vez al año	245
B	Más de una vez al año	123
	<b>TOTAL</b>	<b>368</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Figura 20.- Frecuencia de viajes**

**Pregunta 1.4**

**Tabla 20.- Tipos de Viajes**

Opciones	Con quien realiza sus viajes	Personas
A	Solo	85
B	Familiares	115
C	Amigos	168
D	Otros	0
	<b>TOTAL</b>	<b>368</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Figura 21.- Tipos de Viajes**



Pregunta 2.1

Tabla 21.- Medios destinos turísticos

Opciones	Medios para encontrar destinos turísticos	Personas
A	Internet	100
B	Familiares	97
C	Agencia de viajes	83
D	Amigos	88
E	otro	0
	<b>TOTAL</b>	<b>368</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

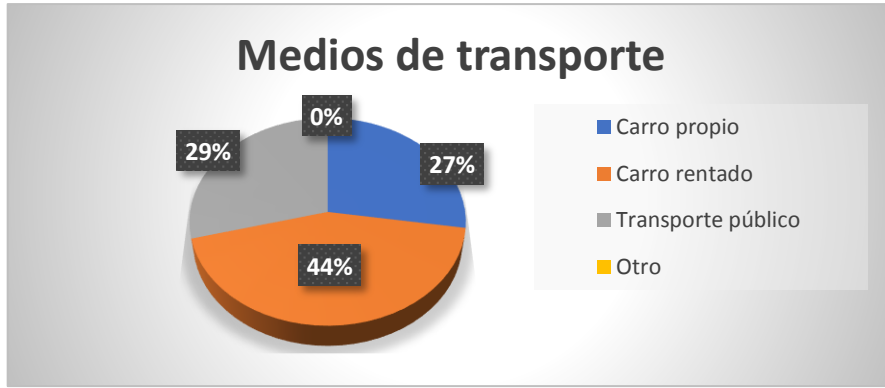


Figura 22.- Medios disponibles

Pregunta 2.2

Tabla 22.- Medios de transporte

Opciones	Medios de transporte	Personas
A	Carro propio	101
B	Carro rentado	160
C	Transporte público	107
E	Otro	0
	<b>TOTAL</b>	<b>368</b>



Elaborado por: Freddy Cunuhay

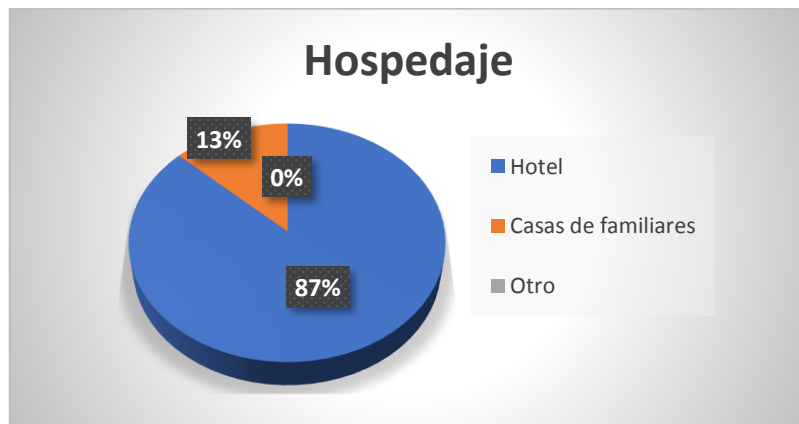
**Figura 23.- Medios de transporte**

**Pregunta 2.3**

**Tabla 23.- Hospedaje**

Opciones	Hospedaje	Personas
A	Hotel	320
B	Casas de familiares	48
C	Otros	0
<b>TOTAL</b>		<b>368</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay



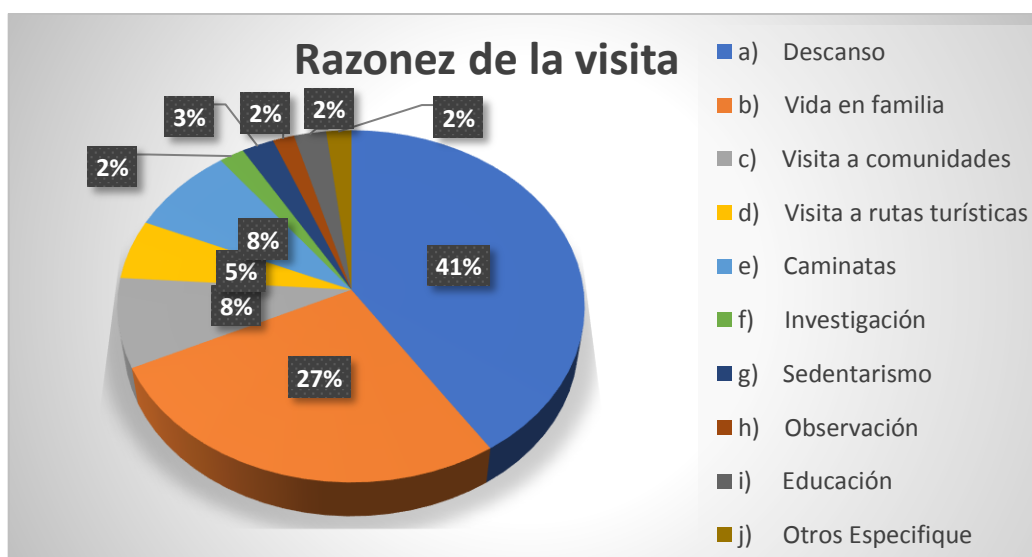
**Figura 24.- Hospedaje**

## Pregunta 2.4

**Tabla 24.- Visita**

Opciones	Razones de la visita	Personas
A	Descanso	150
B	Vida en familia	100
C	Visita a comunidades	30
D	Visita a rutas turísticas	20
E	Caminatas	30
F	Investigación	7
G	Sedentarismo	9
H	Observación	6
I	Educación	9
J	Otros Especifique	7
<b>TOTAL</b>		<b>368</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Figura 25.- Visita**

## Pregunta 2.5

**Tabla 25.- Actividades**

Opciones	Actividades durante la visita	Personas
A	Senderismo	10
B	Observación	20
C	Actividades culturales	50
D	Actividades agrícolas	30

<b>E</b>	Caminatas	40
<b>F</b>	Realizar deportes tradicionales	40
<b>G</b>	Convivir con las familias	50
<b>H</b>	Disfrutar de balnearios	120
<b>I</b>	Otras Especifique	8
<b>TOTAL</b>		<b>368</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

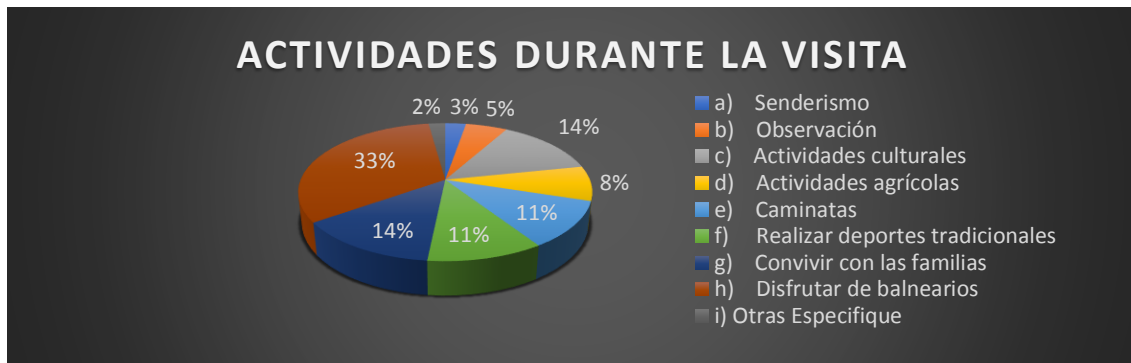


Figura 26.- Actividades

Pregunta 2.6

Tabla 26.- Dinero a invertir

Opciones	Dinero a invertir	Personas
<b>A</b>	\$1 - \$5	55
<b>B</b>	\$5 - \$10	53
<b>C</b>	\$10 - \$15	30
<b>D</b>	\$15 - \$20	80
<b>E</b>	\$20 - \$30	50
<b>F</b>	\$30 - \$50	100
<b>TOTAL</b>		<b>368</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay



Figura 27.- Dinero a Invertir

En el anexo “B” se puede observar a detalle las preguntas realizadas en la investigación.

#### **4.4 MERCADO DEMANDANTE**

El mercado demandante será los visitantes a la parroquia Zumbahua y también las personas que desean acceder al servicio que proporcionara el complejo turístico.

##### **4.4.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA (POTENCIAL, EFECTIVA)**

La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio (MIRANDA, 2005).

**Definición.-** “La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio y una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir” (GUTIERREZ, 2005).

Conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes y servicios y a qué precio.

Para realizar el análisis de la demanda se debe tomar en cuenta:

- ✓ Los tipos de consumidores.
- ✓ Segmentarlos por actividad, edad, sexo, ubicación geográfica, ingresos.
- ✓ Conocer los gustos y preferencias.

##### **4.4.1.1 DEMANDA POTENCIAL**

La demanda potencial es la cantidad global de las familias que corresponden al porcentaje de la población total de la parroquia, dividida para cuatro miembros por hogar, independientemente de los medios y preferencias para la adquisición del servicio, para determinar la demanda potencial se considera:

- a. La tasa de crecimiento poblacional
- b. Población urbana
- c. Cuatro miembros por familia

Para determinar los demandantes totales o potenciales del servicio, se toma en cuenta el total de familias encuestadas que contestaron que, si asisten a centros turísticos y recreacionales, en este caso son 327 que representa el 89%. (pregunta 1; encuesta)

Cuya demanda potencial se determina así:

**Tabla 27.- Demanda Total o potencial**

<b>Años</b>	<b>Población 1,52%</b>	<b>No de familias</b>	<b>D. Totales</b>
<b>0</b>	11.985	2.974	2.647
<b>1</b>	12.075	3.019	2.687
<b>2</b>	12.255	3.109	2.723
<b>3</b>	12.435	3.154	2.767
<b>4</b>	12.615	3.199	2.847
<b>5</b>	12.865	3.244	2.887

**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

#### **4.4.1.2 DEMANDA EFECTIVA**

Cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones de producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que o puedan acceder al producto.

Para determinar la demanda efectiva del Centro Turístico, se ha tomado en cuenta, el porcentaje de familias encuestadas que estarían dispuestas a visitar nuestro centro turístico al 98%.

**Tabla 28.- Demanda Efectiva**

<b>Años</b>	<b>Demanda Total</b>	<b>Demandantes Efectivos</b>	<b>Demanda Promedio</b>	<b>Servicios por visita</b>	<b>Demanda efectiva proyectada</b>
<b>0</b>	2.974	2.914	12	2	69.936
<b>1</b>	3.019	2.958	12	2	70.992
<b>2</b>	3.109	3.046	12	2	73.104
<b>3</b>	3.154	3.090	12	2	74.160
<b>4</b>	3.199	3.135	12	2	75.240
<b>5</b>	3.244	3.179	12	2	76.296

**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

#### **4.5 ESTUDIO DE LA OFERTA**

El principal objetivo del Centro turístico y recreacional, es satisfacer los deseos y necesidades de los clientes en base a un servicio con alta calidad, a través de actividades de ocio y recreación, que permita ofrecer un ambiente de diversión relax y confort.

##### **4.5.1 ESTIMACIÓN DE LA OFERTA**

Para realizar la estimación de la oferta se tomó en cuenta datos de la tabla No 28 de la demanda proyectada y datos de las entrevistas aplicadas a los propietarios

de los centros turísticos de la parroquia en donde se obtuvo la cantidad de visitantes que acuden mensualmente, información que sirvió para obtener una oferta proyectada del 33,96% que se detalla a continuación:

**Tabla 29.- Estimación de la oferta**

<b>Años</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Demanda efectiva proyectada al 33,96%</b>
<b>0</b>	69.936	23.750
<b>1</b>	70.992	24.108
<b>2</b>	73.104	24.826
<b>3</b>	74.160	25.184
<b>4</b>	75.240	25.551
<b>5</b>	76.296	25.910

Fuente: Tabla 28 Demanda Efectiva  
Elaborado por: Freddy Cunuhay

#### **4.6 BALANCE DEMANDA-OFERTA (DEMANDA INSATISFECHA)**

El análisis de la oferta y la demanda permitió determinar la demanda insatisfecha para el servicio.

Una vez terminado el estudio de la demanda y la oferta, hay que determinar la cantidad que se requiere cubrir en el mercado, conocida como demanda insatisfecha.

Para determinar la demanda insatisfecha se requirió información de la demanda proyecta y oferta proyectada (33,96%). En la siguiente tabla se realiza las operaciones para determinar esta demanda.

**Tabla 30.- Demanda Insatisfecha**

<b>Años</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Oferta proyectada al 33,96</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>0</b>	69.936	23.750	46.187
<b>1</b>	70.992	24.108	46.884
<b>2</b>	73.104	24.826	48.278
<b>3</b>	74.160	25.184	48.976
<b>4</b>	75.240	25.551	49.689
<b>5</b>	76.296	25.910	50.386

Fuente: Tabla 28 Demanda Efectiva  
Elaborado por: Freddy Cunuhay

#### 4.7 ANALISIS: VIABILIDAD DEL PROYECTO

Mediante el estudio de mercado se ha determinado que la meta va estar comprendido entre una edad de 15 a 65 años, dada la encuesta que se hizo a 368 individuos, se tiene una mayor aceptación por parte del género masculino que viajan más de una vez al año acompañados de sus familiares, amigos, etc. Para encontrar su destino turístico buscan información en internet, agencias de viaje, entre otros medios de información, para movilizarse en hacia los diferentes destinos utilizan transporte público y optan por hospedarse en hoteles de la parroquia.

Las razones de la visita son generalmente por descanso y convivir con su familia para esto va a realizar diferentes actividades como son: Caminatas, Actividades Culturales, Recreación (deportes, juegos, piscinas, diversión), para esto dispone de un presupuesto de \$200 por persona que implica una visita por un periodo de 3 a 4 días.

**Tabla 31.- Frecuencia**

<b>Frecuencia</b>	<b>a</b>	<b>B</b>	<b>c</b>	<b>d</b>	<b>e</b>	<b>f=otros</b>	<b>Total</b>
Edad	1	1	1	1	1		5
Sexo	1	1					2
Frecuencia de viaje	1	1					2
Acompañante de viaje	1	1	1				3
Medios para encontrar destinos turísticos	1	1	1	1	1		5
Transporte a utilizar	1	1	1				3
Tipo de hospedaje	1	1					2
Razones de la visita	1	1	1	1	1	1	6
Actividades durante su estadía	1	1	1	1	1	1	6
Dinero a invertir	1	1	1	1	1	1	6
Total	10	10	7	5	5	3	40
Porcentaje	25%	25%	17,5%	12,5%	12,5%	7,5%	100%
Opinión favorable	73%						
Probabilidad de compra	51%						

**Elaborado por:** Freddy Cunuhay



Luego de obtener los resultados de frecuencia y tabla de cruce, se puede ver una opinión favorable de los posibles consumidores con un 73%, y una probabilidad de compra de un 51%; para lo cual el proyecto es viable.

#### **4.8 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS**

El turismo es una actividad que tiene mucho movimiento, sobre todo porque el país tiene como uno de objetivos darse a conocer, como poseedor de los mejores lugares turísticos, lo cual para un futuro cercano será una gran ayuda a las empresas que se encargan de ofrecer servicios especialmente los relacionados con el turismo.

La creación de un complejo turístico en la parroquia Zumbahua, a más de ser una necesidad potencial no solo para sus habitantes sino también para personas de otras ciudades, la creación de este complejo tiene expectativas ya que las personas quieren un lugar tranquilo y que mejor, mantener un contacto directo con la naturaleza.

Además, grandes colaboradores para el turismo han sido los diferentes medios de transporte que existen, como también la comunicación que tenemos hoy por hoy a través de diferentes medios.

El internet sin duda ha sido durante varios años ya un líder en la comunicación, como también está sobresaliendo a través del E-Commerce (Comercio electrónico), el mismo que permitirá ofrecer y dar a conocer los servicios del complejo turístico. Cuando una persona desea realizar un viaje, el internet es una de las principales herramientas consideradas para decidir el lugar, una de las principales herramientas para dar a conocer el centro turístico, además de ofrecer sus servicios a través del internet.

