



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA DE TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UN RESORT EN LA COMUNIDAD DE  
TINGUICHACA, CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE  
MORONA SANTIAGO**

**Trabajo de titulación**

TIPO: Proyecto Técnico

Presentado para optar el grado académico de:

**INGENIERO EN ECOTURISMO**

**AUTOR:** CRISTIAN RENÉ SOLÍS BRAVO

**DIRECTOR:** Ing. EDUARDO ANTONIO MUÑOZ JÁCOME

Riobamba - Ecuador

2021

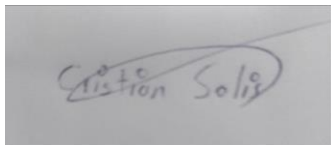
**© 2021, Cristian René Solís Bravo**

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

Yo, Cristian René Solís Bravo, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 13 de septiembre de 2021

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature reads "Cristian Solís" with a stylized flourish above the name.

CRISTIAN RENÉ SOLÍS BRAVO


060581146

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

**CARRERA DE TURISMO**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de titulación; Tipo: Proyecto Técnico **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESORT EN LA COMUNIDAD DE TINGUICHACA, CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO**, realizado por el señor: **CRISTIAN RENÉ SOLIS BRAVO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Nancy Patricia Tierra Tierra <b>PRESIDENTA DEL TRIBUNAL</b>	 NANCY PATRICIA TIERRA TIERRA Firma electrónica	2021-08-26
Ing. Eduardo Antonio Muñoz Jácome <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	Firmado digitalmente por EDUARDO ANTONIO MUÑOZ JACOME Fecha: 2021.09.28 14:18:14 -05'00'	2021-08-26
Dr. Jorge Iván Carrillo Hernández <b>TUTOR ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	JORGE IVAN CARRILLO HERNANDEZ Z Firmado digitalmente por JORGE IVAN CARRILLO HERNANDEZ DN: cn=JORGE IVAN CARRILLO HERNANDEZ, o=EC QUITO o=BANDO CENTRAL DEL ECUADOR, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION ECIBCE Motivo: He revisado este documento Firmado: 2021-09-29 12:45:05.00	2021-08-26

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de titulación es dedicado a toda mi familia y amigos, quienes nunca se rindieron y apoyaron durante más de 5 años.

## **AGRADECIMIENTO**

Se agradece a mis tutores por todas las tutorías impartidas para poder lograr el presente trabajo de titulación, como también a todos los docentes que supieron impartir sus cátedras como se debe para lograr transmitir el conocimiento a los estudiantes.

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xvi
RESUMEN .....	xvii
SUMMARY .....	xviii
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

1. <b>DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>6</b>
--	----------

### CAPÍTULO II

2. <b>REVISIÓN DE LA LITERATURA .....</b>	<b>7</b>
2.1 <b>Estudio de factibilidad .....</b>	<b>7</b>
2.2 <b>Resort .....</b>	<b>7</b>
2.3 <b>Viabilidad comercial .....</b>	<b>7</b>
2.3.1 <i>Estudio de mercado .....</i>	<i>8</i>
2.3.2 <i>Segmentación .....</i>	<i>8</i>
2.3.3 <i>Universo de estudio .....</i>	<i>8</i>
2.3.4 <i>Fórmula para calcular el tamaño de muestra.....</i>	<i>9</i>
2.3.5 <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....</i>	<i>9</i>
2.4 <b>Estudio técnico-productivo .....</b>	<b>9</b>
2.5 <b>Estudio ambiental.....</b>	<b>9</b>
2.5.1 <i>Estudio de impacto ambiental .....</i>	<i>9</i>
2.6 <b>Estudio legal y administrativo .....</b>	<b>10</b>
2.6.1 <i>Estudio legal.....</i>	<i>10</i>
2.6.2 <i>Estudio administrativo.....</i>	<i>10</i>
2.7 <b>Evaluación económica y financiera .....</b>	<b>10</b>
2.7.1 <i>Económica.....</i>	<i>10</i>
2.7.2 <i>Financiera .....</i>	<i>12</i>

### CAPÍTULO III

<b>3.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>15</b>
<b>3.1</b>	<b>Métodos de investigación .....</b>	<b>15</b>
<b>3.2</b>	<b>Tipo de investigación.....</b>	<b>15</b>
<b>3.3</b>	<b>Técnicas.....</b>	<b>15</b>
<b>3.4</b>	<b>Metodología para el cumplimiento de los objetivos específicos .....</b>	<b>15</b>
<b>3.4.1</b>	<b><i>Estudio de mercado .....</i></b>	<b>15</b>
<b>3.4.1.1</b>	<b><i>Análisis de demanda.....</i></b>	<b>15</b>
<b>3.4.2</b>	<b><i>Análisis de la competencia .....</i></b>	<b>16</b>
<b>3.4.3</b>	<b><i>Demanda insatisfecha .....</i></b>	<b>16</b>
<b>3.4.4</b>	<b><i>Demanda futura .....</i></b>	<b>16</b>
<b>3.5</b>	<b>Estudio técnico-productivo .....</b>	<b>16</b>
<b>3.6</b>	<b>Estudio ambiental.....</b>	<b>16</b>
<b>3.7</b>	<b>Estudio legal-administrativo.....</b>	<b>16</b>
<b>3.8</b>	<b>Evaluación económica-financiera.....</b>	<b>17</b>

### CAPITULO IV

<b>4</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>18</b>
<b>4.1</b>	<b>Segmentación .....</b>	<b>18</b>
<b>4.2</b>	<b>Universo .....</b>	<b>18</b>
<b>4.3</b>	<b>Muestra .....</b>	<b>18</b>
<b>4.4</b>	<b>Estratificación de la muestra .....</b>	<b>19</b>
<b>4.5</b>	<b>Análisis de los resultados del estudio de la demanda .....</b>	<b>20</b>
<b>4.5.1</b>	<b><i>Género .....</i></b>	<b>20</b>
<b>4.5.2</b>	<b><i>Procedencia .....</i></b>	<b>20</b>
<b>4.5.3</b>	<b><i>Edad.....</i></b>	<b>20</b>
<b>4.5.4</b>	<b><i>Nivel de instrucción .....</i></b>	<b>21</b>
<b>4.5.5</b>	<b><i>Interés de la implementación del resort .....</i></b>	<b>21</b>
<b>4.5.6</b>	<b><i>Servicios preferidos .....</i></b>	<b>22</b>
<b>4.5.7</b>	<b><i>Servicios complementarios .....</i></b>	<b>22</b>
<b>4.5.8</b>	<b><i>Número de acompañantes .....</i></b>	<b>23</b>
<b>4.5.9</b>	<b><i>Disponibilidad de pago .....</i></b>	<b>23</b>
<b>4.5.10</b>	<b><i>Método de pago.....</i></b>	<b>24</b>
<b>4.5.11</b>	<b><i>Medios de información.....</i></b>	<b>24</b>
<b>4.6</b>	<b>Demanda actual.....</b>	<b>25</b>



4.6.1	<i>Demanda actual por clientes</i> .....	25
4.6.2	<i>Demanda actual por servicios</i> .....	25
4.6.3	<i>Demanda actual por servicios complementarios</i> .....	26
4.7	<b>Demanda futura</b> .....	26
4.7.1	<i>Demanda futura por servicios</i> .....	26
4.7.2	<i>Demanda futura por servicios complementarios</i> .....	27
4.8	<b>Plan mercadotécnico</b> .....	27
4.8.1	<i>Canales de distribución</i> .....	27
4.8.2	<i>Medios</i> .....	27
4.9	<b>Requerimientos para el área comercial</b> .....	30
4.9.1	<i>Talento humano</i> .....	30
4.9.2	<i>Materiales e insumos</i> .....	30
4.9.3	<i>Materiales de promoción y publicidad durante el funcionamiento</i> .....	31
4.9.4	<i>Promoción y publicidad antes del funcionamiento</i> .....	31
4.9.5	<i>Promoción y publicidad durante el funcionamiento</i> .....	32
4.9.6	<i>Activos fijos</i> .....	32
4.9.7	<i>Activos diferidos</i> .....	33
4.10	<b>Estudio técnico productivo</b> .....	<b>33</b>
4.10.1	<i>Consumo aparente</i> .....	33
4.10.2	<i>Consumo aparente por clientes</i> .....	33
4.10.3	<i>Consumo aparente para servicios</i> .....	33
4.10.4	<i>Consumo aparente para servicios complementarios</i> .....	34
4.11	<b>Estudio técnico</b> .....	35
4.11.1	<i>Tamaño del proyecto</i> .....	35
4.12	<b>Esquema del proyecto</b> .....	37
4.12.1	<i>Croquis de distribución de escenario</i> .....	37
4.12.2	<i>Consumo aparente en función a la capacidad operativa</i> .....	37
4.13	<b>Flujogramas del proyecto</b> .....	40
4.13.1	<i>Flujograma para la entrega del plato en el área de restaurante</i> .....	40
4.13.2	<i>Flujograma para venta de souvenirs</i> .....	41
4.13.4	<i>Flujograma de reservación y compra</i> .....	42
4.14	<b>Ubicación del proyecto</b> .....	42
4.14.1	<i>Microlocalización</i> .....	42
4.14.2	<i>Macrolocalización</i> .....	43
4.15	<b>Requerimientos para el área productiva</b> .....	<b>43</b>
4.15.1	<i>Talento humano</i> .....	43
4.15.2	<i>Activos fijos</i> .....	45

4.15.3	Activos diferidos .....	47
4.16	Viabilidad ambiental.....	<b>47</b>
4.16.1	Análisis ambiental Leopold.....	47
4.17	Matriz de Leopold .....	48
4.18	Presupuesto para las medidas de mitigación .....	53
4.18.1	<i>Para mitigar el efecto de la erosión del suelo por la nivelación y compactación del terreno.....</i>	53
4.18.2	<i>Para mitigar el efecto de pérdida de estructura del suelo por la construcción de todas las áreas.....</i>	64
4.19	Viabilidad legal y administrativa.....	<b>64</b>
4.19.1	Análisis legal.....	64
4.19.2	Análisis de la Ley general de Turismo en el Ecuador.....	65
4.19.3	Análisis del reglamento general a la Ley de Turismo .....	65
4.19.4	Requisitos para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF).....	65
4.19.5	Análisis de la Ley ordinaria de compañías.....	66
4.19.6	Tipo de organización a crearse.....	67
4.19.7	Requisitos para constituir la Sociedad Anónima .....	67
4.20	Requisitos para la estructura legal.....	69
4.20.1	Permisos de funcionamiento .....	69
4.21	Análisis administrativo.....	69
4.21.1	Organigrama estructural.....	70
4.22	Manual de cargos y funciones.....	70
4.22.1	Cargo gerente .....	70
4.22.2	Cargo: secretario/a .....	72
4.22.3	Cargo: promotor de ventas .....	73
4.22.4	Cargo: Encargado del sistema turístico .....	73
4.22.5	Cargo: Operador turístico .....	74
4.22.6	Cargo: Guardia.....	74
4.23	Reglamento interno para funcionarios y clientes .....	75
4.24	Presupuesto para el área administrativa .....	<b>76</b>
4.24.1	Talento humano.....	76
4.24.2	Materiales e insumos .....	66
4.24.3	Activos fijos.....	67
4.24.4	Activos diferidos.....	68
4.25	Evaluación financiera.....	<b>69</b>
4.25.1	Resumen de inversiones .....	69
4.26	Costos y gastos .....	69

4.27	Inversiones .....	70
4.28	Usos y fuentes.....	70
4.29	Cálculo de pago de la deuda.....	71
4.30	Depreciación de activos fijos.....	71
4.31	Amortización de activos diferidos .....	72
4.32	Costos y gastos .....	72
4.33	Presupuesto de ingresos .....	72
4.34	Punto de equilibrio .....	73
4.35	Estado de resultados.....	73
4.36	Flujo de caja .....	73
4.37	Evaluación financiera.....	74
4.37.1	<i>Fórmula del VAN</i> .....	74
4.37.2	<i>Relación Beneficio Costo (RBC)</i> .....	74
4.37.3	<i>Recuperación del capital (PRC)</i> .....	74
4.37.4	<i>Tasa interna de retorno (TIR)</i> .....	75
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>76</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>77</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
	<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-4:</b>	Preferencias de los visitantes .....	25
<b>Tabla 2-4:</b>	Preferencia de los visitantes para servicios complementarios.....	26
<b>Tabla 3-4:</b>	Demanda futura por clientes .....	26
<b>Tabla 4-4:</b>	Demanda futura por servicios .....	26
<b>Tabla 5-4:</b>	Demanda futura por servicios complementarios.....	27
<b>Tabla 6-4:</b>	Anuncio radial .....	27
<b>Tabla 7-4:</b>	Talento humano para el área comercial .....	30
<b>Tabla 8-4:</b>	Materiales e insumos para el área comercial .....	31
<b>Tabla 9-4:</b>	Materiales de promoción y publicidad para el área comercial .....	31
<b>Tabla 10-4:</b>	Promoción y publicidad antes del funcionamiento .....	31
<b>Tabla 11-4:</b>	Promoción y publicidad durante el funcionamiento .....	32
<b>Tabla 12-4:</b>	Activos fijos para el área comercial .....	32
<b>Tabla 13-4:</b>	Activos diferidos para el área comercial .....	33
<b>Tabla 14-4:</b>	Consumo aparente por clientes.....	33
<b>Tabla 15-4:</b>	Consumo aparente para el servicio de alojamiento.....	33
<b>Tabla 16-4:</b>	Consumo aparente por servicio de pesca deportiva .....	34
<b>Tabla 17-4:</b>	Consumo aparente por servicio de restaurante .....	34
<b>Tabla 18-4:</b>	Consumo aparente para servicio de parqueadero.....	34
<b>Tabla 19-4:</b>	Consumo aparente para servicio de tienda de souvenirs.....	35
<b>Tabla 20-4:</b>	Capacidad operativa para visitantes .....	35
<b>Tabla 21-4:</b>	Capacidad operativa para servicios .....	36
<b>Tabla 22-4:</b>	Capacidad operativa par servicios complementarios .....	36
<b>Tabla 23-4:</b>	Consumo aparente en función de la capacidad operativa de clientes .....	37
<b>Tabla 24-4:</b>	Consumo aparente para alojamiento .....	37
<b>Tabla 25-4:</b>	Consumo aparente para pesca deportiva.....	38
<b>Tabla 26-4:</b>	Consumo aparente para restaurante.....	38
<b>Tabla 27-4:</b>	Consumo aparente para parqueadero.....	38
<b>Tabla 28-4:</b>	Consumo aparente para tienda de souvenirs.....	39
<b>Tabla 29-4:</b>	Mano de obra indirecta.....	43
<b>Tabla 30-4:</b>	Mano de obra directa.....	43
<b>Tabla 31-4:</b>	Materiales e insumos/materia prima para el manejo y la implementación del resort .....	45
<b>Tabla 32-4:</b>	Activos fijos para el área productiva .....	45

<b>Tabla 33-4:</b>	Activos diferidos.....	47
<b>Tabla 34-4:</b>	Talento humano .....	53
<b>Tabla 35-4:</b>	Materiales e insumos .....	64
<b>Tabla 36-4:</b>	Materiales e insumos .....	64
<b>Tabla 37-4:</b>	Requerimientos para la estructura legal .....	69
<b>Tabla 38-4:</b>	Permisos de funcionamiento .....	69
<b>Tabla 39-4:</b>	Talento humano para el área administrativa.....	76
<b>Tabla 40-4:</b>	Materiales e insumos para el área administrativa.....	66
<b>Tabla 41-4:</b>	Activos fijos para el área administrativa .....	67
<b>Tabla 42-4:</b>	Activos diferidos para el área administrativa .....	68
<b>Tabla 43-4:</b>	Resumen de activos fijos.....	69
<b>Tabla 44-4:</b>	Resumen de activos diferidos.....	69
<b>Tabla 45-4:</b>	Resumen de costos y gastos .....	69
<b>Tabla 46-4:</b>	Inversiones.....	70
<b>Tabla 47-4:</b>	Usos y fuentes.....	70
<b>Tabla 48-4:</b>	Cálculo de pago de la deuda.....	71
<b>Tabla 49-4:</b>	Depreciación de activos fijos .....	71
<b>Tabla 50-4:</b>	Amortización de activos diferidos .....	72
<b>Tabla 51-4:</b>	Costos y gastos .....	72
<b>Tabla 52-4:</b>	Ingresos.....	72
<b>Tabla 53-4:</b>	Punto de equilibrio.....	73
<b>Tabla 54-4:</b>	Estado de resultados.....	73
<b>Tabla 55-4:</b>	Flujo de caja.....	73
<b>Tabla 56-4:</b>	Valor actual neto.....	74

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-1:</b> Modelo de gestión económico del cantón Morona.....	3
<b>Figura 2-4:</b> Página de Facebook.....	29
<b>Figura 3-4:</b> Página web .....	29
<b>Figura 4-4:</b> Volante .....	30
<b>Figura 5-4:</b> Tarjeta de identificación .....	30
<b>Figura 6-4:</b> Logotipo de “Complejo Turístico Tinguichaca” .....	31
<b>Figura 7-4:</b> Representación gráfica del resort.....	37
<b>Figura 8-4:</b> Flujograma de entrega de plato.....	40
<b>Figura 9-4:</b> Flujograma de tienda de souvenirs.....	41
<b>Figura 10-4:</b> Flujograma de reservación y compra .....	42
<b>Figura 11-4:</b> Microlocalización .....	42
<b>Figura 12-4:</b> Macrolocalización .....	43
<b>Figura 13-4:</b> Organigrama estructural del resort.....	70
<b>Figura 14-4:</b> Organigrama funcional del resort .....	70

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-4:</b> Género .....	20
<b>Gráfico 2-4:</b> Procedencia.....	20
<b>Gráfico 3-4:</b> Edad.....	21
<b>Gráfico 4-4:</b> Instrucción .....	21
<b>Gráfico 5-4:</b> Aceptación.....	22
<b>Gráfico 6-4:</b> Servicios preferidos .....	22
<b>Gráfico 7-4:</b> Servicios complementarios .....	23
<b>Gráfico 8-4:</b> Número de acompañantes.....	23
<b>Gráfico 9-4:</b> Disponibilidad de pago .....	24
<b>Gráfico 10-4:</b> Método de pago .....	24
<b>Gráfico 11-4:</b> Medios de información .....	25

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A: MATRIZ DE LEOPOL**

**ANEXO B: ENCUESTA**



## RESUMEN

La presente investigación propone: estudio de factibilidad para la creación de un resort en la comunidad de Tinguichaca, cantón Morona, provincia de Morona Santiago, mediante la utilización de técnicas de investigación bibliográficas y de campo a través del estudio de mercado se priorizaron tres segmentos de mercado local, nacional e internacional, aplicando encuestas a clientes potenciales, permitiendo conocer las necesidades de la demanda. En el estudio técnico se definió la planificación y diseño técnico de la infraestructura turística, teniendo para el primer año una capacidad operativa de 3745 personas para el primer año, se realizó el estudio de mercadotecnia denominando complejo turístico Tinguichaca con el eslogan “ven y respira un aire diferente”. En el estudio de impacto ambiental se aplicó la matriz de Leopold. En el estudio administrativo legal se estableció la estructura organizacional, el manual de funciones, leyes y reglamentos turísticos para el desarrollo de la actividad turística. Ejecutándose el estudio económico-financiero del proyecto para un periodo de cinco años, observando en el flujo de caja neto, el VAN da como respuesta un valor positivo y una TIR del 20% lo que indica la factibilidad del proyecto a implementarse. Recomendando su ejecución, debido a los resultados positivos obtenidos.

**Palabras clave:** <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <RESORT>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <SEGMENTOS>, <DEMANDA>, <DISEÑO TÉCNICO>, <INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA>, <CAPACIDAD OPEPRATIVA>, <FLUJO DE CAJA NETO>, <VAN>, <TIR>.

**LUIS  
ALBERTO  
CAMINOS  
VARGAS**

Elencado digitalmente por  
LUIS ALBERTO CAMINOS  
VARGAS  
Nombre de  
reconocimiento (RDN):  
LUIS ALBERTO CAMINOS  
VARGAS  
Número de identificación:  
1115221-0000  
Fecha: 2021.08.15  
11:15:21 -0500



1792-DBRA-UTP-2021

## SUMMARY

The present research aims a feasibility study for the creation of a resort in the Tinguicaca Community, Morona Canton, Morona Santiago Province, by using bibliographic and field research techniques through the market study, also three segments of the local, national and international market were prioritized, applying surveys to potential customers to know the needs of demand. In addition, the technical study, the technical planning and design of tourism infrastructure was defined, getting for the first year an operating capacity of 3745 people, so the marketing study was carried out called Tinguicha tourist complex with the slogan "Come and breathe a different air". Furthermore, in the impact study, the Leopold matrix was applied. While in the legal administrative study, the organizational structure was established, the functions manual, laws, and tourist regulations for the development of tourist activity. Performing the economic-financial study of the project for five years, noticing in the net cash flow, the Net Present Value (NPV) gives a value as positive answer and an Internal Rate of Return (IRR) of 20% showing the feasibility of the project to be implemented. To sum, its execution is recommending, due to the positive results.

**Keywords:** <FEASIBILITY STUDY>, <RESORT>, <MARKET STUDY>,<SEGMENTS>, <DEMAND>, <TECHNICAL DESIGN>, < TOURIST INFRASTRUCTURE >, <OPEPRATIVE CAPACITY>, <NET CASH FLOW>, < NET PRESENT VALUE (NPV)>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>

CRISTINA  
PAOLA  
CHAMORR  
O ORTEGA

Escuela Superior Politécnica  
de Chimborazo  
Cuenca, Ecuador  
Código Postal: 080100  
Teléfono: 077 225 4100  
www.espol.edu.ec

## INTRODUCCIÓN

El turismo a nivel mundial es una industria que incorpora a un amplio espectro de actividades económicas, culturales y recreativas, complementadas con una serie de otras actividades productivas conexas que generan altas oportunidades de empleo, permitiendo la articulación de cadenas de valor. Estructuralmente, aporta efectivamente en redistribución del ingreso y mejora la calidad de vida de la población de las economías locales (Calpocha, 2019: pp.1-18).

El sector turístico, según datos de la Cuenta Satélite de Turismo (CST), esta actividad ha alcanzado un crecimiento promedio de 5% en los últimos 6 años y su contribución en la producción nacional es superior a las industrias manufactureras claves, tales como la automotriz y de químicos, contribuyendo con un valor agregado bruto de USD 1.175 millones en 2016 (Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR], 2019).

“Es fundamental destacar el rol del turismo como elemento clave en la estabilidad de la dolarización y su significado aporte como fuente de entrada de divisas. En efecto, el gasto turístico receptor representa un 80% de la exportación de servicios y alrededor del 6% de las aportaciones totales, con un monto que alcanza USD 1.878,6 millones” (MINTUR, 2019).