Con la creación del complejo turístico se busca satisfacer las necesidades de cliente la cual ha continuado insatisfecha por muchos años sobre todo en los habitantes de la parroquia.

#### **4.9 RESULTADOS**

Al culminar y obtener los resultados estadísticos de la investigación realizada mediante encuestas, podemos determinar que los complejos turísticos tienen buena acogida cuando en su infraestructura existen canchas para realizar alguna clase de deporte además de las piscinas, el restaurante en donde pueden servirse

alimentos, bebidas y comidas rápidas, y el servicio de hotelería, además el parque infantil no puede pasar desapercibido, ya que en él se divierten los niños.

Con la apertura del complejo turístico que tenga todas estas características y más, ayudará al desarrollo de la parroquia, además de traer consigo nuevas fuentes de empleo para los habitantes. Se logró evidenciar que la inseguridad existente ahuyenta el turismo, sin dejar de lado el gran malestar que sienten las personas por el servicio prestado por los complejos turísticos existentes.

Las personas encuestadas creen que la creación de nuevos centros turísticos ayudaría al desarrollo socioeconómico local, además de presentar oportunidades para que se abran nuevos negocios. En su mayoría coinciden que las visitas a estos centros lo hacen con amistades y familiares, las revistas y los trípticos son los medios más utilizados para buscar lugares de recreación.

## **5. CAPÍTULO V**

### **5.1 PROCEDIMIENTO**

Para poder desarrollar el presente proyecto se inició de la siguiente manera:

Estudio de mercado en el cual se aplicó encuestas a los demandantes y una entrevista para recolectar información necesaria, luego se realizó la respectiva tabulación, análisis e interpretación de los datos obtenidos, para determinar la demanda potencial, real y efectiva, conocer la oferta y establecer la demanda insatisfecha.

Luego se realizó el estudio técnico en el que se determinó el tamaño, localización del centro turístico, ingeniería del proyecto y el estudio orgánico funcional más óptimo para el normal funcionamiento del centro de recreación.

Seguidamente se elaboró el estudio económico-financiero cuyo objetivo fue determinar el monto total de la inversión y las fuentes de financiamiento del proyecto, así como también se elaboró los presupuestos, determinación de costos, ingresos y egresos y el punto de equilibrio.

Por último, se realizó la evaluación financiera donde se analizó los diferentes indicadores financieros como el VAN, TIR, RBC, PRC y análisis de sensibilidad para determinar si el proyecto es o no factible.

### **5.2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

La investigación se fundamenta en conceptos técnicos y básicos referentes a los conocimientos obtenidos a lo largo del presente proyecto. Se debe tener presente que hoy en día las actividades de recreación, cuentan con atractivos naturales y es la prioridad a nivel mundial. Es por esto que se considera el realce que ha tenido el Ecuador con el aumento de la demanda turística por parte de los visitantes extranjeros en su gran mayoría, o los visitantes nacionales en las diferentes provincias del país.

Se considera que los sitios rodeados de la naturaleza tienen como propósito disminuir los índices de contaminación, por tal razón, es necesario tomar en consideración la importancia, estudio, experimentación y análisis del mismo. Considerando este análisis es de mucha prioridad en la parroquia de Zumbahua, la creación de un centro turístico, por los beneficios que se brindará a esta industria y luego a la población en general, bajo esta observación se definen los siguientes conceptos: actividades turísticas, atractivos naturales, destino, Industria

turística, innovación, marketing Turístico, modalidad, promoción, promoción turística, recreación, servicio, sitios, turismo.

El trabajo tiene como objeto aportar con la investigación para la creación de un centro turístico en Zumbahua, y demostrar que es factible la creación de este centro debido a la falta de atractivos turísticos en la parroquia. La demanda de los visitantes que ingresan al año en el Ecuador, es una de las razones más importantes para la creación de este centro turístico en la parroquia. Dentro de la economía, la industria turística se considera como una prioridad en el desarrollo económico de una ciudad o país porque permite el incremento financiero del mismo, aumenta las tasas de empleo e innovación de nuevas empresas.

Se tiene una de las ventajas más factibles para el centro turístico que es la majestuosa launa del Quilotoa la cual es una atracción hacia los turistas, los mismos que siempre se encuentran en la búsqueda de sitios turísticos e innovadores. Se espera además con el proyecto se pueda mejorar la situación económica de la parroquia Zumbahua y de sus habitantes como de sus creadores.

### **5.3 FACTORES DE LOCALIZACIÓN**

#### **5.3.1 ACCESO A LA MATERIA PRIMA**

El acceso a la materia prima para la creación del centro turístico y para los insumos necesarios para los servicios a ofertar, serán un poco difícil su adquisición, ya que la zona donde estará ubicado se encuentra en la mitad de la vía entre Zumbahua y la laguna Quilotoa.

#### **5.3.2 CERCANÍA AL MERCADO**

Es de suma importancia la cercanía al objetivo. En este caso el complejo turístico ofertará sus servicios en un lugar estratégico y de mucha afluencia de personas a diario visitado por turistas del exterior.

#### **5.3.3 VÍAS DE COMUNICACIÓN**

La empresa proveerá los servicios de transporte, las condiciones de las carreteras, rutas de acceso, en donde estará ubicado el complejo, se encuentran en perfectas condiciones las mismas que permiten un fácil acceso.

#### **5.3.4 SERVICIO BÁSICOS**

En el sector se prestan los siguientes servicios básicos como: agua entubada, alcantarillado, energía eléctrica, y líneas telefónicas móvil (claro y movistar) y convencional el servicio telefónico e internet prestado por CNT.

### 5.3.5 RECURSO HUMANO

El recurso humano que se contratará para los distintos cargos, será de la misma ciudad, llevando a cabo un reclutamiento y correcta selección para contar con el personal idóneo, capaz de llevar a cabo las actividades del complejo turístico y recreacional.

### 5.4 COMPONENTE TECNOLÓGICO

El equipamiento para el funcionamiento (maquinaria y equipo) del complejo turístico se lo hará en función a los servicios a ofrecer.

**Tabla 32.- Piscina**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Generador de energía eléctrica
1	Bomba Eléctrica
1	Sistema de Instalación
60	Casilleros
1	Accesorios de Limpieza
2	Cilindros de gas industriales
1	Equipo de calentamiento de agua

Elaborado por: Freddy Cunuhay

**Tabla 33.- Restaurant**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Caja registradora
2	Perchas metálicas
1	Caja de sonido
2	Licuada
2	Congelador
1	Refrigeradora
2	Sanduchera
1	Extractor de jugos

Elaborado por: Freddy Cunuhay

**Tabla 34.- Canchas**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Aros metálicos
2	Balones deportivos

1	Red
2	Aros de básquet
2	Tubos metálicos

Elaborado por: Freddy Cunuhay

**Tabla 35.-** Espacios verdes

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
10	Sillas de Descanso
650	Plantas ornamentales

Elaborado por: Freddy Cunuhay

**Tabla 36.-** Juegos recreacionales

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Juegos de madera infantiles
2	Juegos MLS
1	Juegos easy PZZ
2	Sube y baja

Elaborado por: Freddy Cunuhay

**Tabla 37.-** Equipamiento de oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
<b>MOBILIARIO</b>	
2	Escritorio
2	Sillas Giratorias
1	Archivadores
<b>EQUIPOS</b>	
1	Televisión
2	Computador personal
2	Teléfono
<b>SUMINISTROS</b>	
2	Calculadora
2	Archivadores
2	Caja de clips estándar
6	Esferos
1	Cartucho de tinta de color
1	Cartucho de tinta B/N

2	Resmas de hojas
2	Grapadoras
2	Perforadoras
2	Caja de grapas
2	Tijeras
12	Carpetas de manila
3	Focos ahorradores
3	Tachos de basura

Elaborado por: Freddy Cunuhay

**Tabla 38.-** Infraestructura física

ÁREAS	MEDIDAS	ÁREA (M2)
Piscina	25X14	350
Cancha de básquet	28X15	200
Cancha de Indor	29X15	200
Bar	4X3	12
Espacios Verdes y Áreas de Recreación	42X3	126
Área Administrativa	4X4	16
Seguridad	3X3	9
Baños	6X3	18

Elaborado por: Freddy Cunuhay

El área de los baños es mayor debido a la capacidad que tiene que disponer para para los usuarios del complejo, en el área administrativa solo se dispondrá para el uso de personal autorizado (Personal Administrativo), las medidas indicadas en la tabla tanto para la cancha de básquet e Indor futbol, están reglamentadas en la NBA y en la FIFA, el resto de medidas se consideró el área disponible y de acuerdo a la capacidad del personal que harán uso del servicio dentro de las instalaciones del complejo.

## 5.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Esta ordenación, ya practicada o en proyecto, incluye, tanto los espacios necesarios para la prestación de los servicios, almacenamiento de insumos necesarios, trabajadores y todas las otras actividades o servicios.





## 5.7 DISEÑO DE LA PROPUESTA



Figura 29.- Diagrama Tridimensional

## 5.8 FLUJOGRAMA DE PROCESO

El flujograma cuenta con un tipo de escenario del cliente, cuando hace su ingreso al Complejo Turístico y Recreacional.

## FLUJOGRAMA DE LLEGADA DEL CLIENTE

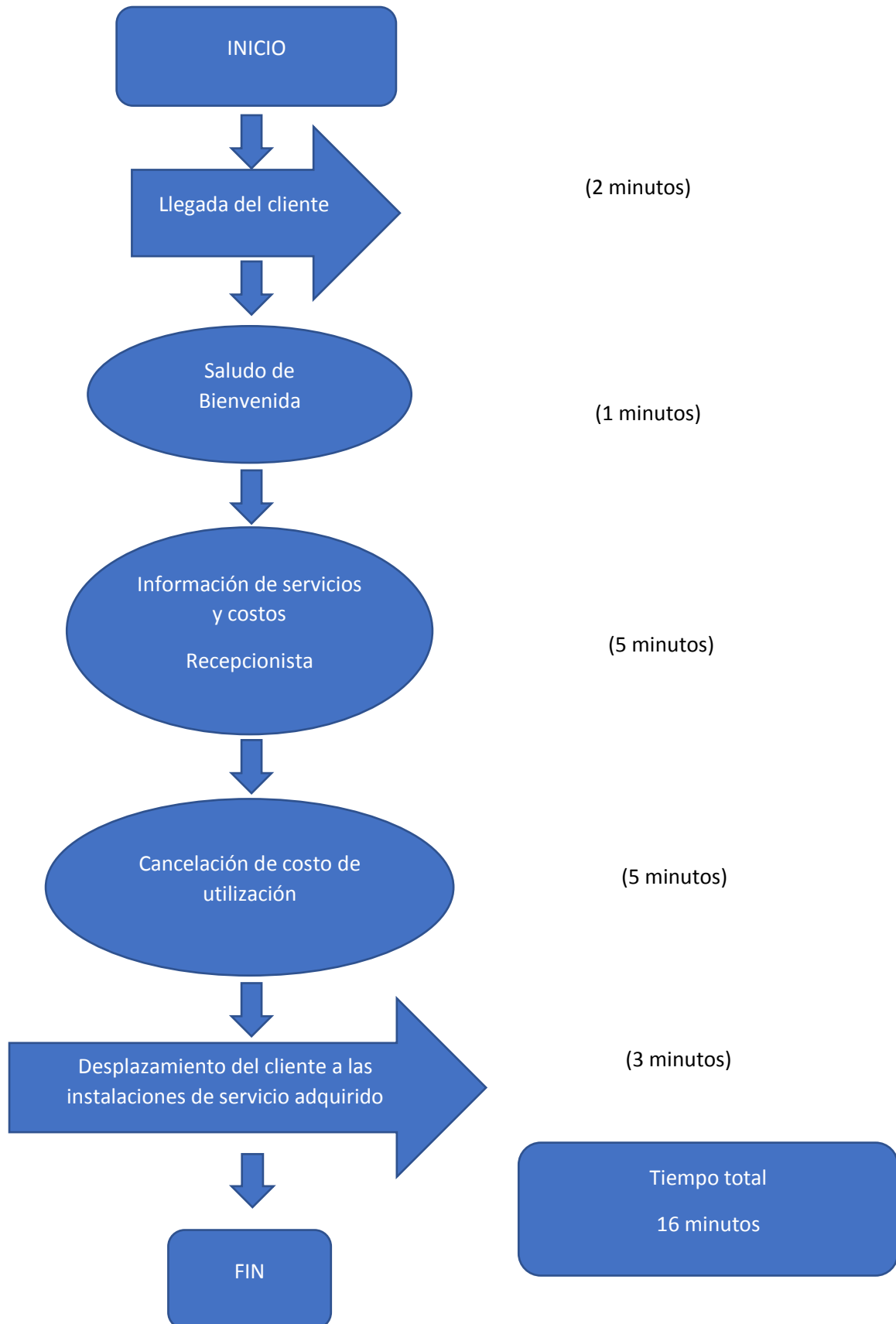
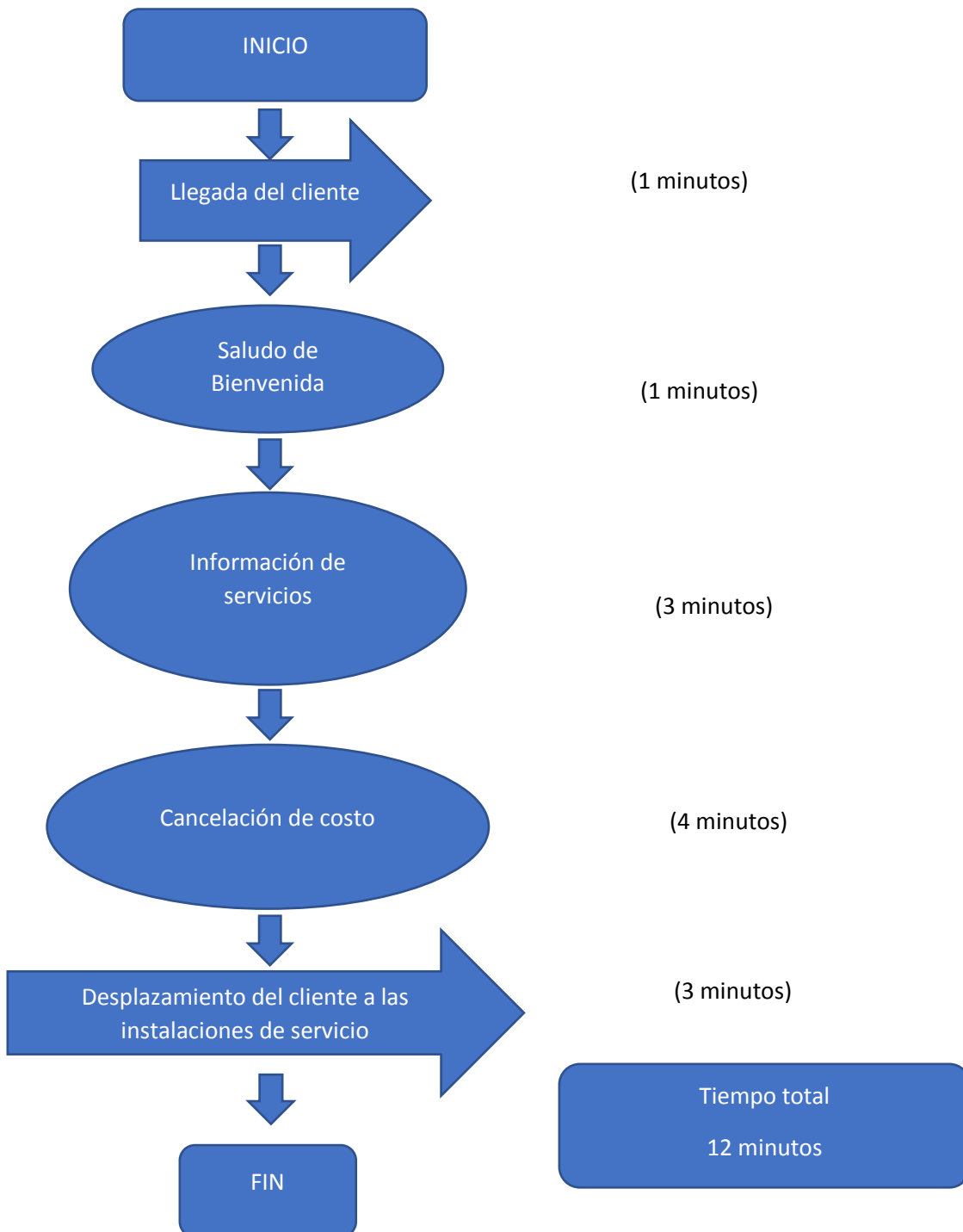


Figura 30.- Flujo grama cliente

## 5.9 SERVICIOS DE PISCINA, CANCHAS DEPORTIVAS Y RECREATIVOS

El complejo contara con instalaciones de piscina, canchas deportivas, áreas recreacionales para niños, las cuales estarán a disposición de los clientes con horarios libres.