Adicionalmente, el nivel de formación bruta de capital fijo del sector turístico contribuye de su manera más que proporcional a la inversión nacional de acuerdo con su tamaño la economía del país, alcanzando una participación estructural de alrededor de 4% en el periodo 2007-2016.

“En Ecuador han generado un superávit de balanza turística al mantener un saldo positivo sostenido por 7 periodos consecutivos. Así, los ingresos turísticos entre los años 2011 al 2018 han crecido en 121.1%, mientras que los egresos han aumentado en 13.8% en el mismo periodo” (MINTUR, 2019).

“Ecuador es un país localizado en la costa noroccidental de América del Sur y es reconocido a nivel mundial por su riqueza florística y faunística siendo uno de los 17 países megadiversos por el número de especies distintas que alberga y las altas tasas de endemismo” (Calpocha, 2019: pp:1-18).

La actividad turística se ha propuesto como alternativa para el desarrollo territorial o regional por diversos factores; unos relacionados a la propia actividad y otros que podrían ser considerados como externalidades positivas, en tanto las acciones que realizan las personas benefician a otras que no se consideraron cuando tomaron la decisión. Entre éstas se puede mencionar como las más relevantes: la creación de oportunidades de empleo; el desarrollo y mantenimiento de la infraestructura; la difusión y sostenimiento de los atractivos patrimoniales naturales y culturales; e incluso, el que sea una opción válida para impulsar la equidad de

género. Se ha planteado también, que esta actividad económica puede contribuir al desarrollo de comunidades, asociaciones y demás organizaciones de la Economía Popular y Solidaria si se consolida como una estrategia de desarrollo territorial; por la serie de elementos no solo económicos sino y principalmente culturales y sociales que encierra; y que potencialmente, pueden intervenir en la estructuración de una propuesta integral tanto desde su planificación como en su ejecución e incluso en el seguimiento y evaluación. Se ha mencionado también que el turismo tiene que desarrollarse en el largo plazo, si contempla la sostenibilidad ecológica, la viabilidad económica y la equidad social y ética.

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado de Morona [GAD Morona] (2018):

*La Provincia de Morona Santiago es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada al centro sur del país, en la zona geográfica conocida como región amazónica, principalmente en los flancos externos de la cordillera occidental en el oeste y la extensa llanura amazónica al este. Su capital administrativa es la ciudad de Macas, la cual además es su urbe más grande y poblada. Ocupa un territorio de unos 25.690 km<sup>2</sup>, siendo la segunda provincia del país por extensión, detrás de Pastaza. Limita al norte con la provincia de Pastaza, al noroccidente con la provincia de Tungurahua, por el occidente con las provincias de Chimborazo, Cañar, Azuay y al este con las provincias de Condorcanqui y Datem del Marañón, pertenecientes al Perú.*

Para respaldar la iniciativa del estudio de factibilidad, en la figura 1 a continuación se evidencia que en el modelo de gestión económica del cantón Morona fomenta el desarrollo económico, público y privado, así como también, nuevas actividades económicas en el territorio y específicamente el uso de las competencias que goza el GAD, en su autonomía.



**Figura 1:** Modelo de gestión económico del cantón Morona

Fuente: GAD Morona, 2018

La parroquia Zuñac cuenta con una variedad de recursos naturales principalmente que no han sido alterados significativamente por el hombre por encontrarse prácticamente dentro del territorio del Parque Nacional Sangay, donde se puede encontrar en su estado natural muchas especies nativas de flora y fauna que se podría explotar de una manera responsable creando recorridos eco turísticos, será necesario aprovecharlos de forma sostenible para que a partir de realizar un inventario de los recursos turísticos existentes tales como ríos, lagunas, fauna, flora, avifauna, cascadas, producción artesanal piscícola, que constituyen una variada riqueza de recursos naturales favorables para desarrollar un proyecto de ecoturismo comunitario que pueda generar al menos 10 empleos permanentes, para los jóvenes principalmente.

Por consiguiente, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Zuñac [GAD Zuñac] (2019) establece que:

*Zuñac no cuenta con elemento humano preparado, que pueda colaborar como guías nativos, no obstante, existen habitantes que conocen todos y cada uno de los rincones de la parroquia y además son fieles reflejos de la cultura y tradición de esta parroquia, quienes podrían ser muy útiles como guías nativos una vez que se proceda con una capacitación profesional en cuanto a turismo se refiere.*

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

Antes de iniciar el estudio de factibilidad, es importante considerar que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa. Incluir esto en el concepto de proyecto es relevante para el desarrollo de criterios y comportamientos, específicamente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad. Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones; imprescindibles para desarrollar proyectos de sostenibilidad (Luna & Chaves, 2017).

Con estas referencias se realizará un estudio de factibilidad, ya que se cuenta con el espacio adecuado en la comunidad de Tinguichaca, parroquia Zuñac, de carácter privado, el cual esta improductivo, contando con un espacio de 1.1 hectáreas, siendo un área idónea. Con el espacio organizado en el sector, se dotará de una mejor interacción entre las personas que los visitan y la biodiversidad (GAD Zuñac, 2019).

Se ha encontrado que el sector se encuentra enfocado en la actividad agropecuaria, por lo cual no existe una diversificación económica enfocada en el turismo para aprovechar dichos recursos.

Para dar solución al problema identificado, el presente proyecto pretende realizar un estudio de factibilidad que constará con estudios comercial, técnica, ambiental, así también establecer la viabilidad legal y administrativa, económica y financiera.

Finalmente, el presente documento se ha estructurado, en cinco secciones, iniciando con la presentación de los objetivos a ser alcanzados, continuando con el estudio de factibilidad, también se profundizará el diagnóstico del problema junto con la revisión de literatura publicada en el repositorio de la ESPOCH así como también artículos relacionados, para presentar el marco metodológico con el que se desarrollará el estudio de factibilidad y finalmente, se detallará el cronograma de actividades y presupuesto de las actividades a ser ejecutadas concluyendo la factibilidad de la creación del resort.

## **OBJETIVOS**

### **1.1 Objetivo general**

Determinar la factibilidad para la creación de un resort en la comunidad de Tinguichaca, cantón Morona, provincia de Morona Santiago.

### **1.2 Objetivos específicos**

- Determinar la viabilidad comercial, técnica, ambiental para la implementación de un resort en la comunidad de Tinguichaca.
- Establecer la viabilidad legal y administrativa para el funcionamiento del resort.
- Definir la viabilidad económica y financiera del resort.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

De acuerdo con la descripción de la población económicamente activa que se muestra en apéndice correspondiente SAH (Sistema de Asentamientos Humanos), se puede identificar que la principal característica tipológica productiva de la parroquia Zuñac, corresponde a un carácter agrícola y pecuario. Por orden de importancia y por hectáreas tenemos a los sistemas productivos agrícola y pecuario seguida por la actividad forestal y ambiental.

La inestabilidad de los terrenos es por las lluvias, por las complejas condiciones geológicas y topográficas, erosiones y deslizamiento de suelos por las actividades agrícola y ganadera, en el cual la gestión de riesgo debe enfocarse en racionalizar las acciones antrópicas. La organización con fines productivos en la parroquia es incipiente, su incidencia en la toma de decisiones en proyectos vinculados al sector no es representativa (GAD Zuñac, 2019).

La parroquia Zuñac cuenta con una variedad de recursos naturales principalmente que no han sido alterados significativamente por el hombre, será necesario aprovecharlos de forma sostenible para que a partir de realizar un inventario de los recursos turísticos existentes tales como ríos, lagunas, fauna, flora, avifauna, cascadas, producción artesanal piscícola, que constituyen una variada riqueza de recursos naturales favorables para desarrollar un proyecto de ecoturismo comunitario que pueda generar al menos 10 empleos permanentes, para los jóvenes principalmente (GAD Zuñac, 2019).

Como problemática para este sector se identificó que no se encuentra diversificada la cadena productiva, debido a que la principal actividad económica es la agropecuaria que ocupa el 78%, seguido de la pesca, la actividad minera y la explotación forestal, las cuales son mínimas debido a que se encuentra limitando con la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay (GAD Zuñac, 2019). Por tal motivo no se evidencia la presencia de establecimientos referentes al turismo, en especial de la tipología resort en toda la zona de Zuñac.



## CAPÍTULO II

### 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

#### 2.1 Estudio de factibilidad

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

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

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse. Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos. Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.

Antes de iniciar el estudio de Factibilidad, es importante tener en cuenta que cualquier proyecto, individual o colectivo, es una empresa. Comprender e incluir esto en el concepto del proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, especialmente si se trata de promover cambios culturales y de mentalidad. Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, fundamentales para desarrollar proyectos sostenibles. (Luna & Chaves, 2017).

#### 2.2 Resort

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR] 2016 un resort es:

*Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.*

#### 2.3 Viabilidad comercial

### ***2.3.1 Estudio de mercado***

El mercado de productos y servicios es uno de los principales aspectos de un proyecto, por lo que hay que dedicarle un gran esfuerzo a investigar y analizar. En actividades de capacitación y análisis conviene replantear el origen del proyecto desde una perspectiva del mercado. El análisis del mercado llevará a tomar una primera decisión de qué producir. Por esto debemos antes conocer lo que necesitan y piden los clientes a lo cual se llama demanda y conocer qué ofrecen otros productos y servicios a lo que se denomina oferta.

#### **¿Para qué sirve un estudio de mercado?**

- Para definir claramente la demanda.
- Para conocer la oferta actual y potencial.
- Para establecer qué podemos vender.
- Para saber a quién podemos venderlo.
- Para conocer cómo podemos venderlo.
- Para conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Para conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.
- Para evaluar resultados de estrategias de comercialización.
- Para conocer los precios a los que se venden los servicios.

“El estudio del mercado no sólo sirve para determinar la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto turístico” (Luna & Chaves, 2017).

### ***2.3.2 Segmentación***

segmentar es fraccionar el mercado potencial total de un producto en un cierto número de subconjuntos de consumidores lo más homogéneos posibles que denominamos segmentos.

### ***2.3.3 Universo de estudio***

Cualquier colección finita o infinita de elementos o sujetos. Existen diferencias entre los términos universo y población, indicando con el primero un conjunto de personas, seres u objetos y con el segundo, un conjunto de números obtenidos midiendo o contando cierta característica de estos, de allí que un universo puede contener varias poblaciones.

### ***2.3.4 Fórmula para calcular el tamaño de muestra***

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula para muestreo estratificado propuesto por Mendenhall, Scheaffer, y Ott (1986), a continuación, se detalla:

$$n = \sum_{i=1}^L N_i \frac{p_i q_i / a_i}{N^2 D^2 + \sum N_i p_i q_i}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N<sub>i</sub>= Universo de estudio para el estrato i

N= Universo de estudio

a<sub>i</sub>= N<sub>i</sub>/N

p<sub>i</sub>\*q<sub>i</sub>=Proporción poblacional para el estrato i

D= B<sup>2</sup>/4 B= Margen de error

### ***2.3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos***

“las técnicas e instrumentos de recolección de información en un proceso de investigación tienen aplicación en cualquier de los enfoques cualitativo y cuantitativo de la investigación y las técnicas más comunes son la encuesta, entrevista, observación directa, análisis de documentos e internet” (Calpucha, 2019).

## **2.4 Estudio técnico-productivo**

La determinación del tamaño de la planta es fundamental en esta parte del estudio y hay que aclarar que la determinación es difícil, ya que las técnicas existentes para su determinación son iterativas y no existe un método preciso y directo para realizar el cálculo. En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que son necesarios para el desarrollo del bien, por lo que se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer esa demanda. Asimismo, la importancia de determinar el tamaño del proyecto para determinar las inversiones y costos derivados del estudio técnico (Calpucha, 2019).