### FLUJOGRAMA PARA SERVICIOS DE PISCINA, CANCHAS Y JUEGOS RECREATIVOS

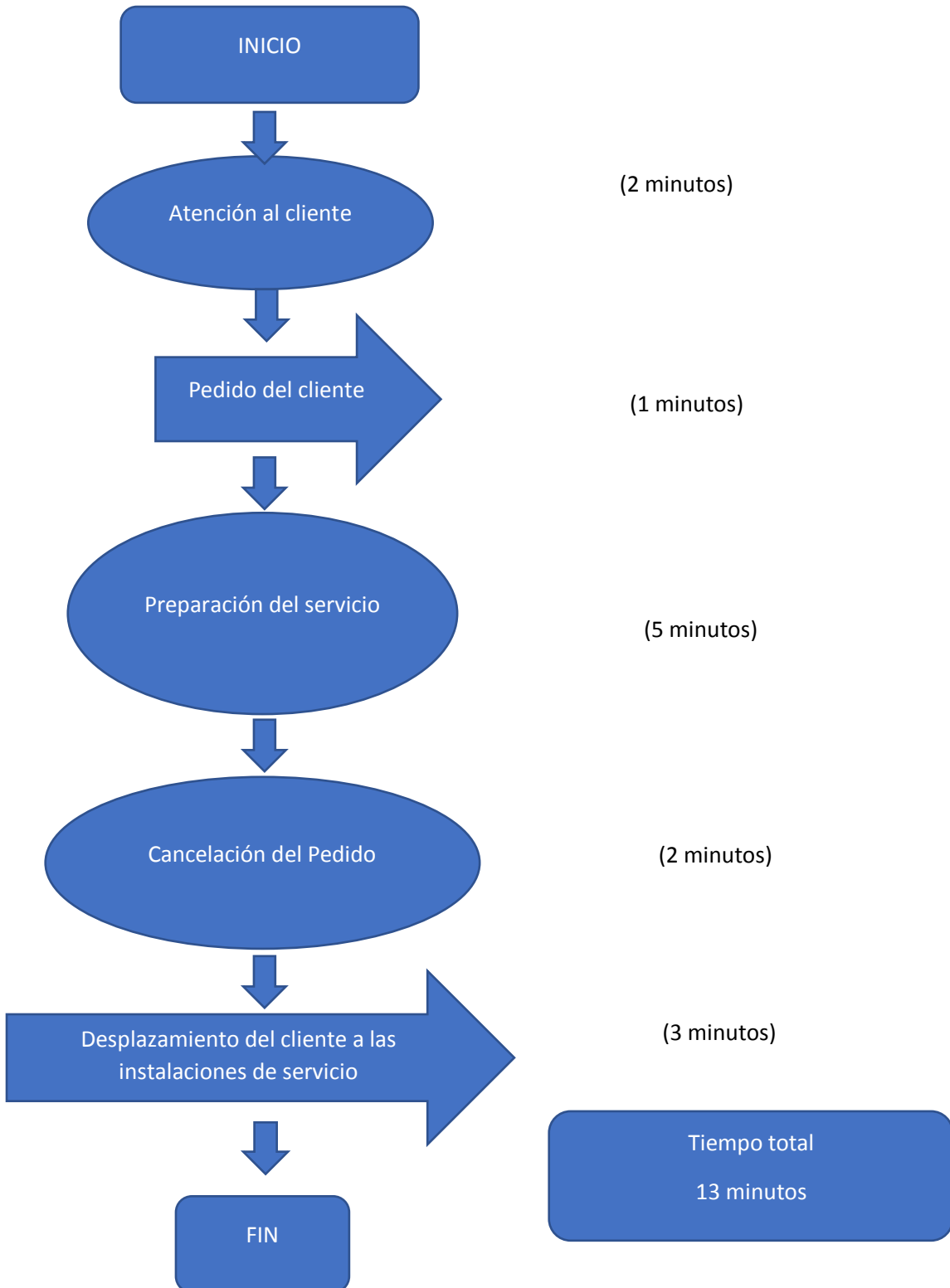


**Figura 31.-** Flujograma de servicios

## 5.10 SERVICIO DE RESTAURANT

Este servicio ofrecerá distintas clases de bebidas, bebidas alcohólicas, gaseosas o bebidas con gas y aguas, jugos, batidos, prensados, snacks, entre otros.

### FLUJOGRAMA SERVICIO DE RESTAURANT



**Figura 32.-** Flujograma del restaurant

## **5.11 DISEÑO ORGANIZACIONAL**

### **5.11.1 ESTRUCTURA EMPRESARIAL**

Se representa por medio de organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

#### **5.11.1.1 NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD**

La estructura empresarial que tendrá el complejo turístico y recreacional Aso. Ltda., está establecida por cinco niveles jerárquicos que son:

**Nivel Legislativo-Directivo.** - Es el máximo nivel de dirección, dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los socios de la empresa, los cuales tomaran el nombre junta general de accionistas.

**Nivel Ejecutivo.** - Está conformado por el Gerente-Administrador, el cual será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito a fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

**Nivel Asesor.** - Lo constituye la persona que la empresa contratará en forma temporal según la necesidad de la misma, estará integrado por un asesor jurídico (temporal).

**Nivel de Apoyo.** - Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con eficacia y eficiencia, se encuentra conformado por la secretaria- contadora

**Nivel Operativo.** - Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, así como también las tareas de venta, o todo lo relacionado con la comercialización o tareas de marketing.

## 5.10 ORGANIGRAMAS

### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL "WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)"

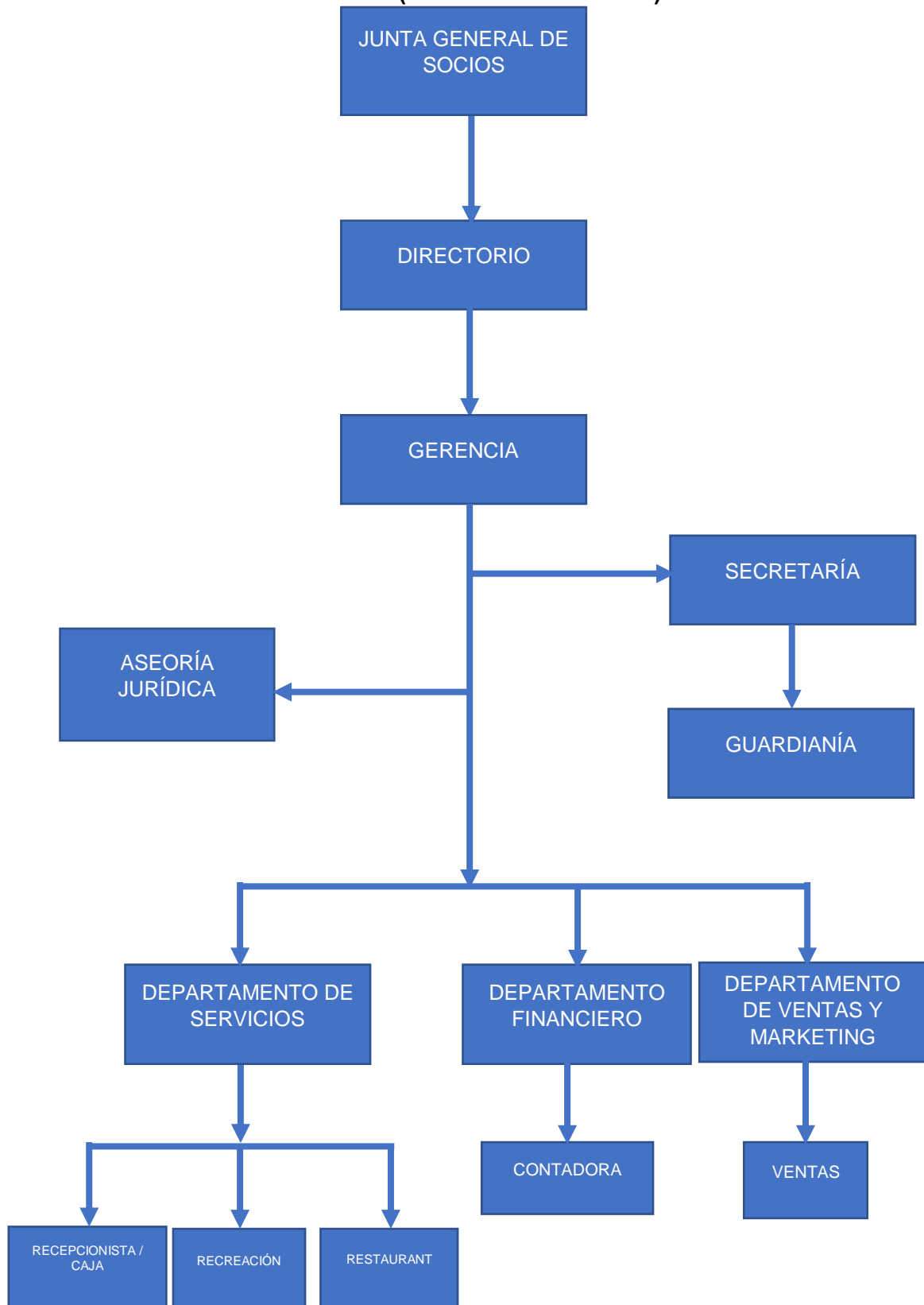
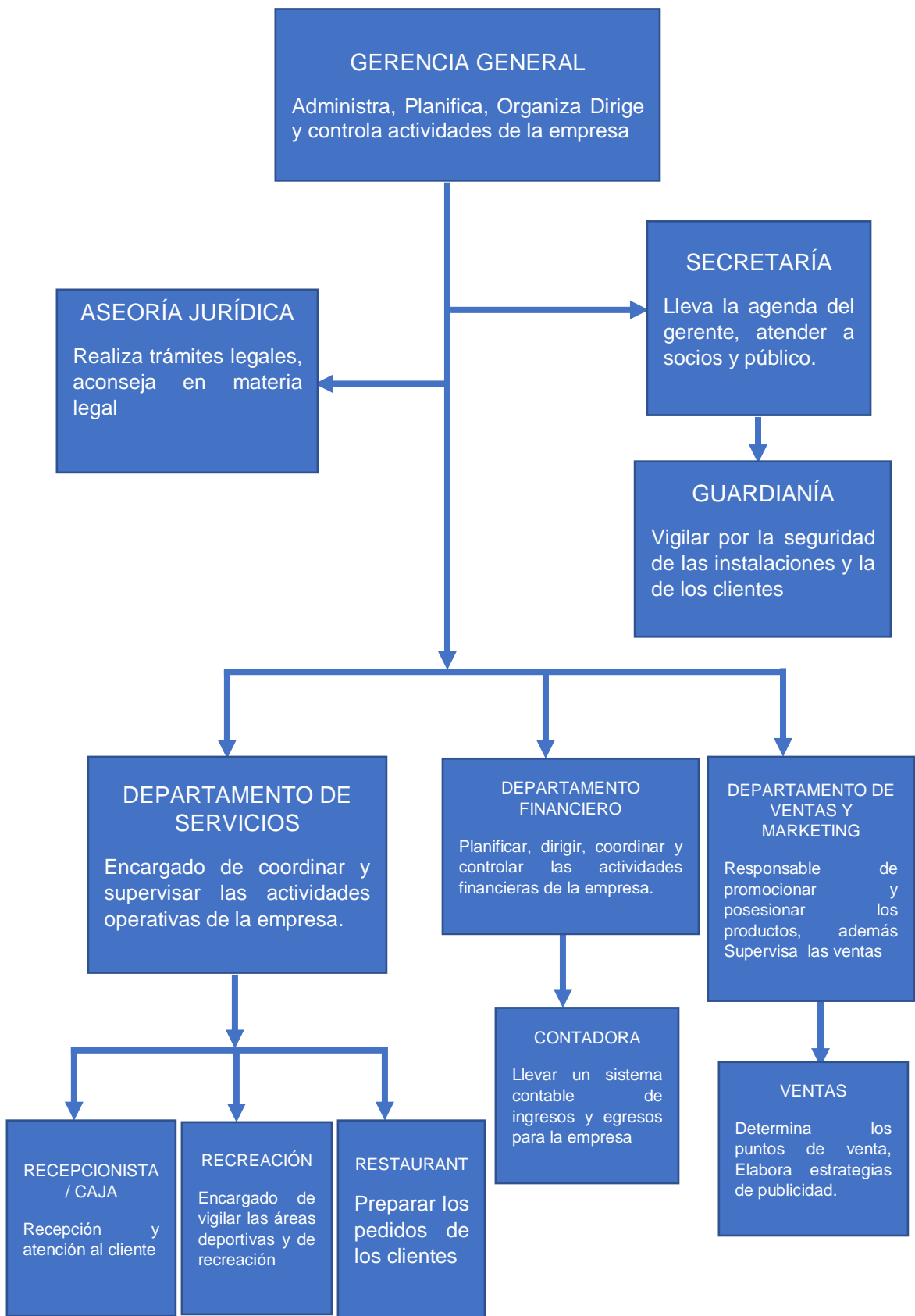


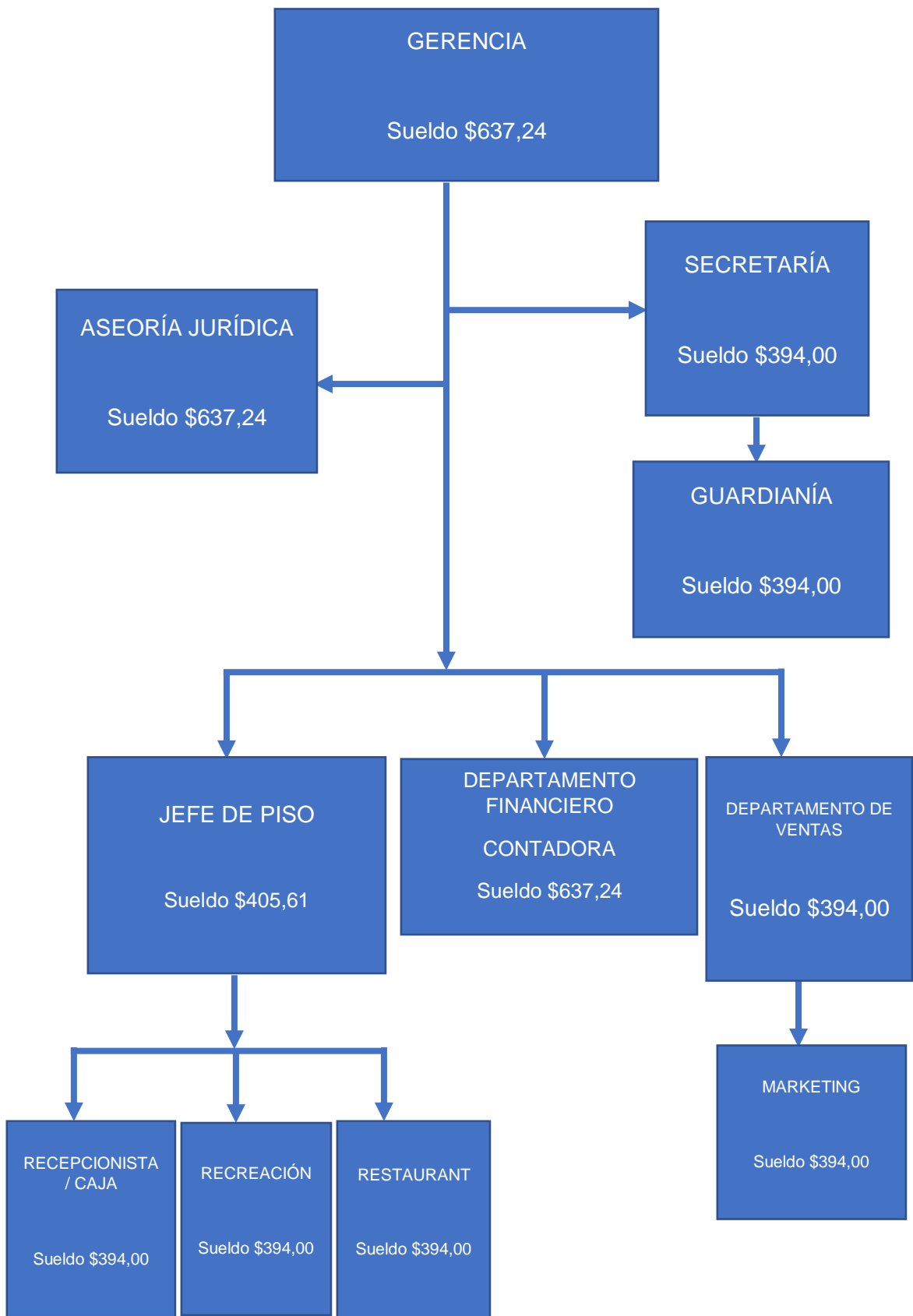
Figura 33.- Organigrama estructural

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”**



**Figura 34.- Organigrama Funcional**

**ORGANIGRAMA POSICIONAL DEL COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL "WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO**



**Figura 35.- Organigrama Posicional**



## BASE LEGAL

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. Para lo cual el centro turístico se basará en el formato del anexo "C".