## **2.5 Estudio ambiental**

El impacto ambiental es el efecto que las acciones del hombre o de la naturaleza causan en el ambiente natural y social. Pueden ser positivas y negativas.

### ***2.5.1 Estudio de impacto ambiental***

“El EsIA es una herramienta técnica fundamental de un proceso de análisis encaminado a identificar, predecir, interpretar, valorar, prevenir, corregir y comunicar el efecto de un plan,

proyecto o actividad sobre el Medio Ambiente interpretado en términos de salud y bienestar humanos” (Calpucha, 2019).

## **2.6 Estudio legal y administrativo**

### ***2.6.1 Estudio legal***

El estudio legal es la base de representación de la empresa en términos legales. En este estudio se incorporan todos los aspectos organizacionales que se encuentran en el marco legal de un proyecto. El objetivo es respetar las normatividades del país de origen, su constitución política, sus leyes, sus reglamentos y las costumbres vigentes o existentes. Las empresas sin estudio legal enfrentan normas permisivas y prohibiciones que no sólo afectan el proyecto, sino que también condicionan los flujos y desembolsos que se generan en su implementación.

Elementos del estudio técnico:

*Entre los elementos que se deben considerar en el estudio técnico está el definir: el tipo de sociedad legal que regirá a la empresa, como estará constituida, si presentará registros de marcas y patentes, así como los aspectos tributarios que debe cubrir. El analista deberá medir los alcances de la legislación en términos de la cuantificación de los recursos que deberán designarse para la correcta implementación legal del proyecto. (Universidad Interamericana para el Desarrollo [UNID], 2017)*

### ***2.6.2 Estudio administrativo***

El estudio administrativo en un proyecto de inversión brinda las herramientas que sirven de guía para quienes en su caso deberán gestionar dicho proyecto. En este estudio se muestran los elementos administrativos como la planificación estratégica que define el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otro lado, se definen otras herramientas como el organigrama y la planificación de recursos humanos con el fin de proponer un perfil adecuado y continuar en la alineación del logro de los objetivos comerciales. Finalmente, se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que toda organización debe tener en cuenta para iniciar sus operaciones o reorganizar las actividades ya definidas (Lopez et al., 2012).

## **2.7 Evaluación económica y financiera**

### ***2.7.1 Económica***

La evaluación económica constituye la parte final de toda una secuencia de análisis de viabilidad en proyectos de inversión, en la que, una vez concentrada toda la información generada en los capítulos anteriores, se aplican métodos de evaluación económica que

consideran el valor del dinero a lo largo del tiempo, en con el fin de medir la eficiencia de la inversión total involucrada y su probable retorno durante su vida útil. Especialmente, en proyectos lucrativos, la parte que corresponde a la evaluación económica es fundamental; ya que con los resultados obtenidos en el mismo se toma la decisión de llevar a cabo o no la realización de un proyecto específico (Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Economía, 2011).

- **Inversión**

- Activo fijo

“Este grupo está formado por todos aquellos bienes y derechos propiedad del negocio que tienen cierta permanencia o fijeza y se han adquirido con el propósito de usarlos y no de venderlos; naturalmente que cuando se encuentren en malas condiciones o no presten un servicio efectivo, sí pueden venderse o cambiarse” (Calipucha, 2019).

- **Activo diferido**

“Este grupo está formado por todos aquellos gastos pagados por anticipado, por los que se tiene el derecho de recibir un servicio, ya sea en el ejercicio en curso o en ejercicios posteriores” (UNID, 2017).

- **Capital de trabajo**

Desde un punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activos fijos y diferidos) con el que se debe contar para que una empresa comience a operar; es decir, la primera producción debe financiarse antes de recibir ingresos; luego, se debe comprar la materia prima, pagar mano de obra directa para transformarla, otorgar crédito en las primeras ventas y tener una cierta cantidad de efectivo para cubrir los gastos diarios de la empresa (Calipucha, 2019).

- **Fuentes de financiamiento**

“Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Debe entenderse por dinero barato los capitales pedidos en préstamo a tasas mucho más bajas que las vigentes en las instituciones bancarias” (Orozco, 2005).

- **Depreciación**

Los cargos por depreciación y amortización son gastos virtuales permitidos por las leyes tributarias para que el inversionista recupere la inversión inicial que ha realizado. Los activos fijos se deprecian y los activos diferidos se amortizan en caso de que su precio no pueda disminuir por el uso o el paso del tiempo. El término amortización indica la cantidad de dinero

que se ha recuperado de la inversión inicial a lo largo de los años. Los cargos anuales se calculan con base en los porcentajes de depreciación permitidos por las leyes tributarias (Orozco, 2005).

- **Costos**

“los costos son los desembolsos causados por el proceso de fabricación de un producto, o por la prestación de un servicio, los cuales son: materias primas, mano de obra al destajo, salarios de personal de planta, mercancías, servicios públicos, fletes, depreciación de maquinaria y equipo y arrendamiento del local” (Calipucha, 2019).

- **Gastos**

“los gastos son los desembolsos causados por la administración de la empresa, los cuales son: salarios de personal administrativo, papelería, correo y teléfono, publicidad, depreciación de muebles y enseres, vendedores, mantenimiento de vehículo y capacitación” (Orozco, 2005).

- **Ingresos**

“Un ingreso es la corriente real de las operaciones de producción y comercialización de bienes, prestación de servicios u otro tipo de operaciones similares que se enmarcan en la actividad económica de la empresa” (Calipucha, 2019).

- **Estado de resultados**

“La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar” (Calipucha, 2019).

- **Flujo de caja**

“Trata de determinar el estado de liquidez del proyecto, o sea la cantidad de dinero en efectivo que se espera tener en un momento dado en el futuro. Aquí se registran todos los ingresos y egresos que se espera que ocuparán en el momento en que se reciben o se pagan” (Calipucha, 2019).

### **2.7.2 Financiera**

Evaluación financiera del proyecto. Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) han tenido un impacto importante en la preparación del flujo de caja de los inversores, porque el reconocimiento de los costos de transacción como un componente de los pasivos financieros modificará sus costos, lo que afectará los ingresos fiscales y deducirá los intereses

como gastos financieros. Como concepto más importante en el campo del financiamiento comercial, también cambiará el cálculo del costo de capital, debido a la consideración del arrendamiento financiero como el financiamiento de la adquisición de activos, que da características y costos de los activos. Una fuente importante de financiamiento, contrariamente a las normas contables tradicionales establecidas por las normas contables basadas en PCGA, que consideran los arrendamientos financieros (arrendamientos) como simples contratos de arrendamiento (Orozco, 2005).

#### • **Valor actual neto (VAN)**

El valor presente neto del proyecto es el valor presente/valor presente del flujo de caja neto de la propuesta, que puede entenderse como la diferencia entre ingresos y gastos ordinarios. Para actualizar estos flujos netos se utiliza una tasa de descuento denominada valor esperado o tasa de sustitución/oportunidad. La tasa de descuento es una medida de la rentabilidad mínima requerida por el proyecto, que permite recuperar la inversión, pagar el costo e ingresos obtenidos. (Calipucha, 2019).

el VAN sirve para generar dos tipos de decisiones: en primer lugar, ver si las inversiones son efectuales y, en segundo lugar, ver qué inversión es mejor que otra en términos absolutos.

Los criterios de decisión van a ser los siguientes:

$VAN > 0$ : el valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generará beneficios.

$VAN = 0$ : el proyecto de inversión no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente.

$VAN < 0$ : el proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

#### • **Tasa interna de retorno (TIR)**

“Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0” (Calipucha, 2019).

Si  $TIR > k$ , el proyecto de inversión será aceptado. En este caso, la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión. Si  $TIR = k$ , estaríamos en una situación similar a la que se producía cuando el VAN era igual a cero.

“En esta situación, la inversión podrá llevarse a cabo si mejora la posición competitiva de la empresa y no hay alternativas más favorables. Si  $TIR < k$ , el proyecto debe rechazarse. No se alcanza la rentabilidad mínima que le pedimos a la inversión” (Calipucha, 2019).

- **Relación beneficio costo (RBC)**

“El análisis costo/beneficio es el proceso de colocar cifras en dólares en los diferentes costos y beneficios de una actividad. Al utilizarlo podemos estimar el impacto financiero acumulado de lo que queremos lograr” (Calipucha, 2019).

- **Período de recuperación del capital (PRC)**

Es uno de los métodos que a corto plazo pueden ser favorecidos por algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de Inversión se considera un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como el riesgo relativo ya que permite anticipar eventos en el corto plazo (Calipucha, 2015).



## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

El estudio se realizará en la comunidad de Tinguichaca. Se cuenta con un espacio de 1.1 hectáreas(10100m<sup>2</sup>) de terreno privado, se encuentra en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay.

#### 3.1 Métodos de investigación

Los métodos de investigación a aplicarse son: 1. Empírico con la aplicación de técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales para la medición de la viabilidad comercial, técnica-productiva, ambiental, evaluación financiera; 2. Teórico con la aplicación de citas y referencias bibliográficas para complementar la medición de las viabilidades anteriormente mencionadas y para establecer la viabilidad legal-administrativo.

#### 3.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación que regirá el presente trabajo corresponde a la de campo, para lo cual se recolectará información primaria, misma que se complementará con información secundaria, que corresponde a la investigación cuanti-cualitativa.

#### 3.3 Técnicas

Las técnicas por aplicarse para la recolección de información de acuerdo con el tipo de investigación son: encuestas, entrevistas, citas contextuales y bibliografía.

#### 3.4 Metodología para el cumplimiento de los objetivos específicos

Para determinar la factibilidad del resort se aplicará la metodología desarrollada por Muñoz (2019). Para analizar la viabilidad comercial se desarrollará el siguiente procedimiento:

##### 3.4.1 *Estudio de mercado*

###### 3.4.1.1 *análisis de demanda*

- Segmentación de mercado
- Universo
- Muestra
- Estratificación de la muestra

- Técnicas
- Instrumento
- Resultado del análisis de la demanda

#### ***3.4.2 Análisis de la competencia***

Para el análisis de la competencia se realizará la caracterización de los principales competidores en base a: denominación, ubicación, total de clientes anuales, productos y servicios anuales que ofertan.

#### ***3.4.3 Demanda insatisfecha***

La demanda insatisfecha se determinará considerando la diferencia entre demanda y competencia tanto para clientes como para bienes y servicios que ofertará el resort.

#### ***3.4.4 Demanda futura***

La demanda futura se proyectará para clientes, bienes y servicios, aplicando la formula del incremento compuesto.

De no poder levantar información primaria, la demanda futura se realizará utilizando la técnica de participación en el mercado o en su defecto empleando serie de datos históricos.

Como parte del estudio de mercado se diseñará el plan mercadotécnico y el presupuesto para el área comercial.

### **3.5 Estudio técnico-productivo**

En base a la información generada en el estudio de mercado se procederá a: determinación de la capacidad operativa del resort, consumo aparente, flujogramas de producción, diseño técnico arquitectónico del resort, presupuesto para el área productiva.

### **3.6 Estudio ambiental**

Este estudio permitirá determinar la viabilidad ambiental del proyecto para lo cual se utilizará la matriz de Leopold que facilitará valorar los impactos ambientales de las actividades a desarrollarse para la creación y el funcionamiento del resort.

### **3.7 Estudio legal-administrativo**

La viabilidad legal-administrativa se realizará en base al análisis del marco legal ecuatoriano, para determinar el tipo de empresa a determinarse para el funcionamiento del resort. Además, se trabajará en la organización del área administrativa, el establecimiento de su presupuesto y la organización empresarial en general.

### **3.8 Evaluación económica-financiera**

Esta evaluación permitirá determinar la viabilidad económica y financiera de la propuesta de estudio en base a los siguientes análisis: inversiones, usos y fuentes, pago de la deuda, depreciaciones, amortización de diferidos, presupuesto de egresos, punto de equilibrio, presupuesto de ingresos, estado de resultados, flujo de caja, VAN, TIR, RBC, PRC, además de los indicadores de solidez, liquidez y rentabilidad.

## CAPITULO IV

### 4 RESULTADOS

#### 4.1 Segmentación

Los servicios del resort estarán dirigidos a la población local de la parroquia Zuñac, a turistas nacionales que visitaron la provincia de Morona Santiago el último feriado y a turistas internacionales que llegaron a la misma en el último año

#### 4.2 Universo

El número de habitantes del cantón Morona es de 41.155 según el (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2010). Turistas nacionales y extranjeros que visitaron la provincia de Morona Santiago en el año 2019 son 2.600

$$U = 43.755$$

#### 4.3 Muestra

La muestra del universo se calculó a través de la siguiente fórmula:

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

**En donde:**

**n**= tamaño de la muestra

**N**= Universo de estudio

**p**= probabilidad de ocurrencia (0,5)

**q**= probabilidad de no ocurrencia (0,5)

**e**= margen de error o presión admisible (10%)

**z**= nivel de confianza (1,645)

$$n = \frac{43.755 * (0,5) * (0,5)}{(43.755 - 1) * \left(\frac{0,10}{1,645}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{10938,75}{161,94}$$

$$n = 68$$

#### 4.4 Estratificación de la muestra

La estratificación se hizo en base al siguiente procedimiento.

$$f = \frac{n}{N}$$

**En donde:**

**f:** Factor de estratificación

**n:** Tamaño de la muestra

**N:** Universo de estudio

**Población local**

$$(41.155/43.755)*100=94\%$$

Nacionales: 1.600

$$(1.600/43.755)*100=4\%$$

Extranjeros: 1000

$$(1.000/43.755)*100=2\%$$

$$f=n/N$$

$$f=68/43755= 0,00155$$

Encuestas por realizar a población local  $0.00155*41.155=64$

Encuestas por realizar a turistas nacionales  $0.00155*1.600=2$

Encuestas por realizar a turistas extranjeros  $0.00155*1.000=2$

- *Técnica*

La técnica empleada para obtener información es la encuesta, tiene como finalidad conocer el nivel de aceptación de Instrumento de investigación

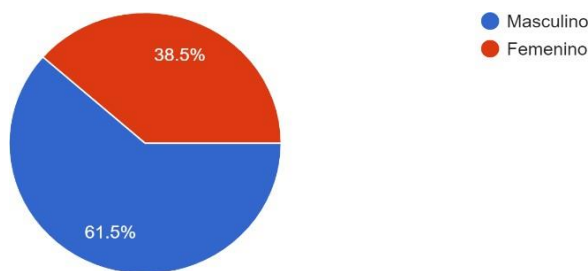
El instrumento que se aplicó es el cuestionario

#### 4.5 Análisis de los resultados del estudio de la demanda

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

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

##### 4.5.1 Género

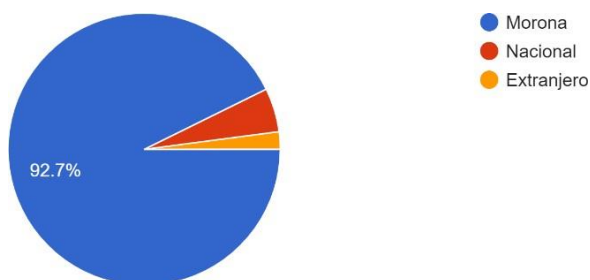


**Gráfico 1-4: Género**

Realizado por: Solís, 2020

Existe una diferencia significativa en la cual se puede decir que uno de los dos géneros es el que más frecuente en viajar, siendo: masculino 61.5% y femenino 48.5 % datos que nos indica que tanto hombres como mujeres realizan turismo.

##### 4.5.2 Procedencia

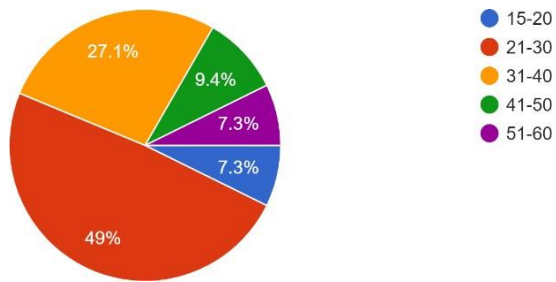


**Gráfico 2-4: Procedencia**

Realizado por: Solís, 2020

Según las encuestas aplicadas, la mayoría de los turistas son procedentes del cantón Morona, seguido de turistas de otras partes del Ecuador y en un pequeño porcentaje de otro país.

##### 4.5.3 Edad

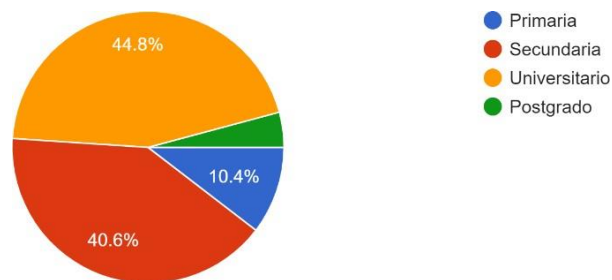


**Gráfico 3-4: Edad**

Realizado por: Solís, 2020

De acuerdo con las encuestas realizadas el 49% de los turistas se encuentran entre los 21 a 30 años, y en segundo lugar se encuentra el rango de los 31 a 40 años con el 27.1%, estos grupos son a los que se debería enfocar nuestro producto debido a que forman parte de la población económica activa, son independientes y están en la capacidad de realizar diversas actividades dentro del producto turístico.

#### 4.5.4 Nivel de instrucción

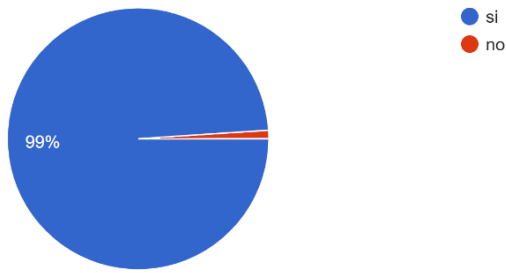


**Gráfico 4-4: Instrucción**

Realizado por: Solís, 2020

La mayoría de los visitantes poseen un nivel de estudio universitario 44.8% teniendo en segundo lugar el nivel de estudio secundario en un 40.6%

#### 4.5.5 Interés de la implementación del resort

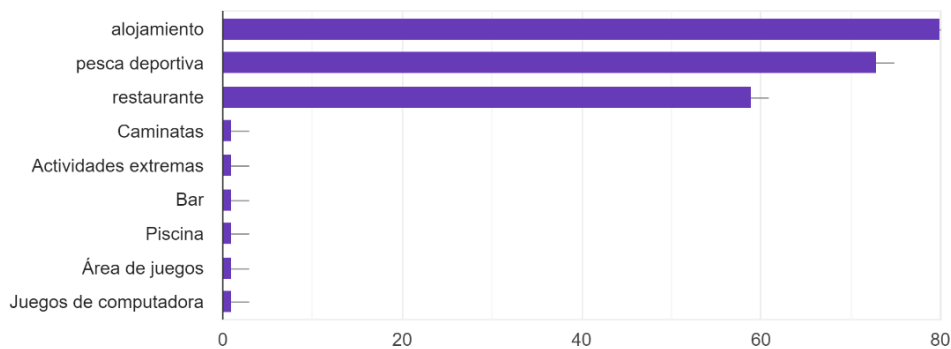


**Gráfico 5-4:** Aceptación

**Realizado por:** Solís, 2020

Las encuestas realizadas dieron como resultado que el 99% de personas estarían dispuestas a visitar el resort.

#### 4.5.6 Servicios preferidos



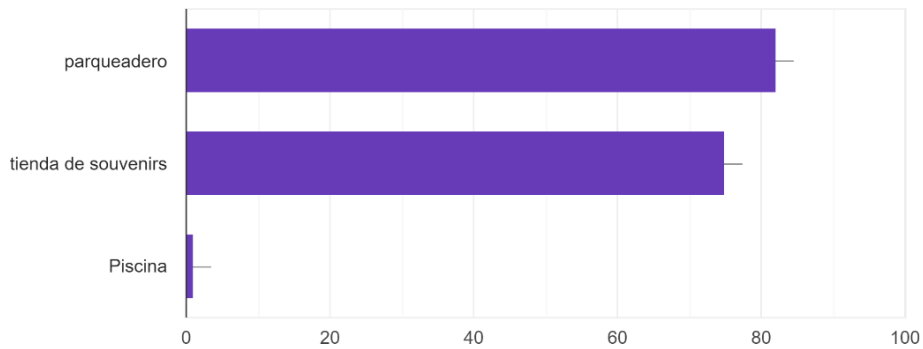
**Gráfico 6-4:** Servicios preferidos

**Realizado por:** Solís, 2020

Según las encuestas realizadas los turistas del total de encuestados prefieren el alojamiento en un 83.3%, en segundo lugar, la pesca deportiva en un 76% y, en tercer lugar, el restaurante con un 61.5%, siendo estos 3 servicios claves para la implementación de estos.

#### 4.5.7 Servicios complementarios



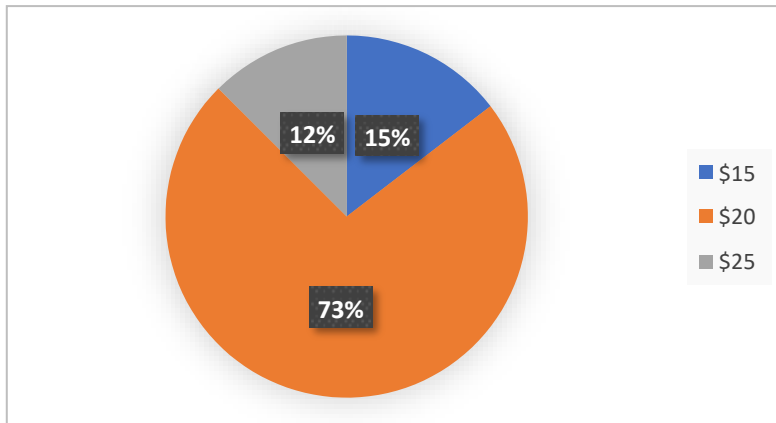


**Gráfico 7-4:** Servicios complementarios

Realizado por: Solís, 2020

De los turistas encuestados las actividades complementarias que les gustaría dentro del resort es parqueadero con el 85.4%, tienda de souvenirs 78.1%, los mismos que serán tomados en cuenta en el momento del desarrollo del proyecto.

#### 4.5.8 Número de acompañantes

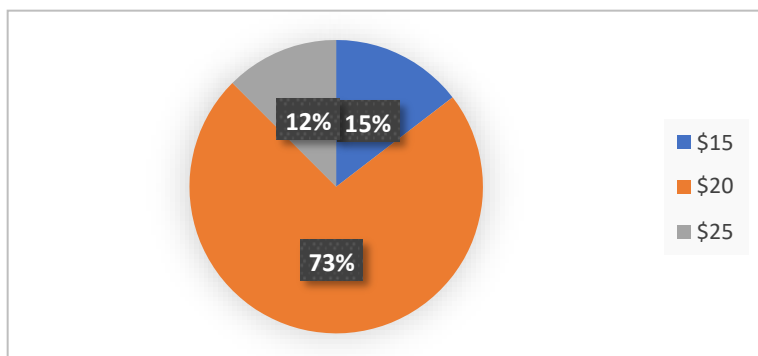


**Gráfico 8-4:** Número de acompañantes

Realizado por: Solís, 2020

El 42% de los visitantes realizan viajes de turismo con 3 acompañantes, el 26% viaja con dos personas, el 27% viajan con 2 personas y el 5% viajan solos, por lo cual es necesario implementar estrategias de marketing orientado hacia este segmento de turistas más relevantes, los cuales son los porcentajes más altos.