### 5.12 MANUALES

El manual de funciones debe contemplar la estructura administrativa de las obligaciones y funciones de los socios y personas que conforman la empresa.

Los formatos de requerimiento de personal se encuentran en el anexo "D" del proyecto en estudio

### 5.13 ESTUDIO TÉCNICO

#### 5.13.1 CAPACIDAD INSTALADA

Son las condiciones de la planta para atender o producir una cantidad determinada de servicios que se ha decidido entregar al público consumidor.

La capacidad instalada estará en función de la capacidad que tendrá el centro turístico en la prestación de servicios como son: piscina, restaurant, actividades recreacionales para niños, áreas verdes, chanchas, y servicio de hotelería.

En la siguiente tabla consta la capacidad instalada, se estima un promedio de 72 personas asistiendo al centro turístico cada 4 horas, el mismo que al día ofrecerá 3 servicios, los mismos que multiplicados por las 72 personas nos dará como resultado un total de 216 visitantes a diario.

A los 216 visitantes que asisten a diario se los multiplica por los 6 días a laborar, a ese resultado, se lo multiplica por las 52 semanas laborables y como resultado se obtiene, 67.392 visitas al año, que sería la capacidad instalada.

**Tabla 39.- Capacidad instalada**

Visitas por día	Días a laborar	Semanas laborables	# Visitantes anual
216	6	52	67.392

Elaborado por: Freddy Cunuhay

#### 5.13.2 CAPACIDAD UTILIZADA

Para determinar la capacidad utilizada se tomó en cuenta el número de visitantes que acuden en los días laborables del centro turístico martes 72, miércoles 72, jueves 72, viernes 135, sábado 135, domingo 135, teniendo como resultado 621 visitantes x semana, multiplicado por las 52 semanas laborables al año da un total de 32.292, será la capacidad utilizada.

**Tabla 40.- Capacidad utilizada**

Semanas a laborar	Visitantes por semana	# Visitas anual
52	621	32.292

Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.13.3 DETERMINACIÓN DE % DE PARTICIPACIÓN

**Tabla 41.- Porcentaje de participación**

Años	Demanda insatisfecha	Capacidad utilizada	% Participación
0	46.187	32.292	<b>0,70</b>
1	46.884	32.292	<b>0,69</b>
2	48.278	32.292	<b>0,67</b>
3	48.976	32.292	<b>0,66</b>
4	49.689	32.292	<b>0,65</b>
5	50.386	32.292	<b>0,64</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

## 5.14 ESTUDIO FINANCIERO

### 5.14.1 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

#### 5.14.2 INVERSIONES

Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura.

Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable aquí se tomara en cuenta los siguientes activos:

#### **INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

Son activos permanentes necesarios para el desarrollo habitual de la empresa, además se constituyen en aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles.

#### **TERRENO**

Es la superficie plana en donde va estar ubicada la empresa para realizar las actividades del servicio.

**Tabla 42.- Superficie del terreno**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno m2	5 hectáreas	\$8000,00	\$40000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$40000,00</b>

Fuente: Municipio de Pujilí  
Elaborado por: Freddy Cunuhay

### CONSTRUCCIÓN

Se refiere a la infraestructura con que será construida el centro turístico, distinguiendo las partes correspondientes a, oficinas, áreas de recreación, espacios verdes.

**Tabla 43.- Presupuesto de obra**

INDICADOR	ESTRUCTURA	UNIDAD	ÁREA	V. UNITARIO	TOTAL
<b>Piscina</b>	Hormigón armado	m2	350	\$90,00	\$31.500
<b>Restaurant</b>	Hormigón armado	m2	16	\$90,00	\$1.440
<b>2 canchas de uso múltiple 10 x20</b>	Hormigón armado	m2	400	\$60,00	\$2.400
<b>Administración</b>	Hormigón armado	m2	16	\$80,00	\$1.200
<b>Seguridad</b>	Hormigón armado	m2	9	\$90,00	\$810
<b>Baños</b>	Hormigón armado	m2	18	\$90,00	\$1.620
<b>TOTAL</b>					<b>\$38.750</b>

Fuente: Ingeniero Civil  
Elaborado por: Freddy Cunuhay

### EQUIPO

Corresponde a los valores que son necesarios para dotar al centro turístico necesaria para efectuar los diferentes servicios, estos valores se detallan en el siguiente cuadro.

**Tabla 44.- Precio de equipo**

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>Área de Restaurant</b>			
2	Refrigeradoras	\$850	\$1700
2	Congelador	\$900	\$1800
1	Horno microondas	\$220	\$220
2	Horno tostador	\$120	\$240

1	Extractor de jugos	\$75	\$75
2	Licuada	\$95	\$190
<b>Mantenimiento</b>			
1	Generador de Energía	\$2500	\$2500
2	Bomba para agua	\$2400	\$4800
<b>TOTAL:</b>			<b>\$11.525,00</b>

**Fuente:** Créditos Anderson  
**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

**Tabla 45.- Presupuesto Equipos de Audio y Tv**

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
2	Amplificador (Yamaha)	\$850	\$1700
2	Televisor	\$650	\$1300
4	Micrófonos con cable	\$60	\$240
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.240,00</b>

**Fuente:** Créditos Anderson  
**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

## VAJILLA

Insumos necesarios para poder servir los diferentes platos a nuestros clientes.

**Tabla 46.- Presupuesto de vajilla**

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
Área del restaurant			
5	Cuchillos	\$4,00	\$20,00
10	Juego de Cucharas Pequeñas	\$7,00	\$70,00
6	Juego de Bandejas X 3 U.	\$9,00	\$54,00
10	Juego de Vasos Grandes	\$5,00	\$50,00
10	Juego de Vasos Pequeños	\$8,00	\$80,00
10	Copas de Helado	\$10,00	\$100,00
<b>Total:</b>			<b>\$370,00</b>

**Fuente:** Créditos Anderson  
**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

## MUEBLES PARA EL SERVICIO

Corresponde a los valores de los enseres que se utilizarán para brindar cada servicio.

**Tabla 47.- Presupuesto de muebles**

<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
15	Juegos de mesa con 4 sillas plásticas	\$12,00	\$180,00
2	Aparador de Cocina	\$350,00	\$700,00
20	Tocadores	\$150,00	\$3000,00
4	Perchas Metálicas	\$75,00	\$300,00
<b>Total:</b>			<b>\$4.180,00</b>

**Fuente:** Créditos Anderson  
**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

### **EQUIPOS DE OFICINA**

Compone los valores correspondientes a los dispositivos técnicos que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente.

**Tabla 48.- Equipos de Oficina**

<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
4	Sumadora	\$30,00	\$120,00
4	Teléfonos	\$25,00	\$100,00
2	Rogers	\$100,00	\$200,00
6	Equipos de Computo	\$763,00	\$4578,00
<b>Total:</b>			<b>\$4.998,00</b>

**Fuente:** MacroPowers L&G Cía. Ltda.  
**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

### **MUEBLES Y ENSERES**

Comprende todos los bienes que son necesarios para la adecuación de las oficinas y demás lugares de trabajo, de acuerdo a la función para la que fueron diseñados.

**Tabla 49.- Muebles y enseres**

<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
6	Escritorio	\$180,00	\$1080,00
6	Archivador	\$85,00	\$510,00
6	Sillas Ejecutivas	\$70,00	\$420,00
4	Sillas metálicas cromadas	\$45,00	\$180,00
3	Sillas de espera unificadas	\$90,00	\$270,00
<b>Total:</b>			<b>\$2.460,00</b>

**Fuente:** El Dorado  
**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

## JUEGOS RECREACIONALES

Comprende aquellos juegos que servirán para la distracción de niños y adultos.

**Tabla 50.- Juegos Recreacionales**

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
Área del restaurant			
4	Juegos infantiles Easy PZZ	\$980,00	\$3920,00
4	Juegos infantiles SMI	\$980,00	\$3920,00
5	Juegos en madera diseños personalizados	\$880,00	\$4400,00
4	Sube y Baja	\$90,00	\$360,00
4	Rodaderas	\$90,00	\$360,00
<b>Total:</b>			<b>\$12.960,00</b>

Fuente: Cerrajería Pujilí  
Elaborado por: Freddy Cunuhay

A continuación, se detallará los activos fijos que se tendrá disponible en el centro turístico:

**Tabla 51.- Activos fijos**

ESPECIES	TOTAL
Terreno	\$40.000,00
Presupuesto de obra	\$38.750,00
Equipo	\$11.525,00
Vajilla	\$370,00
Muebles para el servicio	\$4.180,00
Equipos de oficina	\$4.998,00
Muebles y enseres	\$2.460,00
Juegos recreacionales	\$12.960,00
<b>Total:</b>	<b>\$115.243,00</b>

Fuente: Presupuestos  
Elaborado por: Freddy Cunuhay

## INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Establecen aquellos gastos sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente.

**Estudios preliminares.** Forma parte del costo por la realización de los estudios de iniciación del proyecto, tomando en cuenta el riesgo que conllevara la inversión del mismo.

- ✓ **Patentes de funcionamiento.** Para que la empresa pueda funcionar libremente y cumplir con todas las regulaciones legales establecidas se hace necesario ejecutar ciertas actividades tales como. Patente municipal, permiso de dirección de salud, riesgos sanitarios, entre otros.
- ✓ **Permiso de funcionamiento.**
  - Solicitud para permiso de funcionamiento.
  - Copia título del profesional responsable (Ing. en Alimentos – Bio. Farmacéutico) en caso de industria y pequeña industria.
  - Copias de los registros sanitarios
  - Documentar métodos y procesos de la fabricación, en caso de industria.
- ✓ **Conformación de la compañía.**
- ✓ **Línea Telefónica:** Adquisición de línea telefónica

**Tabla 52.- Activos Diferidos**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR TOTAL
1	Patentes	\$70,00
1	Estudios preliminares	\$3.000,00
1	Permisos de funcionamiento	\$200,00
1	Conformación del Complejo	\$500,00
1	Línea telefónica	\$60,00
Total:		<b>\$3.830,00</b>

**Fuente:** Municipio de Pujilí  
**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

## **INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO**

### **5.15 COSTO PRODUCTOS O SERVICIOS**

Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

En el presente proyecto el capital de operaciones corresponderá a la adquisición de materia prima y materia directa, mano de obra directa, gastos administrativos y ventas, gastos de fabricación, gastos financieros y amortización.

## COSTO PRIMO

### MATERIA PRIMA DIRECTA

Son todos materiales que intervienen directamente en la transformación del producto y que son visibles en este.

**Tabla 53.- Materia prima directa**

Descripción	Medida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
<b>Frutas</b>	kilogramo	\$73,54	2.206,20	26.474,40
<b>Lácteos</b>	Kilogramo	\$60,80	1.824	21.888,00
<b>Carne y embutidos</b>	Kilogramo	\$75,00	2.250	27.000,00
<b>Productos alimenticios</b>	Kilogramo	120,00	3.600	43.200,00
<b>Legumbres</b>	Kilogramo	80,00	2.400	28.800,00
<b>abarrotes</b>	Kilogramo	140,00	4.200	50.400,00
<b>Total</b>			<b>\$16.480,20</b>	<b>\$197.762,40</b>

Fuente: Micro mercado Lorenita  
Elaborado por: Freddy Cunuhay

### PLATOS A OFRECER

Degustaciones que los clientes podrán adquirir dentro de las instalaciones.

**Tabla 54.- Platos a ofrecer**

Descripción	Número de platos (Martes a Jueves)	Número de platos (Viernes, Sábado, Domingo)
✓ Desayunos	40	80
✓ Almuerzos	40	80
✓ Meriendas	40	80
✓ Platos especiales.		
✓ Cariucho, papas con cuy asado	10	20
✓ Platos elaborados de arroz de cebada molido en piedra, con leche y panela.	10	20
✓ Cocido de papas, habas, melloco, ocas.	10	20
✓ Machica con grasa y chicharrón de chancho.	10	20
✓ Papas con carne de borrego	10	20
✓ Caldo de gallina criolla.	10	20



✓ Caldo de borrego.	10	20
✓ Caldo de patas de res.	10	20
✓ Colada morada con wawas de pan.	10	20
✓ Colada de maíz amarilla en dulce.	10	20
✓ Batidos ( Mora, fresa, tomate de árbol)	15	30
✓ Jugos (fresa, piña ,naranja, limón, naranjilla)	15	30
✓ Prensados (Queso, Jamón, mixto)	15	30
Ensalada de frutas		
Helados de copa (fresa, mora, ron pasas, chocolate)		
✓ Hamburguesas (Carne de res)	10	30
<b>Total diario</b>	<b>275</b>	<b>560</b>
<b>Total semanal</b>		<b>835</b>
<b>Total anual</b>		<b>43.420</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

$$43.420 * 50\% = 21.710 + 43420 = 65.130 \text{ No de platos al año.}$$

### MANO DE OBRA DIRECTA

La constituyen los obreros que se encargan de todo el proceso de producción, en este caso laboraran dos obreros.

**Tabla 55.- Mano de obra directa**

Cargo	Sueldo	Aportes y decimos unificados	Total mensual	Total anual
Guardianía	\$394,00	\$ 65,67	\$459,67	\$5516,00
Restaurante	\$394,00	\$ 65,67	\$459,67	\$5516,00
Cajero	\$394,00	\$ 65,67	\$459,67	\$5516,00
Recreación	\$394,00	\$ 65,67	\$459,67	\$5516,00
<b>Total</b>				<b>\$22.064,00</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.16 COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. Aunque los gastos de venta, generales y de

administración también se consideran frecuentemente como costos indirectos, no forman parte de los costos indirectos de fabricación, ni son costos del producto o servicio.

### 5.16.1 SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos en una población son las obras de infraestructuras necesarias para contar con la vida saludable, y evitar el deterioro de la misma. Entre dichos servicios podemos mencionar: Agua Potable, Energía Eléctrica, teléfono, entre otros, etc.