#### 4.5.9 Disponibilidad de pago

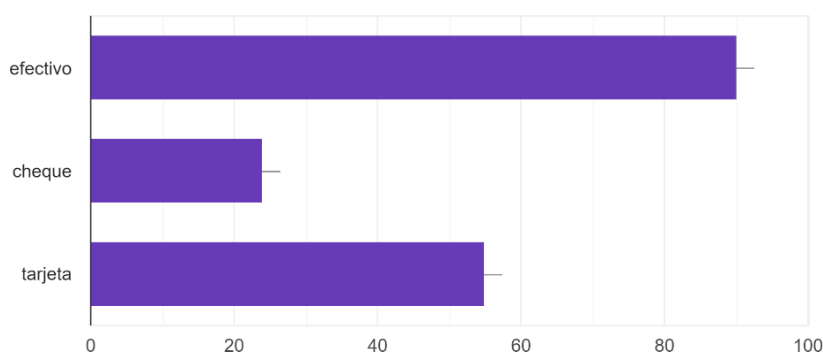


**Gráfico 9-4:** Disponibilidad de pago

**Realizado por:** Solís, 2020

De los turistas encuestados en lo que respecta a cuanto están dispuestos a pagar por los servicios, el 73% nos indica está dispuesto a pagar 20 dólares, el 15% nos indica que podrían pagar 15 dólares y el 12% 25 dólares, estos datos nos ayuda a determinar el precio promedio a pagar por los servicios brindados en el resort que busque satisfacer a los segmentos de mercado.

#### 4.5.10 Método de pago

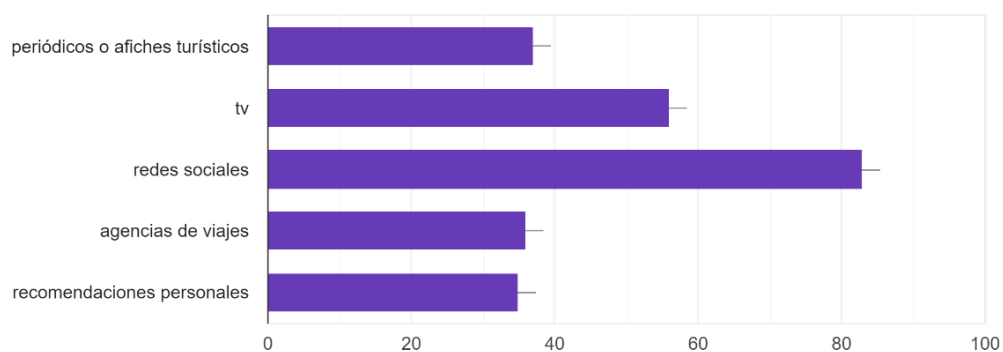


**Gráfico 10-4:** Método de pago

**Realizado por:** Solís, 2020

El resultado de la encuesta muestra que el 93.8% de personas prefieren pagar en efectivo, el 25% en cheque y el 57.3 con tarjeta, con este resultado se considerara como métodos de pagos principales la modalidad de efectivo y tarjeta.

#### 4.5.11 Medios de información



**Gráfico 11-4:** Medios de información

**Realizado por:** Solís, 2020

El 86.5% de los encuestados nos indica que el medio por donde se informan sobre destinos turísticos es las redes sociales y el 58.3 mediante la tv, en porcentajes inferiores al 50% lo realizan por el periódico, agencias de viajes y recomendaciones personales, esta información es de gran ayuda debido a que nos indica que el medio por el cual debemos dar a conocer el producto turístico son las redes sociales.

#### 4.6 Demanda actual

##### 4.6.1 Demanda actual por clientes

Para este análisis se toma en cuenta los resultados porcentuales de la figura 6. Lo que se determina que el nivel de aceptación del resort es del 99% a partir del mismo se obtiene lo siguiente:

**Aceptación** = 99%

**Universo** = 43.755

**Demanda actual** = 99% \* 43.755 = 43.317 personas

##### 4.6.2 Demanda actual por servicios

Según la figura 7, el 83.3% del total de turistas encuestados optan por el servicio de alojamiento, seguido por el 76% que prefieren pescas deportivas, el 61.5% que prefiere restaurante.

**Tabla 1-4:** Preferencias de los visitantes

Servicios	Porcentaje	Operación	Resultados
Alojamiento	83.3%	$43.755 * 0,833$	36.448
Pesca deportiva	76%	$43.755 * 0,76$	33.254
Restaurante	61.5%	$43.755 * 0,615$	26.909

**Realizado por:** Solís, 2020

#### 4.6.3 Demanda actual por servicios complementarios

Según la figura 8, el 85.4% del total de turistas encuestados optan por el servicio de parqueadero, seguido por el 78.1% que prefieren tiendas de souvenirs.

**Tabla 2-4: Preferencia de los visitantes para servicios complementarios**

Servicios complementarios	Porcentaje	Operación	Resultados
Parqueadero	85.4%	43.755*0,854	37.367
Tienda de souvenirs	78.1%	43.755*0,781	34.173

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.7 Demanda futura

La demanda futura se calculó de acuerdo con la demanda actual, aplicando la fórmula del incremento compuesto.

**Fórmula:**

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

**En donde:**

**Cn**=el año a proyectar

**Co**= el número de clientes de la demanda actual (85.240)

**i** = índice de incremento turístico anual (2,52%)

El promedio anual en la llegada de viajeros extranjeros al Ecuador creció un 4% en lo que va de 2019 (MINTUR, 2019) y la tasa de crecimiento poblacional del cantón Morona es del 2,0% según el INEC, la media de crecimiento entre los dos estudios corresponde a 3%.

**Tabla 3-4: Demanda futura por clientes**

Año	Operación	Clientes
2021	2021=43.755 (1+0,03) <sup>1</sup>	45.068
2022	2022=43.755 (1+0,03) <sup>2</sup>	46.420
2023	2023=43.755 (1+0,03) <sup>3</sup>	47.812
2024	2024=43.755 (1+0,03) <sup>4</sup>	49.267
2025	2025=43.755 (1+0,03) <sup>5</sup>	50.724

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.7.1 Demanda futura por servicios

**Tabla 4-4: Demanda futura por servicios**

Año	Clientes	Alojamiento 83.3%	Pesca deportiva 76%	Restaurante 61.5%
2021	45.068	37.541	34.252	27.716

<b>2022</b>	46.420	39.827	36.338	28.548
<b>2023</b>	47.812	40.022	37.428	29.404
<b>2024</b>	49.267	42.253	38.551	30.286
<b>2025</b>	50.724	43.520	39.707	31.195

Realizado por: Solís, 2020

#### **4.7.2 Demanda futura por servicios complementarios**

**Tabla 5-4:** Demanda futura por servicios complementarios

<b>Año</b>	<b>Clientes</b>	<b>Parqueadero 85.4%</b>	<b>Tienda de souvenirs 78.1%</b>
<b>2021</b>	45.068	38.488	35.198
<b>2022</b>	46.420	39.643	36.254
<b>2023</b>	47.812	40.832	37.342
<b>2024</b>	49.267	42.057	38.462
<b>2025</b>	50.724	43.319	39.616

Realizado por: Solís, 2020

### **4.8 Plan mercadotécnico**

#### **4.8.1 Canales de distribución**

El canal de distribución que se aplicó es: Productor-Consumidor final, ya que el proceso de venta al público es de forma directa, obteniendo beneficios tanto la empresa como los clientes, la ventaja de los clientes es el precio más accesible, ahorrando tiempo y dinero, mientras que para la empresa al no depender de terceros se genera mayor beneficio económico en la venta del servicio.

#### **4.8.2 Medios**

- **Anuncio radial**

**Tabla 6-4:** Anuncio radial

<b>N</b>	<b>Narración</b>	<b>Efectos especiales</b>	<b>Musicalización</b>	<b>Tiempo</b>
<b>1</b>	“Complejo Turístico Tinguichaca” te invita a disfrutar de unas vacaciones llenas de tranquilidad y calma en medio de la naturaleza en su más pura expresión.	Sonido corporativo	Instrumental	6”
<b>2</b>	Contamos con servicios y actividades de alta calidad para ti, tu familia y amigos.	Sonido corporativo	Instrumental	4”
<b>3</b>	Cada uno de los espacios del resort se caracteriza por una arquitectura rústica, además de estar construido con materiales amigables con el ambiente.	Sonido corporativo	Instrumental	3”

4	Estamos ubicados en el kilómetro 56 en la vía Riobamba-Macas. Telf.2394917-0994763432	Sonido corporativo	Instrumental	4”
5	“Complejo Turístico Tinguichaca” Escápate y respira el aire de nuevos lugares.	Sonido corporativo	Instrumental	3”

Realizado por: Solís, 2020

- **Anuncio de televisión local**

Se contará con tres SPOT publicitarios en el canal televisivo Tvs canal 13 de la ciudad de Riobamba, con el siguiente anuncio: Necesitas salir de casa y despejar la mente, viajar, conocer lugares, necesitas tranquilidad, paz, energía positiva, sabores nuevos, necesitas planes apasionantes, necesitas vacaciones, necesitas “Complejo Turístico Tinguichaca”.

Ofrecemos servicios y actividades turísticas como: alimentación, hospedaje, juego para niños, piscinas de trucha, cabalgata, pesca deportiva, tienda de souvenirs.

“Ven y respira un aire diferente”

Estamos ubicados en el kilómetro 56 en la vía Riobamba-Macas.

- **Página de Facebook**

Nombre de la Página: Complejo Turístico Tinguichaca

Descripción: La página de Facebook del negocio consta de una portada con la fotografía referencial del establecimiento, en la foto de perfil se podrá observar el logotipo o imagen institucional. La información principal tiene: número de contacto, dirección y horarios de atención.

Las actividades y servicios que oferta la empresa serán publicados en el muro periódicamente y compartidos al público, a través de imágenes y vídeos promocionales.



**Figura 2-4:** Página de Facebook

Realizado por: Solís, 2020

- **Página web**

La página web es un fácil intermediario entre el visitante y “Complejo turístico Tinguichaca”, el cual permite conocer a detalle los servicios y actividades que brinda el resort.



**Figura 3-4:** Página web

Realizado por: Solís, 2020

- **Papelería**

- **Volantes**



**Figura 4-4:** Volante

**Realizado por:** Solís, 2020

- **Tarjeta de identificación**



**Figura 5-4:** Tarjeta de identificación

**Realizado por:** Solís, 2020

- **Logotipo**





**Figura 6-4:** Logotipo de “Complejo Turístico Tinguichaca”

**Realizado por:** Solís, 2020

- Descripción del logotipo

**Estrella con el fondo verde y blanco:** esta es la bandera del cantón Morona, ya que dicho resort se ubica dentro de este cantón, se lo utilizó como emblemático.

**Pez con el pescador:** Tinguichaca es una comunidad rica en cuerpos hídricos como ríos y lagunas, eso y gracias a su ubicación geográfica hace un lugar apto para la existencia de peces como la trucha, así llamando la atención de personas que gustan de la pesca deportiva.

- Eslogan

“ven y respira un nuevo aire”. Dicho eslogan trata de llamar a las personas a salir de la vida cotidiana, el espacio de la ciudad y el humo de los autos, llamándolos a respirar un aire puro y lleno de naturaleza.

## 4.9 Requerimientos para el área comercial

### 4.9.1 Talento humano

**Tabla 7-4:** Talento humano para el área comercial

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11.15%	porcional décimo tercero	porcional décimo cuarto	fondo de reserva	Mensual	Gasto anual
Vendedor (Promotor)	1	\$420,00	47,25	\$55,75	\$420,00	\$400	\$35	523	\$7.130,99
<b>Total</b>									<b>\$7.131</b>

Realizado por: Solís, 2020

El rol de pagos para el promotor de ventas se calculó a partir de la remuneración unificada para los trabajadores del sector público, tomando en cuenta el aporte personal calculado al 9.45% y el aporte patronal al 11,15% establecido en la tasa de aportaciones del IESS.

### 4.9.2 Materiales e insumos

**Tabla 8-4:** Materiales e insumos para el área comercial

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Resma papel bond	12	3,5	42
Lápices	15	0,25	3,75
Borradores	10	0,25	2
Caja de esferos	3	7,2	21,6
Caja de grapas	12	1,5	18
Carpeta-archivador	2	3,5	7
Etiquetas memoria	3	0,7	2,1
Cajas de clips	2	0,5	1
Tóner de tinta	2	60	120
Libretas	24	0,30	7,2
Corrector liquido	3	0,8	2,4
Resaltadores	3	0,8	2,4
Cinta adhesiva	4	0,5	2
<b>Total</b>			<b>231,45</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.9.3 : *Materiales de promoción y publicidad durante el funcionamiento*

**Tabla 9-4:** Materiales de promoción y publicidad para el área comercial

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Afiches	2000	0,15	300,00
Tarjetas de presentación	1000	0,05	50,00
<b>Total</b>			<b>350,00</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.9.4 *Promoción y publicidad antes del funcionamiento*

**Tabla: 10-4:** Promoción y publicidad antes del funcionamiento

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Anuncios web	60	4,00	240,00
Redes sociales	1	10,00	10,00
<b>Total</b>			<b>250,00</b>

Realizado por: Solís, 2020

El total de anuncios corresponde a un mes antes del funcionamiento del proyecto:

Web: 2 menciones diarias, de lunes a domingo por 30 días.

Red social: Se promocionará mediante Facebook e Instagram durante todo el año.

#### 4.9.5 Promoción y publicidad durante el funcionamiento

**Tabla 11-4:** Promoción y publicidad durante el funcionamiento

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Anuncios web	100	4,00	400,00
Redes sociales	12	10,00	120,00
<b>Total</b>			<b>520,00</b>

Realizado por: Solís, 2020

El total de anuncios corresponden a cuatro meses durante el funcionamiento del proyecto.

Web: 2 menciones diarias de lunes a domingo por 4 meses

Red social: Se promocionará mediante Facebook e Instagram durante todo el año.

#### 4.9.6 Activos fijos

**Tabla 12-4:** Activos fijos para el área comercial

Tipo	Denominación	Cantidad	Gasto unitario	Inversión
Terreno	Terreno (m <sup>2</sup> )	60	10	600
Construcciones y edificaciones	Oficina (m <sup>2</sup> )	54	200	10800
Muebles y enseres	Archivador	1	70	70
	Juego de muebles	1	300	300
	Esquinero	1	40	40
	Revistero	1	70	70
	Escritorio	1	150	150
	Sillón giratorio	2	80	160
	Cuadros decorativos	4	20	80
	Papelera	1	15	15
	Porta clips	1	1	1
	Estantería	2	50	100
	Sillas	2	20	40
	Alfombra	1	100	100
	Tapete	2	5	10
	Tacho basura	4	10	40
	Teléfono convencional	1	40	40
	Grapadora	1	5	5
	Perforadora	1	5	5
Celular	1	200	200	
Maquinaria y equipos	Televisor 4k de 50 pulgadas	1	700	700
	Cafetera	1	25	25
	Reloj de pared	1	10	10
	Dispensador de agua	1	30	30

Equipo de computo	Computadora	1	800	800
	Impresora multifuncional	1	350	350
	flash memory	1	12	12
<b>Total</b>				<b>14753</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.9.7 : Activos diferidos

**Tabla 13-4:** Activos diferidos para el área comercial

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
Afiches antes	200	0,50	100
Volantes antes	500	0,20	100
Capacitación al personal antes	1	1.000	1.000
Estudio de mercado	1	1.000	1.000
Estudio técnico	1	1.000	1.000
Total			<b>3.200</b>

Realizado por: Solís, 2020

### 4.10 Estudio técnico productivo

#### 4.10.1 Consumo aparente

##### 4.10.2 Consumo aparente por clientes

**Tabla 14-4:** Consumo aparente por clientes

Año	Clientes	Semestre (2)	Trimestre (4)	Mes (12)	Semana (52)	Día (360)
2021	45.068	22.534	11.267	3.756	867	125
2022	46.420	23.210	11.605	3.868	893	129
2023	47.812	23.906	11.953	3.984	919	133
2024	49.267	24.634	12.317	4.106	947	137
2025	50.724	25.362	12.681	4.227	975	141

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

##### 4.10.3 Consumo aparente para servicios

**Tabla 15-4:** Consumo aparente para el servicio de alojamiento

Año	Clientes	Semestre (2)	Trimestre (4)	Mes (12)	Semana (52)	Día (360)
2021	37.541	18.771	9.385	3.128	722	104
2022	39.827	19.914	9.957	3.319	766	111

<b>2023</b>	40.022	20.011	10.006	3.335	770	111
<b>2024</b>	42.253	21.127	10.563	3.521	813	117
<b>2025</b>	43.520	21.760	10.880	3.627	837	121

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

**Tabla 16-4:** Consumo aparente por servicio de pesca deportiva

<b>Año</b>	<b>Clientes</b>	<b>Semestre (2)</b>	<b>Trimestre (4)</b>	<b>Mes (12)</b>	<b>Semana (52)</b>	<b>Día (360)</b>
<b>2021</b>	34.252	17.126	8.563	2.854	659	95
<b>2022</b>	36.338	18.169	9.085	3.028	699	101
<b>2023</b>	37.428	18.714	9.357	3.119	720	104
<b>2024</b>	38.551	19.276	9.638	3.213	741	107
<b>2025</b>	39.707	19.854	9.927	3.309	764	110

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

**Tabla 17-4:** Consumo aparente por servicio de restaurante

<b>Año</b>	<b>Clientes</b>	<b>Semestre (2)</b>	<b>Trimestre (4)</b>	<b>Mes (12)</b>	<b>Semana (52)</b>	<b>Día (360)</b>
<b>2021</b>	27.716	13.858	6.929	2.310	533	77
<b>2022</b>	28.548	14.274	7.137	2.379	549	79
<b>2023</b>	29.404	14.702	7.351	2.450	565	82
<b>2024</b>	30.286	15.143	7.572	2.524	582	84
<b>2025</b>	31.195	15.598	7.799	2.600	600	87

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

#### **4.10.4 Consumo aparente para servicios complementarios**

**Tabla 18-4:** Consumo aparente para servicio de parqueadero

<b>Año</b>	<b>Clientes</b>	<b>Semestre (2)</b>	<b>Trimestre (4)</b>	<b>Mes (12)</b>	<b>Semana (52)</b>	<b>Día (360)</b>
<b>2021</b>	38.488	19.244	9.622	3.207	740	107
<b>2022</b>	39.643	19.822	9.911	3.304	762	110

<b>2023</b>	40.832	20.416	10.208	3.403	785	113
<b>2024</b>	42.057	21.029	10.514	3.505	809	117
<b>2025</b>	43.319	21.660	10.830	3.610	833	120

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

**Tabla 19-4:** Consumo aparente para servicio de tienda de souvenirs

<b>Año</b>	<b>Clientes</b>	<b>Semestre (2)</b>	<b>Trimestre (4)</b>	<b>Mes (12)</b>	<b>Semana (52)</b>	<b>Día (360)</b>
<b>2021</b>	35.198	17.599	8.800	2.933	677	98
<b>2022</b>	36.254	18.127	9.064	3.021	697	101
2023	37.342	18.671	9.336	3.112	718	104
2024	38.462	19.231	9.616	3.205	740	107
2025	39.616	19.808	9.904	3.301	762	110

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

### 4.11 Estudio técnico

#### 4.11.1 Tamaño del proyecto

- Capacidad operativa

La capacidad operativa del resort se determinó en función de la oferta, que la misma haría en cuanto al alojamiento, considerando que la rotación de este servicio se vende los fines de semana.

De acuerdo con el consumo aparente cuyos datos se pueden observar en la tabla 15 donde existe una demanda de alojamiento de 722 personas para los fines de semana, sin embargo, la inversión prevista por los propietarios para dar inicio al emprendimiento en estudio es para 60 personas, lo que implica una capacidad operativa igual a 8.31%.

- Capacidad operativa para visitantes

**Tabla 20-4:** Capacidad operativa para visitantes

<b>Año</b>	<b>Demanda futura visitantes</b>	<b>Capacidad operativa (8,31%)</b>
<b>2021</b>	45.068	3745
<b>2022</b>	46.420	3856

<b>2023</b>	47.812	3973
<b>2024</b>	49.267	4094
<b>2025</b>	50.724	4215

Realizado por: Solís, 2020

- Capacidad operativa para servicios

**Tabla 21-4:** Capacidad operativa para servicios

Año	Capacidad operativa para servicios	Alojamiento	Pesca deportiva	Restaurante
		83.3%	76%	61.5%
<b>2021</b>	3745	3120	2846	2303
<b>2022</b>	3856	3212	2931	2371
<b>2023</b>	3973	3310	3019	2443
<b>2024</b>	4094	3410	3111	2518
<b>2025</b>	4215	3511	3203	2592

Realizado por: Solís, 2020

- Capacidad operativa por servicios complementarios

**Tabla 22-4:** Capacidad operativa par servicios complementarios

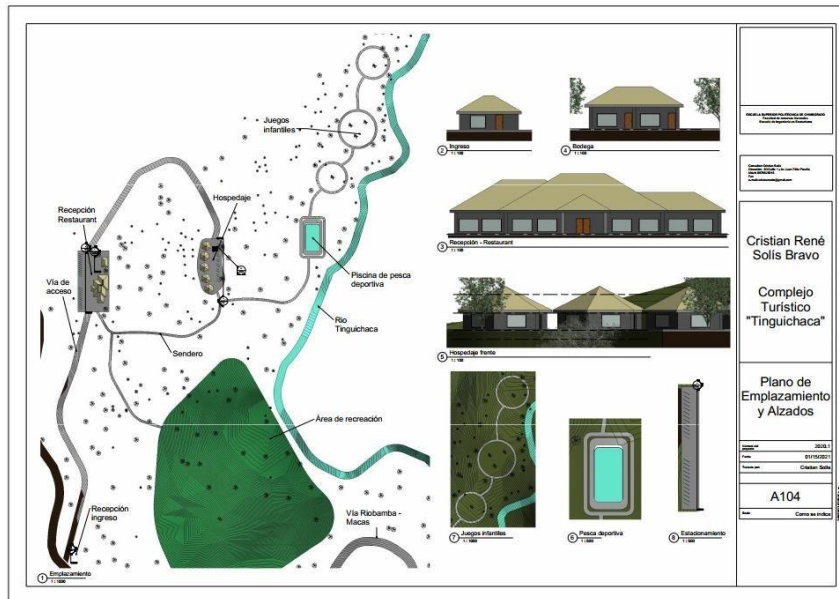
Año	Capacidad operativa para servicios complementarios	Parqueadero de	Tienda souvenirs
		85.4%	78.1%
<b>2021</b>	3745	31998	2958
<b>2022</b>	3856	3293	3012
<b>2023</b>	3973	3393	3103
<b>2024</b>	4094	3496	3197
<b>2025</b>	4215	3600	3292