**Tabla 56.- Costos servicios básicos anuales**

CANTIDAD	ESPECIE	Total mensuales	TOTAL
1	Agua potable	41,67	\$500,00
1	Energía eléctrica	58,33	\$700,00
1	Teléfono	12,5	\$150,00
<b>Total:</b>		<b>112,5</b>	<b>\$1.350,00</b>

Fuente: Municipio de Pujilí  
Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.16.2 HERRAMIENTAS DE TRABAJO Y MANTENIMIENTOS DE EQUIPOS

Elementos y mantenimiento de equipos, necesarios para un correcto funcionamiento:

**Tabla 57.- Presupuesto de herramientas y mantenimiento**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR
1	Juego de llaves	\$10,00
1	Juego de alicates	\$20,00
1	Juego de destornilladores	\$14,00
2	Matillos	\$5,00
1	Mantenimiento de equipos	\$1.600,00
1	Muebles y enseres	\$500,00
<b>Total:</b>		<b>\$2.149,00</b>

Fuente: Ferretería Pujilí  
Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.16.3 INSUMOS PARA EL MANTENIMIENTO DE LA PISCINA

Los insumos necesarios para realizar la limpieza de la piscina constan de los siguientes elementos:

**Tabla 58.-** Presupuesto de insumos para piscina

Cantidad	Detalle	Unidad (Kg)	P.V.U.	Valor Mensual	Valor Anual
4	Sulfato de cobre	Kg	\$8,00	\$32,00	\$384,00
4	Sulfato de Aluminio	Kg	\$4,00	\$16,00	\$192,00
1	Cloro granulado	Kg	\$105,00	\$105,00	\$1.260,00
4	Cal	Kg	\$7,00	\$28,00	\$336,00
<b>Total:</b>				<b>\$181,00</b>	<b>\$2.172,00</b>

Fuente: Ferretería Pujilí  
Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.17 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Constituye la pérdida de valor de los activos por efectos de utilización, esto hace que deba preverse el reemplazo de los mismos, una vez que su utilización deje de ser económicamente conveniente para los intereses de la empresa.

**Tabla 59.-** Depreciación de activos fijos

Descripción	Valor	Vida Útil	% Dep.	Dep. Anual	Valor Residual
Presupuesto de obra	\$38.750,00	20 años	5%	\$1.937,50	\$19.375,00
Equipo	\$11.525,00	10 años	10%	\$1.152,5	-
Vajilla	\$370,00	5 años	10%	\$37,00	\$185
Muebles para el servicio	\$4.180,00	5 años	10%	\$418,00	-
Equipos de oficina	\$4.998,00	3 años	33%	\$1.649,34	\$4.948,02
Muebles y enseres	\$2.460,00	10 años	10%	\$246,00	-
Juegos recreacionales	\$12.960,00	5 años	10%	\$1296,00	\$6480
<b>Total</b>					<b>\$30.988,02</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

## 5.18 COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

### 5.18.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Estos costos están dados por los valores que fueron necesarios para incurrir para la obtención de una unidad de costo, se incorporan en el producto y quedan capitalizados en los inventarios hasta que se vendan los productos.

**Tabla 60.- Costos de producción**

Detalle	Valor Mensual	Valor Parcial
Materia prima directa	1.373,35	\$16.480,20
Mano de obra directa	1.838,67	\$22.064,00
Energía eléctrica	58,33	\$700,00
Agua potable	41,67	\$500,00
Teléfono	12,5	\$150,00
Mantenimiento General	787,42	\$9.449,00
Mantenimiento piscina	181,00	\$2.172,00
Depreciación Anual	2582,34	\$30.988,02
<b>Total</b>	<b>\$6.875,34</b>	<b>\$82.503,22</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

## 5.19 COSTOS OPERATIVOS

### 5.19.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos comprenden todas las erogaciones correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como son: teléfono, útiles de oficina, útiles de aseo y arriendo de local y otros imprevistos, y por último lo que corresponde a la amortización de los activos diferidos.

#### **Sueldos y salarios**

Es el pago que los empleados reciben por su trabajo, antes de deducir sus contribuciones a la seguridad social, impuestos y otros conceptos análogos.

#### **Servicios básicos**

Los servicios, en un centro poblado, barrio o ciudad son las obras de infraestructuras necesarias para una vida saludable.

#### **Útiles de oficina**

Son aquellos implementos que permiten el correcto funcionamiento de una empresa. Se estima que para materiales de oficina.

### Útiles de aseo

Son aquellos implementos que sirven para la limpieza de la empresa y como implementos de aseo personal de quienes lo integran la misma; y de esta manera dar una buena imagen tanto interna como externa.

**Tabla 61.- Costos operativos**

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Aportes y decimos unificados</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total anual</b>
Gerente	\$637,24	\$ 85,94	\$723,18	\$8.678,12
Asesoría Jurídica	\$637,24	\$85,94	\$723,18	\$8.678,12
Secretaria	\$394,00	\$65,67	\$459,67	\$5.516,00
Jefe de Piso	\$405,61	\$66,63	\$472,24	\$5.666,93
Jefe Financiero	\$637,24	\$85,94	\$723,18	\$8.678,12
Servicios básicos			\$58,00	\$696,00
Útiles de oficina			\$150,00	\$1.800,00
Útiles de aseo			\$432,33	\$5.188,00
<b>Total:</b>			<b>\$4.661,12</b>	<b>\$44.901,29</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

## 5.20 GASTOS DE VENTAS

### Sueldos y salarios

Es el pago que los empleados reciben por su trabajo, antes de deducir sus contribuciones a la seguridad social, impuestos y otros conceptos análogos.

### Útiles de oficina

Son aquellos implementos que permiten el correcto funcionamiento de una empresa.

**Tabla 62.- Gastos de ventas**

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Aportes y decimos unificados</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total anual</b>
Ventas	\$394,00	\$65,67	\$459,67	\$5.516,00
Marketing	\$394,00	\$65,67	\$459,67	\$5.516,00
Útiles de oficina			\$150,00	\$1.800,00
<b>Total:</b>			<b>\$1.069,34</b>	<b>\$12.832,00</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.20.1 PUBLICIDAD

Es una herramienta del Marketing, que en el presente proyecto permitirá a la ciudadanía conocer sobre el nuevo centro y los servicios que brindará.

**Tabla 63.-** Publicidad

Cantidad	Detalle	Valor mensual	Valor Anual
3000	Hojas volantes	\$60,00	\$720,00
40	Cuñas radiales	\$80,00	\$960,00
3	Gigantografía	\$50,00	\$600,00
20	Spots publicitarios	\$140,00	\$1680,00
Total:		<b>\$330,00</b>	<b>\$3.960,00</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.20.2 RESUMEN DE LA INVERSIÓN

El resumen de la inversión está reflejado por los costos de producción, gastos administrativos y gastos de ventas, que se reflejan en el siguiente cuadro:

**Tabla 64.-** Resumen de presupuestos

Detalle	Valor Parcial
<b>Activos fijos</b>	
Terreno	\$40.000,00
Construcción	\$38.750,00
Equipos	\$11.525,00
Vajilla	\$370,00
Muebles para el servicio	\$4.180,00
Equipo de oficina	\$4.998,00
Muebles y enseres	\$2.460,00
Juegos recreacionales	\$12.960,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$115.243,00</b>
<b>Activos diferidos</b>	
Patentes	\$70,00
Estudios preliminares	\$3.000,00
Permisos de funcionamiento	\$200,00
Conformación del Complejo	\$500,00
Línea telefónica	\$60,00
<b>Total, Activos diferidos</b>	<b>\$3.830,00</b>

<b>Capital de trabajo</b>	
Materia Prima Directa	\$16.480,20
Mano de obra Directa	\$22.064,00
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>\$38.544,20</b>
<b>Costos Indirectos</b>	
Servicios básicos	\$1.350,00
Herramientas y mantenimiento	\$2.149,00
Insumos para la piscina (valor anual)	\$2.172,00
<b>Total, costos indirectos</b>	<b>\$5.671,00</b>
<b>Costos operativos</b>	
Gastos Administrativos	\$44.901,29
Gastos de venta	\$12.832,00
Publicidad	\$3.960,00
<b>Total costos operativos</b>	<b>\$61.693,29</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>\$224.981,49</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

## 5.21 FINANCIAMIENTO

El presente proyecto requerirá de una inversión de \$224.981,49, monto que será financiado el 53,33% mediante un crédito a la CFN y el 46,67% será financiado por aporte de los socios.

Conocido el monto de la inversión es necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

**a) Financiamiento Interno:** El financiamiento interno para la constitución de la nueva empresa será por parte de los socios, que representa el 46,67% del monto total de la inversión, siendo el valor de \$105.000,49.

**b) Financiamiento Externo:** Para financiar el monto de la inversión se estima conveniente acceder a un crédito de \$119.981,00 en la CFN, con un plazo de 15 años y una tasa del 10% anual.

**Tabla 65.- Financiamiento**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Capital interno	\$105.000,49	46,67%
Capital externo	\$119.981,00	53,33%
<b>Total:</b>	<b>\$224.981,49</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.21.1 GASTOS FINANCIEROS

Rubros ocasionados por la utilización del dinero proporcionado en calidad de préstamo, comisiones bancarias, etc.

**Tabla 66.- Datos**

<b>Valor del préstamo</b>	
<b>Valor</b>	\$119.981,00
<b>Intereses</b>	8,95% anual
<b>Plazo</b>	15 años (180 meses)

Elaborado por: Freddy Cunuhay

**Tabla 67.- Amortización de Capital**

<b>Número Cuota</b>	<b>Interés (Gastos Financieros)</b>	<b>Capital</b>	<b>Saldo Capital</b>
<b>0</b>			\$119.981,00
<b>1</b>	\$10.738,30	\$14.840,80	\$115.878,50
<b>2</b>	\$10.371,13	\$14.840,80	\$111.408,82
<b>3</b>	\$9.971,09	\$14.840,80	\$106.539,11
<b>4</b>	\$9.535,25	\$14.840,80	\$101.233,56
<b>5</b>	\$9.060,40	\$14.840,80	\$95.453,16
<b>6</b>	\$8.543,06	\$14.840,80	\$89.155,41
<b>7</b>	\$7.979,41	\$14.840,80	\$82.294,02
<b>8</b>	\$7.365,31	\$14.840,80	\$74.818,53
<b>9</b>	\$6.696,26	\$14.840,80	\$66.673,99
<b>10</b>	\$5.967,32	\$14.840,80	\$57.800,51
<b>11</b>	\$5.173,15	\$14.840,80	\$48.132,86
<b>12</b>	\$4.307,89	\$14.840,80	\$37.599,94
<b>13</b>	\$3.365,19	\$14.840,80	\$26.124,34
<b>14</b>	\$2.338,13	\$14.840,80	\$13.621,66
<b>15</b>	\$1.219,14	\$13.621,66	\$0,00
<b>TOTAL</b>	\$102.631,03	\$221.392,86	\$0,00

Fuente: CFN (Corporación Financiera Nacional)

Elaborado por: Freddy Cunuhay



**Tabla 68.- Gastos Financieros**

Descripción	Años														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Intereses	\$10.738,3 0	\$10.371,1 3	\$9.971,0 9	\$9.535,2 5	\$9.060,4 0	\$8.543,0 6	\$7.979,4 1	\$7.365,3 1	\$6.696,2 6	\$5.967,3 2	\$5.173,1 5	\$4.307,8 9	\$3.365,1 9	\$2.338,1 3	\$1.219,1 4

**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

## 5.22 OTROS GASTOS

Dentro de este rubro se consideran a la amortización de activos diferidos ya que este rubro no significa egreso o salida de dinero en efectivo, sino que se va amortizando año a año de acuerdo a lo que establece la ley que es de 5 años.

**Tabla 69.- Amortización Activos Diferidos**

Descripción	Total	Amortización 5 años
Activo Diferido	\$3.830,00	766,00

Elaborado por: Freddy Cunuhay

**Tabla 70.- Amortización de Capital**

Descripción	Años														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Activo Diferido	766,00	766,00	766,00	766,00	766,00	766,00	766,00	766,00	766,00	766,00	766,00	766,00	766,00	766,00	766,00
Amortización Capital	4.102,50	4.469,68	4.869,71	5.305,55	5.780,40	6.297,74	6.861,39	7.475,49	8.144,54	8.873,48	9.667,66	10.532,91	11.475,61	12.502,67	12.402,52
Total	4.868,50	5.235,68	5.635,71	6.071,55	6.546,40	7.063,74	7.627,39	8.241,49	8.910,54	9.639,48	10.433,66	11.298,91	12.241,61	13.268,67	13.168,52

**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

**Tabla 71.- Resumen gastos**

<b>Gastos financieros</b>	
<b>Costos de producción</b>	\$82.503,22
<b>Gastos Administrativos</b>	\$44.901,29
<b>Gastos de venta</b>	\$16.522,00
<b>Gastos financieros</b>	\$10.738,30
<b>Otros gastos</b>	\$4.868,50
<b>Total</b>	<b>\$159.533,31</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.23 COSTO TOTAL DE SERVICIO

La determinación del costo constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos entre los que tenemos el costo de fabricación, los gastos administrativos, gasto financiero, gasto de ventas y otros gastos.

$$\text{Costo total} = CP + GA + GV + GF + OG$$

$$CTP = 82.503,22 + 44.901,29 + 16.522,00 + 10.738,30 + 4.868,50$$

$$CTP = \$159.533,31$$

### 5.24 COSTOS DE ALIMENTACIÓN

**Table 72.- Costos de Producción**

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
Materia Prima Directa	\$16.480,20
Mano de obra Directa	\$22.064,00
<b>Total</b>	<b>\$38.544,20</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.25 COSTOS DE SERVICIO

Una vez realizado el estudio se presenta el proyecto para su evolución de acuerdo a la propuesta realizada y para su respectiva defensa.

**Tabla 73.- Costo del servicio**

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
<b>Costos de producción</b>	\$44.901,29
<b>Costos de operación</b>	\$22.064,00
<b>Total</b>	<b>\$66.965,29</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

**Tabla 74.- Costo por persona**

Total del servicio	# Visitantes	Valor Total	Valor para Ingreso
\$66.965,29	32.292	\$2,07	\$3,50

Elaborado por: Freddy Cunuhay

$$x = \frac{66.965,29}{32.292} = 2,07 \text{ --- --> } \$3,50 \text{ Valor para Ingreso}$$

**Tabla 75.- Costo Alimentación**

Detalle	Costo
Costos de alimentación	\$37.564,08
Costo operativo	\$44.901,29
<b>Total</b>	<b>\$82.465,37</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

**Tabla 76.- Costo por plato**

Costo de alimentación	# Platos al año	Costo Total	Promedio de cada plato
\$82.465,37	43.420	\$2,55	\$3,50

Elaborado por: Freddy Cunuhay

$$x = \frac{82.465,37}{43.420} = \$2,55 \approx \$3,00 \text{ --- --> Precio aproximado de cada plato}$$

## 5.26 COSTO UNITARIO DEL SERVICIO

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario del servicio, para ello se realiza el costo total con el número de unidades para el servicio durante el periodo:

$$CUP = \frac{\text{Costo total}}{\text{Unidades de servicio}}$$
$$CUP = \frac{66.965,29}{32.292}$$
$$CUP = \$2,07$$

## 5.27 DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Está conformado por los ingresos que generará la venta del producto, el mismo que se obtiene multiplicando las unidades producidas por el precio de venta al público asignado, obteniendo los siguientes resultados.

**Tabla 77.- Ingreso por entrada a 5 años**

<b>Años</b>	<b>Costo total de servicio</b>	<b>Unidad promedio</b>	<b>C.U.P</b>	<b>PU/VTA</b>	<b>Ingresos Totales</b>
<b>1</b>	66.965,29	32.292	2,07	3,50	138.618,00
<b>2</b>	70.273,29	32.292	2,17	3,50	152.493,04
<b>3</b>	73.581,29	32.292	2,27	4,00	167.029,53
<b>4</b>	76.889,29	32.292	2,37	4,00	182.227,62
<b>5</b>	80.197,29	32.292	2,47	5,00	198.087,31

Elaborado por: Freddy Cunuhay

**Tabla 78.- Ingreso del restaurant a 5 años**

<b>Años</b>	<b>Costo total de servicio</b>	<b>Unidad promedio</b>	<b>C.U.P</b>	<b>PU/VTA</b>	<b>Ingresos Totales</b>
<b>1</b>	82.465,37	43.420	2,55	3,50	210.286,70
<b>2</b>	86.807,37	43.420	2,65	3,50	230.039,53
<b>3</b>	91.149,37	43.420	2,75	4,00	250.660,77
<b>4</b>	95.491,37	43.420	2,85	4,00	272.150,41
<b>5</b>	99.833,37	43.420	2,95	5,00	294.508,44

Elaborado por: Freddy Cunuhay

## 5.28 PRESUPUESTO PROYECTADO A 5 AÑOS

Tabla 79.- *Presupuesto Proyectado*

Detalle	1er Año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
<b>Costos de producción</b>					
Materia Prima Directa	16.480,20	18.480,20	20.480,20	22.480,20	24.480,20
Mano de obra Directa	22.064,00	22.723,88	24.723,88	26.723,20	28.723,23
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>38.544,20</b>	<b>41.204,08</b>	<b>45.204,08</b>	<b>49.203,40</b>	<b>53.203,43</b>
<b>Costos Indirectos</b>					
Servicios básicos	1.350,00	1.450,00	1.550,00	1.650,00	1.750,00
Herramientas y mantenimiento	2.149,00	2.249,00	2.349,00	2.449,00	2.549,00
Insumos para la piscina (valor anual)	2.172,00	2.272,00	2.372,00	2.472,00	2.572,00
Depreciación Anual	30.988,02	30.988,02	30.988,02	30.988,02	30.988,02
<b>Total, costos indirectos</b>	<b>36.659,02</b>	<b>36.959,02</b>	<b>37.259,02</b>	<b>37.559,02</b>	<b>37.849,02</b>
<b>Total Costo de producción</b>	<b>75.203,22</b>	<b>79.503,22</b>	<b>83.803,22</b>	<b>88.103,22</b>	<b>92.393,22</b>
<b>Costos operativos</b>					
Gastos Administrativos	44.901,29	41.260,64	43.260,64	45.260,64	47.260,64
Gastos de venta	16.522,00	12.970,52	14.970,52	16.970,52	18.970,52

<b>Gastos financieros</b>					
<b>Intereses</b>	10.738,30	10.371,13	9.971,09	9.535,25	9.060,40
<b>Otros gastos</b>	4.868,50	5.235,68	5.635,71	6.071,55	6.546,40
<b>Total Gastos Operativos</b>	<b>77.030,09</b>	<b>69.837,97</b>	<b>73.837,96</b>	<b>77.837,96</b>	<b>81.837,96</b>
<b>Total Costos de producción</b>	<b>190.777,51</b>	<b>191.885,39</b>	<b>204.185,38</b>	<b>216.485,38</b>	<b>228.775,38</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay



## 5.29 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos.

**Tabla 80.- Estado de pérdidas y ganancias**

Detalle	1er Año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
<b>Ingresos</b>					
(+) Ingresos Totales	348.904,70	348.904,70	382.532,57	382.532,57	417.690,30
<b>Egresos</b>					
(-) Costos de producción	75.203,22	79.503,22	83.803,22	88.103,22	92.393,22
(=) Utilidad Operativa	273.701,48	269.401,48	298.729,35	294.429,35	325.297,08
(-) Costos operativos	77.030,09	69.837,97	73.837,96	77.837,96	81.837,96
(=) Utilidad Antes del 15% Part. Trab.	196.671,39	199.563,51	224.891,39	216.591,39	243.459,12
(-) 15% Participación Trabajadores	29500,71	29934,53	33733,71	32488,71	36518,87
(=) Utilidad antes del Impuesto a la renta	167.170,68	169.628,98	191.157,68	184.102,68	206.940,25
(-) Impuesto a la renta 12%	20060,48	20355,48	22938,92	22092,32	24832,83
(=) Utilidad Neta	147.110,20	149.273,51	168.218,76	162.010,36	182.107,42

(-) 10% Reserva legal	14711,02	14927,35	16821,88	16201,04	18210,74
<b>Utilidad líquida</b>	<b>132.399,18</b>	<b>134.346,15</b>	<b>151.396,88</b>	<b>145.809,32</b>	<b>163.896,68</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.30 CLASIFICACIÓN DE COSTOS

Tabla 81.- Clasificación de costos

Detalle	1er Año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
<b>Costos Variables</b>					
Materia prima directa	16.480,20	18.480,20	20.480,20	22.480,20	24.480,20
Mano de obra	22.064,00	22.723,88	24.723,88	26.723,20	28.723,23
Servicios básicos	1.350,00	1.450,00	1.550,00	1.650,00	1.750,00
<b>Total Costos Variables</b>	<b>39.894,20</b>	<b>42.654,08</b>	<b>46.754,08</b>	<b>50.853,40</b>	<b>54.953,43</b>
<b>Costos fijos</b>					
Herramientas y mantenimiento	2.149,00	2.249,00	2.349,00	2.449,00	2.549,00
Insumos para la piscina (valor anual)	2.172,00	2.272,00	2.372,00	2.472,00	2.572,00
Gastos Administrativos	44.901,29	41.260,64	43.260,64	45.260,64	47.260,64
Depreciación Anual	30.988,02	30.988,02	30.988,02	30.988,02	30.988,02
Intereses	10.738,30	10.371,13	9.971,09	9.535,25	9.060,40
Amortización Total	4.868,50	5.235,68	5.635,71	6.071,55	6.546,40

<b>Total costos fijos</b>	95.817,11	92.376,47	94.576,46	96.776,46	98.976,46
<b>Costo Total</b>	<b>135.711,31</b>	<b>135.030,55</b>	<b>141.330,54</b>	<b>147.629,86</b>	<b>153.929,89</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

### 5.30 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

En todo momento y circunstancia, la gestión directiva empresarial no puede ni debe dejar que las cosas se den por inercia, debe utilizar métodos específicos y adecuados para anticipar resultados y sobre esa base tomar decisiones que le permitan acercarse a conseguir los resultados esperados; uno de esos métodos es el punto de equilibrio.

Este método permite combinar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o pérdidas a diferentes niveles de operación, por lo cual se constituye en una herramienta adecuada para la toma de decisiones.

El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos, este análisis sirve básicamente para:

1. Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.
2. Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia.
3. Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

#### 5.30.1 EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{(CVT)}{VT}}$$

Donde:

*PE = Punto de equilibrio*

*CFT = Costo Fijo Total = 95.817,11*

*1 = constante matemática*

*CVT = Costo Variable Total*

*= 39.894,20*

*VT = Ventas Totales = 348.904,70*

$$PE = \frac{95.817,11}{1 - \left(\frac{39.894,20}{348.904,70}\right)}$$

$$PE = \frac{95.871,08}{1 - 0,11}$$

$$PE = \frac{95.871,08}{0,89}$$

$$PE = 107.720,32$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas \$107.720,32 no obtiene ganancia ni pérdida.

### 5.30.2 EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = \left( \frac{CFT}{VT - CVT} \right) * 100$$
$$PE = \left( \frac{95.817,11}{348.904,70 - 39.894,20} \right) * 100$$
$$PE = \left( \frac{95.817,11}{309.020,50} \right) * 100$$
$$PE = 31,02\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el 31,02% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

### 5.30.3 EN FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que con su venta se cubran los gastos.

$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

Donde:

*PVu = Precio Venta Unitario*

*CVu = Costo Variable Unitario*

$$CVu = \frac{CVT}{\text{No de unidades producidas}}$$

*CVT = Costo Variable Total*

*VT = Ventas Totales*

$$CVu = \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$CVu = \frac{39.894,20}{32.292}$$

$$CVu = 1,24$$

$$PE = \frac{95.817,11}{3,50 - 1,24}$$

$$PE = \frac{95.817,11}{2,26}$$

$$PE = 42.396,95$$

A continuación, se detalla los ingresos a través del punto de equilibrio calculado

**Tabla 82.- Ingresos Totales**

<b>Detalle</b>	<b>1er Año</b>	<b>2do Año</b>	<b>3er Año</b>	<b>4to Año</b>	<b>5to Año</b>
Ingresos	348.904,70	348.904,70	382.532,57	382.532,57	417.690,30
PE Ventas: PE \$	107.720,32	107.720,32	116.063,18	120.536,16	122.212,43
PE Capacidad Instalada: PE %	31,02%%	31,02%	38,52%	39,70%	31,34%
PE Producción	42.396,95	42.396,95	42.707,23	43.309,51	43.911,83

**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

### **5.31 FLUJO DE CAJA**

“Representa el movimiento neto de caja durante cierto periodo que generalmente es de un año, permitiendo cubrir todos requerimientos de efectivo para el proyecto. Es importante recalcar que para la determinación del Flujo Neto de Caja se debe considerar solamente los ingresos reales y eficientes, es decir aquello que se producen por movimiento de dinero entre la empresa y el exterior.”  
(ROSEMBERG, 2005)

**Tabla 83.- Flujo de Caja**

Detalle	Año inicial	1er Año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
<b>Ingresos</b>						
Ventas		348.904,70	348.904,70	382.532,57	382.532,57	417.690,30
Crédito CFN	119.981,00					
Capital propio	105.000,49					
<b>Total ingresos</b>	<b>224.981,49</b>	<b>348.904,70</b>	<b>348.904,70</b>	<b>382.532,57</b>	<b>382.532,57</b>	<b>417.690,30</b>
<b>Egresos</b>						
<b>Activos Fijos</b>	115.243,00					
<b>Activo diferido</b>	19.260,60					
<b>Activo circulante</b>	90.477,89					
<b>Presupuesto de operación</b>		<b>190.777,51</b>	<b>191.885,39</b>	<b>204.185,38</b>	<b>216.485,38</b>	<b>228.775,38</b>
<b>Depreciación y Amortización de Activos diferidos</b>		34.336,36	34.336,36	34.336,36	34.336,36	34.336,36
<b>15% Utilidad a los trabajadores</b>		29500,71	29934,53	33733,71	32488,71	36518,87
<b>12% impuesto a la renta</b>		20060,48	20355,48	22938,92	22092,32	24832,83
<b>Amortización de capital</b>		4.868,50	5.235,68	5.635,71	6.071,55	6.546,40
<b>Total egresos</b>	224.981,49	279.543,56	281.747,44	300.830,08	311.474,32	331.009,84
<b>Flujo de caja</b>	<b>0,00</b>	<b>69.361,14</b>	<b>67.157,26</b>	<b>81.702,49</b>	<b>71.058,25</b>	<b>86.680,46</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay



### 5.32 VALOR ACTUAL NETO

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos a través de la vida útil del proyecto. En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontar una tasa de interés pagada por beneficiarse del préstamo a obtener.

Actualizando los valores se debe decidir la aceptación o rechazo del proyecto bajo los siguientes fundamentos:

- a.- Si el VAN es positivo se acepta la inversión
- b.- Si el VAN es igual a cero la decisión de invertir in indiferente
- c.- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión

La fórmula del Valor Actual Neto es:

**Tabla 84 .- Valor Actual Neto**

Años	Flujo Neto	Factor Activo (16%)	Valor Actualizado
0	224.981,49		
1	69.361,14	0,86206897	59.794,09
2	67.157,26	0,74316290	49.908,78
3	81.702,49	0,64065767	52.343,33
4	71.058,25	0,55229110	39.244,84
5	86.680,46	0,47611302	41.269,70
<b>Valor Total</b>			242.560,73
			224.981,49
<b>VAN</b>			<b>17.579,24</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

$$VAN = \sum VAN - INVERSIÓN$$

$$VAN = \sum 242.560,73 - 224.981,49$$

$$VAN = 17.579,24$$

ANALISIS: En este caso el VAN es positivo y mayor a 1, por tal razón es conveniente invertir en dicho proyecto.

### 5.33 TASA INTERNA DE RETORNO

Se define como la tasa de descuento o tipo de interés que iguala el VAN a cero, es decir, se efectúan tanteos con diferentes tasas de descuento consecutivas hasta que el VAN sea cercano o igual a cero y obtengamos un VAN positivo y uno negativo.

**Si TIR es >** que el costo oportunidad o de capital, se acepte el proyecto.

**Si TIR es =** que el costo de oportunidad a de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.

**Si TIR es <** que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

**Tabla 85.- Tasa Interna de Retorno**

Años	Flujo Neto	Actualización			
		Factor activo (34%)	VAN Menor	Factor Activo (35%)	VAN Mayor
0	-224.981,49		-224.981,49		-224.981,49
1	69.361,14	0,746269	51.762,07	0,740741	51.378,64
2	67.157,26	0,556917	37.401,02	0,548697	36.848,99
3	81.702,49	0,415610	33.956,37	0,406442	33.207,32
4	71.058,25	0,310156	22.039,14	0,301068	21.393,37
5	86.680,46	0,231460	20.063,06	0,223014	19.330,96

Elaborado por: Freddy Cunuhay

La ecuación que permite calcular la TIR es la siguiente:

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ Mayor} \right)$$

$$TIR = 34 + 1 \left( \frac{20.063,06}{20.063,06 - 19.330,96} \right)$$

$$TIR = 34 + 1 \left( \frac{20.063,06}{732,10} \right)$$

$$TIR = 34 + 1(27,40)$$

$$TIR = 61,40\%$$

En este caso la TIR 61,40%, es mayor que el costo de oportunidad del capital 16%, ello demuestra que la inversión ofrece un alto rendimiento y por tanto debe ejecutarse.

### **5.34 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto. Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos. Cuando en un proyecto afectan estas variaciones es sensible el proyecto. Cuando se dan condiciones viceversa no es sensible el proyecto.

**Tabla 86.- Análisis de Sensibilidad con el incremento del 22,82%**

Años	Costo total	Costo total original (22,82%)	Ingresos Origina	Actualización				
				Flujo Neto	Factor Act. (26%)	Valor Actual	Factor Act. (27%)	Valor Actual
<b>0</b>						-224.981,49		-224.981,49
<b>1</b>	190.777,51	234.312,94	348.904,70	114.591,76	0,79365	90.945,75	0,78740	90.229,55
<b>2</b>	191.885,39	235.673,64	348.904,70	113.231,06	0,62988	71.321,98	0,62000	70.203,26
<b>3</b>	204.185,38	250.780,48	382.532,57	131.752,09	0,49991	65.864,19	0,48819	64.320,05
<b>4</b>	216.485,38	265.887,34	382.532,57	116.645,23	0,39675	46.278,99	0,38440	44.838,42
<b>5</b>	228.775,38	280.981,92	417.690,30	136.708,38	0,31488	43.046,73	0,30268	41.378,89

**Elaborado por:** Freddy Cunuhay

#### 5.34.1 SE OBTIENE LA NUEVA TASA INTERNA DE RETORNO

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ Mayor} \right)$$

$$TIR = 26 + 1 \left( \frac{43.046,73}{43.046,73 - 41.378,89} \right)$$

$$TIR = 26 + 1 \left( \frac{43.046,73}{1.667,84} \right)$$

$$TIR = 51,81\%$$

#### 5.34.2 SE ENCUENTRA LA TASA INTERNA DE RETORNO RESULTANTE

$$TIRR = TIRO - N.TIR$$

$$TIRR = 61,40 - 51,81$$

$$TIRR = 9,59\%$$

#### 5.34.3 SE CALCULA EL PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%V = \left( \frac{TIRR}{TIRO} \right) * 100$$

$$\%V = \left( \frac{9,59}{61,40} \right) * 100$$

$$\%V = 15,62\%$$

#### 5.34.4 SE CALCULA EL VALOR DE SENSIBILIDAD

$$S = \frac{\%V}{N.TIR}$$

$$S = \frac{15,62}{51,81}$$

$$S = 0,3\%$$

En el presente caso se considera que, el porcentaje máximo de incremento en costos es 16%, en razón de que este porcentaje permite obtener flujos netos positivos.

#### 5.35 RELACIÓN COSTO – BENEFICIO

El indicador financiero beneficio – costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

Si la relación ingresos/egresos es = 1 el proyecto es indiferente.

Si la relación es > 1 el proyecto es rentable.

Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable.

**Tabla 87.- Relación Costo Beneficio**

Años	Actualización costo total			Actualización Ingresos		
	Costo Total Original	Factor Act (16%)	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor Act. (16%)	Ingreso Actualizado
1	190.777,51	0,8621	164.469,29	348.904,70	0,8621	300.790,74
2	191.885,39	0,7432	142.609,22	348.904,70	0,7432	259.305,97
3	204.185,38	0,6407	130.821,57	382.532,57	0,6407	245.088,62
4	216.485,38	0,5523	119.564,88	382.532,57	0,5523	211.272,74
5	228.775,38	0,4761	108.919,96	417.690,30	0,4761	198.862,35
			<b>666.384,92</b>			<b>1.215.320,42</b>

Elaborado por: Freddy Cunuhay

$$RBC = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}} - 1$$

$$RBC = \frac{1.215.320,42}{666.384,92} - 1$$

$$RBC = 1,82 - 1$$

$$RBC = 0,82$$

En la relación beneficio costo podemos determinar que por cada dólar invertido se ganarán 82 ctvs.

## 6. CONCLUSIONES

- ✓ Después de haber finalizado el trabajo de investigación, se ha podido llegar a las siguientes conclusiones.
- ✓ Se ha diseñado el presente proyecto a fin de fomentar la valoración turística y aportar con el desarrollo socioeconómico y cultural de la sociedad, el nombre del proyecto es Centro Turístico "WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)" Asoc. Ltda. En la parroquia Zumbahua,
- ✓ En el capítulo I, II, III, se habla sobre los conceptos básicos de una administración de empresas como es el caso del proyecto presentado.
- ✓ En el capítulo IV, se demuestra con valores estadísticos el alcance del proyecto, así también se puede concluir la estrategia de un marco legal, el funcionamiento mediante organigramas de la parte administrativa para la implementación de la empresa.

- ✓ En el capítulo V se obtienen los resultados del financiamiento a través de la banca ecuatoriana y el aporte de los socios, también se detalla la proyección a 5 años, a fin de realizar los ajustes necesarios en la ejecución del proyecto para de evitar pérdidas a la empresa.

## **7. RECOMENDACIONES**

- ✓ Al término del presente trabajo de investigación se cree prudente realizar las siguientes recomendaciones:
- ✓ Con el desarrollo del proyecto se logra involucrar a un gran sector de la parroquia Zumbahua, el cual permitió detectar las posibilidades de inversión son grandes; ya que existe una alta demanda.
- ✓ La parroquia Zumbahua no cuenta con un centro turístico y recreacional, por lo que se recomienda ejecutar el proyecto.
- ✓ Desde el punto de vista técnico, el proyecto es viable, dado que se cuenta con los equipos, materiales, insumos y personal necesarios para brindar un servicio de calidad.
- ✓ Para el lanzamiento del presente proyecto se tiene que planificar adecuadamente como se realizará la introducción del mismo, esto por ser un servicio nuevo en el mercado.
- ✓ La factibilidad de este proyecto es recomendable, pues las condiciones de mercado, técnicas, para que los inversionistas inviertan su capital de una forma segura administrativa, legal económicas y financiera así se lo ha demostrado.
- ✓ Para realizar un financiamiento con la banca se debe analizar los beneficios como el tiempo de gracia, el interés y el tiempo a ser cancelado en su totalidad.

## **8. BIBLIOGRAFÍA**

Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador Urbina G. (2001). Evaluación de Proyectos. Libro de Mc Graw Hill. 4ta Edición.

MIRANDA J. (2001). Gestión de Proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social y ambiental, Cuarta Edición, M&M Editores.

GUTIÉRREZ A. (2005). Los Estudios Financieros y su Análisis, Editorial Sáenz Tercera Edición Colombia.

HERNÁNDEZ H. Formulación y evaluación de Proyectos de inversión, Cuarta Edición.

RICAURTE Q. (2009). Manual para el Diagnóstico Turístico Local. Guayaquil: ESPOL.

LUQUE Y. (2007). Turismo. UNIDAD EDUCATIVA INSTITUTO EDUCATIVO METROPOLITANO. Caracas.

PASACA M. (2004). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Loja .

SANIN A. Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Proyectos. Programa de Inversión Social Local. (PROINSOL): Fondo de Inversión Social de Venezuela.

VARELA R. Evaluación Económica de Alternativas Operacionales y Proyectos de Inversión. Editorial Norma.

SAPAG C. (2007) Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación”, 2da Edición, Chile, Pearson Educación.

### **SITIOS WEB**

Buen vivir Plan Nacional (2013-2017), edición aprobada por el consejo por el consejo Nacional de Planificación, recuperado el 11 de septiembre del 2017 de: [https://www.unicef.org/ecuador/Plan\\_Nacional\\_Buen\\_Vivir\\_2013-2017.pdf](https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf)

Apuntes de preparación y evaluación de proyectos (2014), ESTUDIO DE MERCADO (Parte III): IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO, recuperado del 12 de octubre del 2018 de : <http://preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2009/01/estudio-de-mercado-parte-iii.html>

De Proyecto en Proyecto (2006), El estudio técnico, el siguiente paso para determinar la factibilidad de un proyecto de inversión, recuperado el 04 de octubre del 2018 de: <http://deproyectoenproyecto.blogspot.com/2010/08/el-estudio-tecnico-el-siguiente-paso.html>

PYMES FUTURO (2006-2007), LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO, recuperado el 04 de octubre del 2018 de: <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>



# **9. ANEXOS**

# **9.1 Anexo “A”**

**ENCUESTA 1**

Sr(a) (ita), soy estudiante del INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “JAPON”, y estoy realizando una investigación de complejos turísticos y la calidad de servicio que ofrecen, con el propósito de determinar la factibilidad de crear un complejo recreacional turístico en la parroquia Zumbahua, es por ello que le pido llenar esta información de manera sincera ya que me ayudara mucho en la implementación de esta iniciativa.

1. ¿Concurre a centros turísticos de recreación familiar?
2. ¿Conoce algún complejo recreacional en la parroquia?
3. ¿Los servicios que brinda el complejo recreacional ofrecen son de calidad?
4. ¿Qué tipos de recreaciones deportivas tiene el complejo?
5. ¿Desearía tener en la parroquia un complejo recreacional con todos los servicios necesarios para distraer su mente?
6. ¿Desearía ver un tipo de complejo innovativo con mejores servicios y recreaciones deportivas?
7. Desearía tener un servicio de calidad en el complejo recreacional creado.
8. Le gustaría tener un servicio de turismo a las diferentes localidades de la parroquia.
9. Le gustaría tener un servicio de hoteles y restaurantes de primera calidad.
10. Cree Ud. Con la creación del complejo recreacional se evitará la migración de las personas.
11. Cree Ud. Con la creación del complejo recreacional se implementará la economía en ayuda a las personas de la parroquia.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## **9.2 Anexo “B”**

**ENCUESTA 2**

Sr(a) (ita), soy estudiante del INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “JAPON”, y estoy realizando una investigación de mercado con el propósito de determinar la factibilidad de crear un complejo recreacional turístico en la parroquia Zumbahua, es por ello que le pido llenar esta información de manera sincera ya que me ayudara mucho en la implementación de esta iniciativa.

1. Información General

1.1 Procedencia (País o Provincia) \_\_\_\_\_

1.2 Edad

- a. Menos de 15 años
- b. 15 – 24 años
- c. 25 -34 años
- d. 35 – 44 años
- e. 45 -65 años
- f. 66 años en adelante

1.3 Sexo M F

1.4 ¿Con que frecuencia viaja Ud?

- a. Una vez al año
- b. Más de una vez al año

1.5 ¿Con quién realiza sus viajes?

- a. Solo
- b. Familiares
- c. Amigos
- d. Otros Especifique \_\_\_\_\_

2. Aspectos de la visita

2.1 ¿Qué medio utiliza para encontrar destinos turísticos?

- a. Amigos
- b. Familiares
- c. Agencia de viajes
- d. Internet
- e. Otros Especifique \_\_\_\_\_

2.2 Transporte que utilizará

- a. Carro propio
- b. Carro rentado
- c. Transporte público
- d. Otros Especifique \_\_\_\_\_

2.3 Tipo de hospedaje que prefiere utilizar durante su visita

- a. Hotel
- b. Casas familiares
- c. Otros Especifique \_\_\_\_\_

2.4 Razones de la visita (Puede marcar más de una opción)

- a) Descanso
- b) Vida en familia
- c) Visita a comunidades
- d) Visita a rutas turísticas
- e) Caminatas
- f) Investigación

- g) Sedentarismo
- h) Observación
- i) Educación
- j) Otros Especifique\_\_\_\_\_

2.5 ¿Qué actividades realizaría durante su visita? (Puede elegir más de una opción)

- a) Senderismo
- b) Observación
- c) Actividades culturales
- d) Actividades agrícolas
- e) Caminatas
- f) Realizar deportes tradicionales
- g) Convivir con las familias
- h) Disfrutar de balnearios
- i) Otras Especifique\_\_\_\_\_

2.6 ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir aproximadamente en esta visita?

\_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## **9.3 Anexo “C”**

### **Base Legal**

## **BASE LEGAL**

### **ACTA CONSTITUTIVA DEL COMPLEJO TURÍSTICO VACACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)” EN LA PARROQUIA ZUMBABUA, CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI.**

En la parroquia Zumbahua, Provincia de Cotopaxi, a los doce días del mes de Octubre del 2018, por propia iniciativa, se reúnen personas naturales que gozan de todos los derechos y han decidido asociarse, dentro de una asociación de responsabilidad limitada, con fines de lucro, la que tendrá por objeto brindar a la ciudadanía en general el servicio de piscina, restaurant, áreas verdes, áreas de recreación, canchas deportivas en la parroquia Zumbahua, para solicitar la elaboración de la minuta constitutiva que a continuación se detalla:

### **MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”**,

Señor Notario:

Dígnese insertar el Libro de Registro de Compañías la minuta que a continuación detallo:

En la parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi, comparecieron el Sr. Freddy Cunuhay, Sr. Rodrigo Ante, Sr. Hugo Cunuhay, Sr. Washington Guaman, Sr. Rubén Cunuhay, Sr. Ernesto Guaman, Sr. Jairo Cunuhay, Sr. Diego Guanotuña, Sr. Ramiro Pallo, y Sra. Hilda Cunuhay, de nacionalidad, ecuatorianos, mayores de edad, capaces de contratar, quienes solicitaron se inscriba la minuta de constitución bajo las siguientes cláusulas:

**PRIMERO: CONSTITUCIÓN.** - Que actuando por sus propios derechos e intereses y bajo su responsabilidad acordaron reunirse para constituir el Complejo Turístico y Recreacional en la parroquia Zumbahua, de responsabilidad limitada, que por esta escritura se constituye, y operará bajo la razón social, “**WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)**”. Cuyo domicilio será la parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi.

**SEGUNDA: OBJETO SOCIAL.** - El objeto principal de la empresa será brindar el servicio de piscina, restaurante, áreas verdes, áreas de recreación, canchas deportivas.

**TERCERA: FORMALIDAD.** - La asociación llevará un libro de Registro de Socios, inscrito en la Cámara de Comercio del cantón Pujilí, y en la Súper Intendencia de



Compañías de la misma ciudad, en el que se anotarán el nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación, número de acciones y monto del capital aportado por cada socio, así como los embargos, gravámenes y cesiones que se hubieren efectuado, aun a través de la vía de liquidación o remate.

**CUARTA: ADMINISTRACIÓN.** - La dirección y administración de la sociedad estarán a cargo de los siguientes órganos: a) La Junta General de Accionistas y/o Socios, b) el Presidente, c) el Gerente.

La Junta General de socios la integrarán los socios reunidos con el quórum de por lo menos el 80% y bajo las demás condiciones establecidas en este Estatuto.

**QUINTA: FUNCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS.** - son las siguientes:

Estudiar y aprobar las reformas estatutarias.

Examinar, aprobar o corregir los Balances de fin de ejercicio y las cuentas rendidas por los administradores.

Disponer de las utilidades sociales conforme a lo previsto en la Ley y el presente Estatuto.

Elegir y remover libremente al Presidente y Gerente, así como fijar la remuneración del último; Elegir, remover libremente y fijar la remuneración que corresponda a los demás funcionarios de su elección; Conocer y aprobar los informes presentados por el Gerente en las reuniones ordinarias y cuando la misma Junta lo solicite; Constituir las reservas que deba hacer la sociedad y demostrar su inversión provisional; Resolver lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios; Decidir sobre el registro y exclusión de socios; Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores de los bienes sociales y el representante legal o contra cualquier otra persona que no hubiere cumplido sus obligaciones u ocasionado daños y perjuicios a la sociedad; Autorizar la solicitud de celebración de convenio provisorio facultativo; Constituir apoderados extrajudiciales, precisándoles sus facultades; y Las demás que le asigne la Ley y este Estatuto.

**SEXTA: DEL PRESIDENTE.** - La representación de la asociación estará a cargo del Gerente, quien la representará en todos los actos de tipo legal y financiero y cumplirá con las siguientes disposiciones a más de las que por Ley le corresponden:

Representará y rubricará las actividades legales

Convocará a Junta General de Socios, cuando las dos terceras partes así lo dispongan.

Dictará las políticas de la empresa, derivadas de la Junta de Accionistas

Firmará los desembolsos mayores de \$ 2.000,00 y hasta los \$ 5.000,00 dólares americanos.

**SEPTIMA: DEL GERENTE.** - Será el representante legal de la sociedad, y en caso de ausencia temporal y/o definitiva lo remplazará un delegado en representación de la Junta General de Socios, con idénticas atribuciones.

El Gerente tendrá facultades para ejecutar los actos y contratos acordes con la naturaleza de su encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios sociales. En especial, cumplirá las siguientes funciones:

a) Uso de la firma o razón social;

b) Designar al secretario de la asociación, que será también secretario de la Junta General de Socios.

c) Designar los demás empleados que requiera para el normal funcionamiento de la empresa y fijarles su remuneración, excepto cuando se trate de aquellos que por Ley o por el presente Estatuto deban ser designados por la Junta General de Accionistas.

d) Corresponde al secretario llevar los libros de Registro de Socios y de Actas de la Junta General, además, las funciones adicionales que le encomiende la misma Junta y el Gerente.

e) Presentar un informe de su gestión a la Junta General de socios en las reuniones ordinarias y efectuar un análisis del Balance General de fin de ejercicio con un proyecto de sugerencias para la distribución de utilidades.

**OCTAVA: REUNIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS.** - Las reuniones serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dentro de los tres primeros meses siguientes al vencimiento del ejercicio fiscal, previa convocatoria del Gerente, hecha mediante comunicación a través de un medio de comunicación escrito y dirigida a cada uno de los socios con ocho (8) días hábiles de anticipación. Si convocada la junta ésta no se reúne, o si la convocatoria no se hiciera con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer día hábil del cuarto mes del año en curso, en las oficinas de la administración del domicilio principal.

Las reuniones ordinarias tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía, analizar y aprobar las cuentas y Balances del último ejercicio, resolver sobre la distribución de utilidades previo informe de sugerencias del Gerente y acordar todas las providencias necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social.

Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la compañía así lo exijan, previa convocatoria del Presidente y Gerente y/o a solicitud de un número de socios representantes de por lo menos la cuarta parte de los integrantes del Capital Social.

**NOVENA: RESERVA LEGAL.** - La sociedad formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital social. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la sociedad deberá seguir aplicando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

La Junta General de Socios podrá constituir reservas ocasionales, siempre que tengan una destinación específica y estén debidamente justificadas.

Antes de formar cualquier reserva, se harán las apropiaciones necesarias para atender el pago de impuestos. Hechas las deducciones por este concepto y las reservas que acuerde la Junta General de Socios, incluida la reserva legal, el remanente de las utilidades líquidas se repartirá entre los socios en proporción al Capital aportado.

**DECIMA: CORTE DE CUENTAS.** - Anualmente, el 27 de diciembre, se cortarán las cuentas y se hará el Inventario y el Balance General de fin de ejercicio que, junto con el respectivo Estado de Pérdidas y Ganancias, el informe del Gerente y un proyecto de distribución de utilidades, se pondrá a consideración de la Junta General de Socios para su aprobación.

**DECIMA PRIMERA: CESIÓN DE CUOTAS.** - Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas de aportación, lo que implicará una reforma estatutaria que se hará por escritura pública, previa aprobación de la Junta de Socios y autorización de la Superintendencia de Compañías.

La escritura será otorgada por el representante legal de la compañía, el cedente y el cesionario. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás

socios a través del representante legal de la compañía, quien dará traslado por escrito para que dentro de los siguientes quince (30) días hábiles, manifiesten su interés en adquirirlas. El precio, plazo y demás condiciones de la sesión se expresarán en la oferta. Transcurrido este plazo, los socios que acepten la oferta tendrán derecho a tomarlas a prorrata de las cuotas que posean. Si los socios interesados en adquirir las cuotas no estuviesen de acuerdo respecto del precio o plazo; se designarán peritos, para su fijación, conforme al procedimiento legal, y serán obligatorios para las partes.

**DECIMA SEGUNDA: TÉRMINO.** - La sociedad durará por el término de cincuenta años (50 años), contados desde la fecha de inscripción de la presente escritura y se disolverá por las siguientes causas:

- a) Por vencimiento del término de su duración.
- b) Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuyo motivo constituye su objeto.
- c) Por incremento del número de socios máximo quince (15).
- d) Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria de la sociedad.

Disuelta la sociedad, se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma legal prevista. El nombre de la sociedad (o su razón social, según el caso), una vez disuelta, se adicionará con la expresión "en liquidación". Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatorio en las responsabilidades establecidas en la Ley.

**DECIMA TERCERA: LIQUIDACIÓN.** - La liquidación del Patrimonio Social se hará a través de un liquidador y/o su suplente, nombrado por la Junta General de Socios. El nombramiento se inscribirá en el Registro Mercantil. Si la Junta no nombra liquidador o liquidadores, la liquidación la hará la persona que figure inscrita como representante legal de la sociedad en el Registro Mercantil y será su suplente quien figure como tal en el mismo registro. No obstante, podrá hacerse la liquidación por los mismos socios, si así lo acuerdan ellos unánimemente. Quien administre bienes de la sociedad y sea designado liquidador no podrá ejercer el cargo sin que previamente se aprueben las cuentas de su gestión por la Junta General de Socios. Por tanto, si transcurridos treinta (30) días hábiles desde la fecha en que se designó liquidador, no se hubieren aprobado las mencionadas cuentas, se procederá a nombrar nuevo liquidador. El liquidador informará a los acreedores sociales del estado de liquidación en que se encuentra la sociedad,

una vez disuelta, mediante aviso que se publicará en un periódico de mayor circulación en el lugar del domicilio social y que se fijará en lugar visible de las oficinas y establecimientos de comercio en la Ciudad de Pujilí. Durante el período de liquidación la Junta General de socios se reunirá en las fechas indicadas en el Estatuto para las sesiones ordinarias y, así mismo, cuando sea convocada por los liquidadores (y por el revisor fiscal si los hubiere). El pago de las obligaciones sociales se hará observando las disposiciones legales sobre preferencia de créditos. Cuando haya obligaciones condicionales se hará una reserva adecuada en poder de los liquidadores para atender dichas obligaciones si llegaren a hacerse exigibles, y se distribuirá entre los socios, en caso contrario.

Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá el remanente de los activos sociales entre los socios a prorrata de sus aportes. La distribución se hará constar en acta en que se exprese el nombre de los socios, el valor de sus correspondientes cuotas y la suma de dinero o los bienes que reciba cada uno a título de liquidación.

**DECIMA QUINTA: ARBITRAJE.** - Toda diferencia o controversia relativa a este contrato y a su ejecución y liquidación, se resolverá por un tribunal de arbitraje designado por la oficina de sorteos de la Corte Suprema de Justicia de Latacunga, Provincia de Cotopaxi, mediante sorteo entre los árbitros inscritos en las listas que llevan dicha Corte.

Para constancia de lo actuado firman en unidad de acto, los involucrados.

f) Abogado: \_\_\_\_\_

f) Socios: \_\_\_\_\_

f) Notario: \_\_\_\_\_

## **9.4 Anexo “D”**

### **Manuales**

## **GERENCIA**

### **COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”**

<b>CODIGO</b>	A.01
<b>CARGO</b>	Gerente General
<b>DEPARTAMENTO</b>	Administración General
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Junta general de socios
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Bajo supervisión periódica realiza labores relacionadas con la aplicación e implantación de los subsistemas de Administración

### **FUNCIONES**

- ✓ Cumplir las disposiciones dadas por la junta general de socios e informar sobre la marcha de las mismas.
- ✓ Representar judicial y extra judicial a la empresa.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir la ley, estatutos y reglamentos de la empresa.
- ✓ Administrar la empresa con solvencia y dinamismo
- ✓ Convocar a reuniones para coordinar actividades de la empresa.

### **CARACTERISTICAS**

- ✓ Trabajo de alta complejidad y dificultad de desempeño, exige alto grado de iniciativa.
- ✓ Puede tener bajo su dependencia hasta tres niveles jerárquicos.
- ✓ El trabajo requiere alto grado de responsabilidad por el manejo de bienes e informaciones.
- ✓ Trabajo que implica relaciones de gran importancia.

### **REQUISITOS**

- ✓ Título de Ingeniera en Administración de Empresas
- ✓ Experiencia mínima un año
- ✓ Curso de relaciones humanas

- ✓ Cursos de Mercadotecnia
- ✓ Cursos de Computación

## **SECRETARÍA**

### **COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”**

<b>CODIGO</b>	A.02
<b>CARGO</b>	Secretaria
<b>DEPARTAMENTO</b>	Directivo
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Gerente
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Bajo supervisión directa realiza labores secretariales de cierta complejidad.

### **FUNCIONES**

- ✓ Encargarse del manejo de la documentación necesaria para la planificación diaria de actividades que realizará el gerente.
- ✓ Planificar citas de trabajo.
- ✓ Atender llamadas concernientes a las actividades que realiza la empresa.
- ✓ Archivar la documentación de carácter gerencial.
- ✓ Llevar el registro de asistencia de cada uno de los miembros de la empresa.
- ✓ Los demás deberes y atribuciones previstas por las Leyes, Reglamentos e Instructivos de los superiores

### **CARACTERÍSTICAS**

- ✓ No ejerce supervisión.
- ✓ El trabajo implica el suministro o recepción de informaciones y el manejo de situaciones que exigen sensatez, cautela y tacto.
- ✓ Trabajo a los que se tiene acceso a información reservada y confidencial.
- ✓ Labores que requieren la combinación de esfuerzo mental, visual, y auditivo.
- ✓ Condiciones de trabajo aceptables.



## REQUISITOS

- ✓ Técnico universitario en una de las carreras de las Ciencias Económicas y Sociales u otras carreras afines o título de Secretaria Ejecutiva de institución reconocida.
- ✓ Más un (1) año de experiencia en labores similares.

## GUARDIANÍA

### COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”

<b>CODIGO</b>	A.03
<b>CARGO</b>	Guardia
<b>DEPARTAMENTO</b>	Servicios Generales
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Gerente
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Velar por la seguridad de los equipos de la empresa.  Colaborar ocasionalmente con la ejecución de labores sencillas de oficina.  Realizar la limpieza diaria de los muebles y encerados de la oficina.

## FUNCIONES

- ✓ Es el responsable por el cumplimiento de labores sencillas y rutinarias sujeto a disposiciones y normas dispuestas por su superior.
- ✓ Responder por equipos a su cargo hasta un valor de \$100.00
- ✓ Solicitar identificación a las personas que ingresan a la empresa.

## CARACTERÍSTICAS

- ✓ Ejerce supervisión.
- ✓ Requiere relaciones interpersonales de cierta frecuencia y no comprometedoras.

- ✓ El trabajo es sencillo, rutinario y repetitivo.
- ✓ No tiene responsabilidad por informaciones confidenciales ni valores materiales.

### **REQUISITOS**

- ✓ Título de bachiller en cualquier especialidad.
- ✓ Experiencia en manejo de armas.

### **FINANZAS**

#### **COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”**

<b>CODIGO</b>	A.04
<b>CARGO</b>	Jefe Financiero
<b>DEPARTAMENTO</b>	Financiero
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Gerente
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Bajo supervisión periódica realiza labores de registro, preparación y control de las operaciones contables de la institución.

### **FUNCIONES**

- ✓ Preparar los pagos de impuestos correspondientes.
- ✓ Revisar y registrar cheques, asignaciones de fondos y libramientos de pagos.
- ✓ Revisar y corregir el registro y cuadro de operaciones contables diversas.
- ✓ Realizar cálculos diversos, tales como: facturas de pagos, de presupuesto de materiales y otros.
- ✓ Revisar las nóminas de pago de sueldo y de regalía pascual del personal de la institución. Participar en la elaboración del presupuesto de ingresos y gastos de la Institución. Mantener registro y control de la cuenta de gastos menudos y cuenta especial.
- ✓ Preparar estados financieros y balance de comprobación.
- ✓ Registrar informaciones contables en el sistema computarizado.

- ✓ Presentar informes sobre las operaciones contables realizadas.
- ✓ Cumplir las metas que le sean asignadas y los compromisos que ellas conlleven, conforme a la naturaleza del cargo.
- ✓ Realizar otras tareas afines y complementarias, conforme a lo asignado por su superior inmediato.

### **CARACTERISTICAS**

- ✓ El trabajo implica el suministro o recepción de informaciones y el manejo de situaciones que exigen sensatez, cautela y tacto.
- ✓ Labores que requieren la combinación de esfuerzo mental y visual.
- ✓ Tareas de complejidad y dificultad de desempeño.
- ✓ Condiciones de trabajo comfortable

### **REQUISITOS**

- ✓ Poseer título de Licenciatura en Contabilidad.
- ✓ Más dos (2) años de experiencia en labores similares.

## **CONTADORA**

### **COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”**

<b>CODIGO</b>	A.05
<b>CARGO</b>	Contador/a
<b>DEPARTAMENTO</b>	Financiero
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Jefe de Finanzas
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Llevar un sistema contable de ingresos y egresos para la empresa y en conformidad con las normas establecidas

### **FUNCIONES**

- ✓ Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero
- ✓ Hacer cotizaciones
- ✓ Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.
- ✓ Mantener un correcto manejo de los libros contables.

- ✓ Elaborar balances y tramitar las declaraciones al SRI.
- ✓ Preparar los estados financieros correspondientes.
- ✓ Declaraciones a la Superintendencia de Compañías.

### **CARACTERISTICAS**

- ✓ Gran iniciativa y criterio en la toma de decisiones y proponer procedimientos.
- ✓ Labores que requieren la combinación de esfuerzo mental y visual.
- ✓ Tareas de complejidad y dificultad de desempeño.
- ✓ Condiciones de trabajo comfortable

### **REQUISITOS**

- ✓ Título Profesional en Contabilidad y Auditoría.
- ✓ Tener conocimientos sobre contabilidad computarizada
- ✓ Edad entre 25 a 30 años
- ✓ Disponibilidad de tiempo

## **MESERO**

### **COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”**

<b>CODIGO</b>	A.06
<b>CARGO</b>	Mesero/a
<b>DEPARTAMENTO</b>	Servicios
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Jefe de piso
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Se ocupa, principalmente, de servir alimentos y bebidas escogidas por el cliente; presentar la cuenta.

### **FUNCIONES**

- ✓ Tipos de servicio a la mesa
- ✓ Preparación y finalización de platos y salsas
- ✓ Técnicas para servir bebidas, licores.
- ✓ Vocabulario técnico relativo al servicio de alimentos y bebidas

- ✓ Funciones y responsabilidades de los diversos servicios de un restaurante.

### **CARACTERISTICAS**

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Conocimiento de normas y procedimientos que llevara en nuestra organización

### **REQUISITOS**

- ✓ Personas responsables, proactivas.
- ✓ Título de bachiller, experiencia mínima
- ✓ Dos años en funciones similares

## **CAJA**

### **COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”**

<b>CODIGO</b>	A.07
<b>CARGO</b>	Cajero/a
<b>DEPARTAMENTO</b>	Servicios
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Jefe de piso
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Será responsable de Garantizar las operaciones de una unidad de caja, efectuando actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo a fin de lograr la recaudación de ingresos a la institución y la cancelación de los pagos que correspondan a través de caja.

### **FUNCIONES**

- ✓ Registra directamente los movimientos de entrada y salida de dinero.
- ✓ Suministra a su superior los recaudos diarios del movimiento de caja.
- ✓ Atiende a las personas que solicitan información sobre los productos que se expenden.

- ✓ Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- ✓ Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- ✓ Maneja constantemente equipos y materiales de fácil uso y medianamente complejos, siendo su responsabilidad directa.
- ✓ Es responsable directo de dinero en efectivo.

### **CARACTERISTICAS**

- ✓ Responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos que llevara en nuestra organización.

### **REQUISITOS**

- ✓ Formación básica: bachiller
- ✓ Experiencia requerida:
- ✓ Técnicas actualizadas de manejo y control de caja.
- ✓ Entrenamiento en el sistema de su unidad.
- ✓ Edad: 17 a 25 años.

### **DIRECTOR DE VENTAS**

#### **COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”**

<b>CODIGO</b>	A.08
<b>CARGO</b>	Jefe de Ventas
<b>DEPARTAMENTO</b>	Directivo
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	Gerente
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Responsable de promocionar y posesionar los productos que la empresa comercializa en todos los canales

### **FUNCIONES**

- ✓ Ofrecer en el mercado los servicios que la empresa comercializa.
- ✓ Proponer y hacer cumplir políticas de ventas, de precios y pago.
- ✓ Elaborar el presupuesto anual de ventas, y el plan de marketing.

- ✓ Controlar la elaboración y presentación de las cotizaciones de nuestros productos se cumpla en una forma profesional.
- ✓ Controlar que se elabore las actas de entrega y recepción para los clientes.
- ✓ Revisar y autorizar las Notas de Crédito o Notas de Debito que se emitan a los clientes.
- ✓ Elaborar el Plan de Capacitación para los Asesores de Seguridad, y sugerir la capacitación necesaria para el personal a su cargo.
- ✓ Promover y realizar reuniones para satisfacer requerimientos y promocionar la imagen de la compañía.
- ✓ Programar y ejecutar acciones para mejorar los servicios de la Compañía.
- ✓ Controlar y dar seguimiento a la gestión de cobranzas para asegurar que sea efectiva y eficaz; y gestionar aquellos casos con problemas.

### **CARACTERISTICAS**

- ✓ Trabajo de alta complejidad y dificultad de desempeño, exige alto grado de iniciativa.
- ✓ Puede tener bajo su dependencia hasta tres niveles jerárquicos.
- ✓ El trabajo requiere alto grado de responsabilidad por el manejo de bienes e informaciones.

### **REQUISITOS**

- ✓ Título profesional en Marketing, Mercadeo o a fines.
- ✓ De 2 a 4 años de experiencia en cargos similares

## **VENTAS**

### **COMPLEJO TURÍSTICO Y RECREACIONAL “WAYRA ÑAN (CAMINO DE VIENTO)”**

**CODIGO** A.09

**CARGO** Vendedor

**DEPARTAMENTO** Operativo

**JEFE INMEDIATO SUPERIOR**

Jefe de Ventas

**NATURALEZA DEL TRABAJO**

Determinar las situaciones del mercado, así como la promoción y publicidad del producto.

**FUNCIONES**

- ✓ Mantener y retener a los clientes.
- ✓ Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
- ✓ Asesorar a los clientes.
- ✓ Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos y/o servicios que comercializa.
- ✓ Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa.

**CARACTERISTICAS**

- ✓ Trabajo de alta complejidad y dificultad de desempeño, exige alto grado de iniciativa.
- ✓ El trabajo requiere alto grado de responsabilidad por el manejo de bienes e informaciones.
- ✓ Trabajo que implica relaciones de gran importancia.

**REQUISITOS**

- ✓ Experiencia en ventas
- ✓ Poder de persuasión
- ✓ De 2 a 4 años de experiencia en cargos similares



## **9.5 Anexo “E”**

# **FOTOGRAFÍAS DEL CENTRO TURÍSTICO**



**Figura 36.-** Area de estudio del proyecto



**Figura 37.-** Areas de Distracción



**Figura 38.- Ruta de acceso**



**Figura 40.- Juegos de Recreación**



**Figura 39.- Area paramal ingreso**



**Figura 41.- Vista superior del centro turístico**



**Figura 43.- Área de esparcimiento**

**Figura 42.- vías de ingreso a la laguna Quilotoa**



**Figura 44.- Organigrama Posicional**



**Figura 45.- Organigrama Posicional**



**Figura 46.- Área del Centro Turístico**



**Figura 47.- Zona de juegos**



**Figura 48.- Área de Parquadero**



**Figura 49.- Via de ingreso al Quilotoa**



**Figura 50.- Panorama general**

**Figura 51.- Zona de caminatas**