Realizado por: Solís, 2020



## 4.12 Esquema del proyecto

### 4.12.1 Croquis de distribución de escenario



**Figura 7-4:** Representación gráfica del resort

Realizado por: Solís, 2020

### 4.12.2 Consumo aparente en función a la capacidad operativa

- Consumo aparente en función de la capacidad operativa de clientes

**Tabla 23-4:** Consumo aparente en función de la capacidad operativa de clientes

Año	Clientes	Semestre (2)	Trimestre (4)	Mes (12)	Semana (52)	Día (360)
2021	3745	1873	936	312	72	10
2022	3856	1928	964	321	74	11
2023	3973	1987	993	331	76	11
2024	4094	2047	1024	341	79	11
2025	4215	2108	1054	351	81	12

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

- Consumo aparente en función de la capacidad operativa para los servicios

**Tabla 24-4:** Consumo aparente para alojamiento

Año	Clientes	Semestre (2)	Trimestre (4)	Mes (12)	Semana (52)	Día (360)
2021	3108	1554	777	259	60	9
2022	3108	1554	777	259	60	9

<b>2023</b>	3108	1554	777	259	60	9
<b>2024</b>	3108	1554	777	259	60	9
<b>2025</b>	3108	1554	777	259	60	9

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

**Tabla 25-4:** Consumo aparente para pesca deportiva

<b>Año</b>	<b>Clientes</b>	<b>Semestre (2)</b>	<b>Trimestre (4)</b>	<b>Mes (12)</b>	<b>Semana (52)</b>	<b>Día (360)</b>
<b>2021</b>	2846	1423	712	237	55	8
<b>2022</b>	2931	1465	733	244	56	8
<b>2023</b>	3019	1510	755	252	58	8
<b>2024</b>	3111	1556	778	259	60	9
<b>2025</b>	3203	1602	801	267	62	9

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

**Tabla 26-4:** Consumo aparente para restaurante

<b>Año</b>	<b>Clientes</b>	<b>Semestre (2)</b>	<b>Trimestre (4)</b>	<b>Mes (12)</b>	<b>Semana (52)</b>	<b>Día (360)</b>
<b>2021</b>	2303	1152	576	192	44	6
<b>2022</b>	2371	1186	593	198	46	7
<b>2023</b>	2443	1222	611	204	47	7
<b>2024</b>	2518	1259	629	210	48	7
<b>2025</b>	2592	1296	648	216	50	7

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

- Consumo aparente para servicios complementarios

**Tabla 27-4:** Consumo aparente para parqueadero

<b>Año</b>	<b>Clientes</b>	<b>Semestre (2)</b>	<b>Trimestre (4)</b>	<b>Mes (12)</b>	<b>Semana (52)</b>	<b>Día (360)</b>
<b>2021</b>	3198	1599	800	267	62	9
<b>2022</b>	3293	1647	823	274	63	9
<b>2023</b>	3393	1696	848	283	65	9

<b>2024</b>	3496	1748	874	291	67	10
<b>2025</b>	3600	1800	900	300	69	10

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

**Tabla 28-4:** Consumo aparente para tienda de souvenirs

<b>Año</b>	<b>Clientes</b>	<b>Semestre (2)</b>	<b>Trimestre (4)</b>	<b>Mes (12)</b>	<b>Semana (52)</b>	<b>Día (360)</b>
<b>2021</b>	2925	1462	731	244	56	8
<b>2022</b>	3012	1506	753	251	58	8
<b>2023</b>	3103	1551	776	259	60	9
<b>2024</b>	3197	1599	799	266	61	9
<b>2025</b>	3292	1646	823	274	63	9

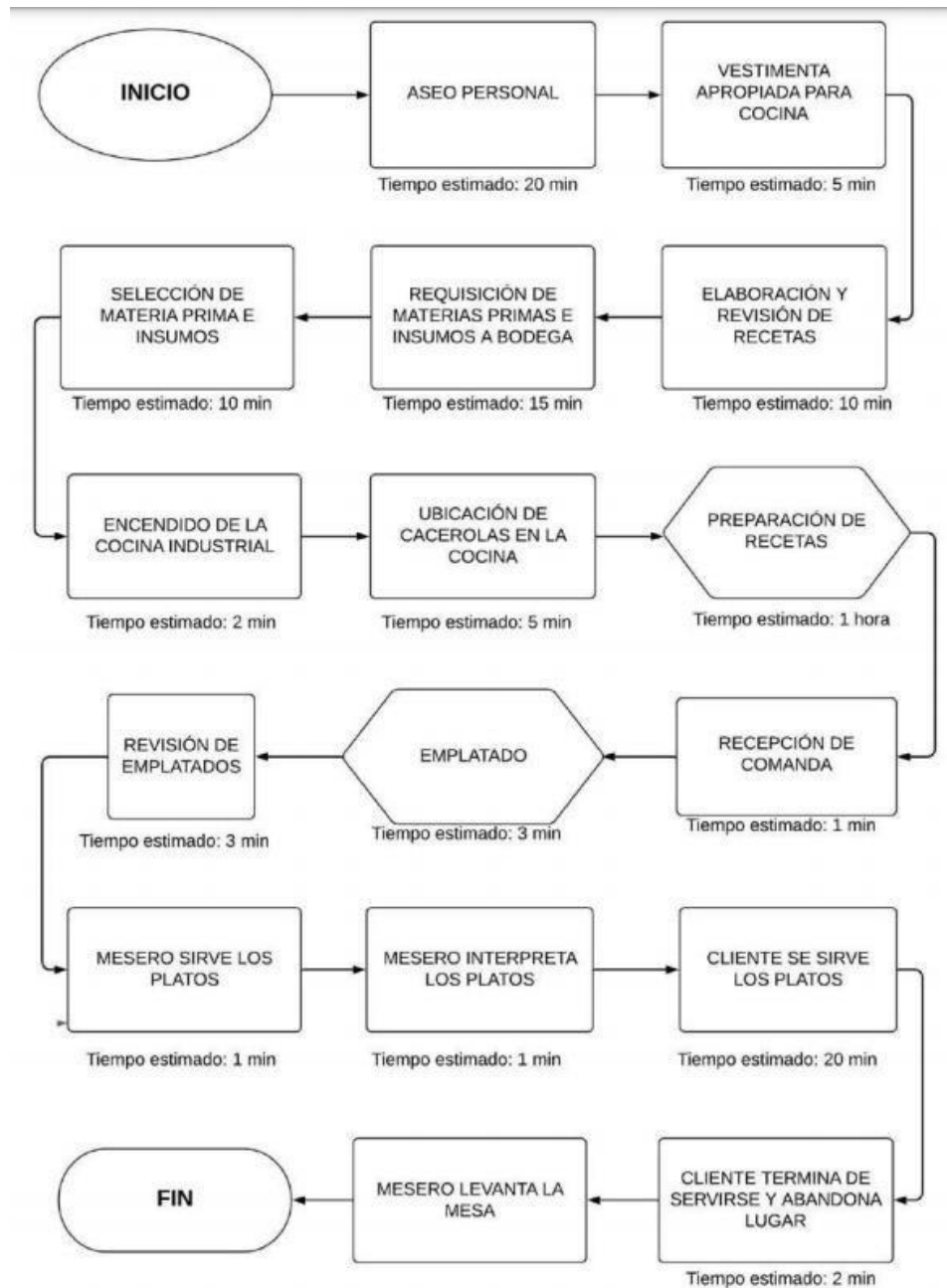
Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Los datos obtenidos resultaron de la división de la casilla clientes para la cantidad de semestres, trimestres, meses, semanas y días que existen en un año contable.

## 4.13 Flujogramas del proyecto

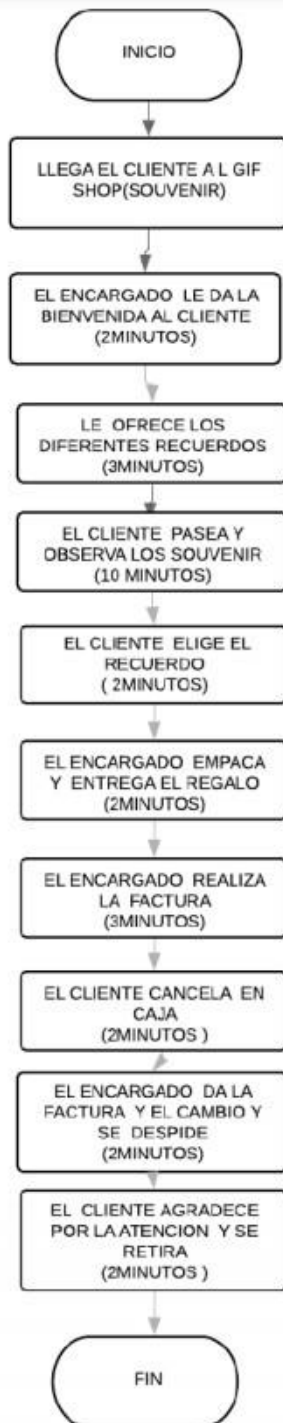
### 4.13.1 Flujograma para la entrega del plato en el área de restaurante



**Figura 8-4:** Flujograma de entrega de plato

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.13.2 Flujograma para venta de souvenirs



**Figura 9-4:** flujograma de tienda de souvenirs

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.13.4 Flujograma de reservación y compra

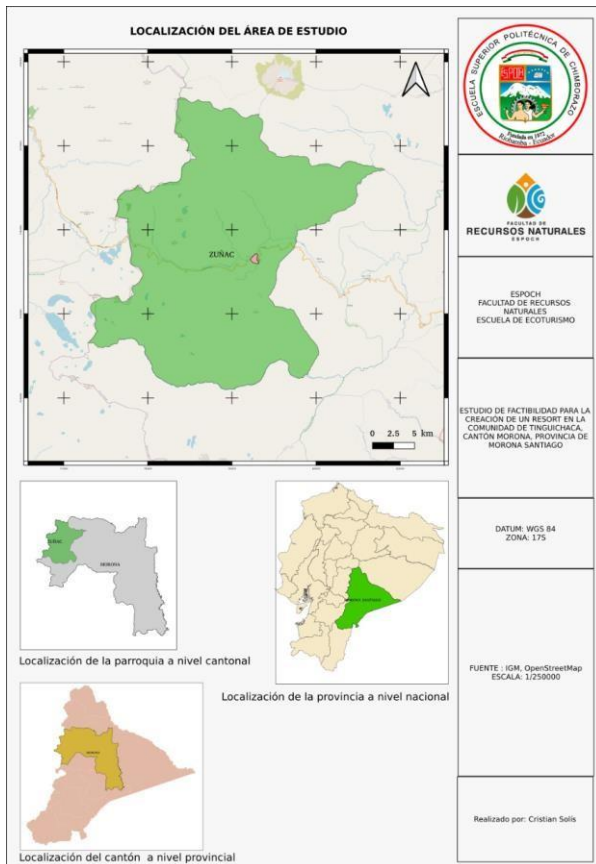


**Figura 10-4:** Flujograma de reservación y compra

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.14 Ubicación del proyecto

##### 4.14.1 Microlocalización

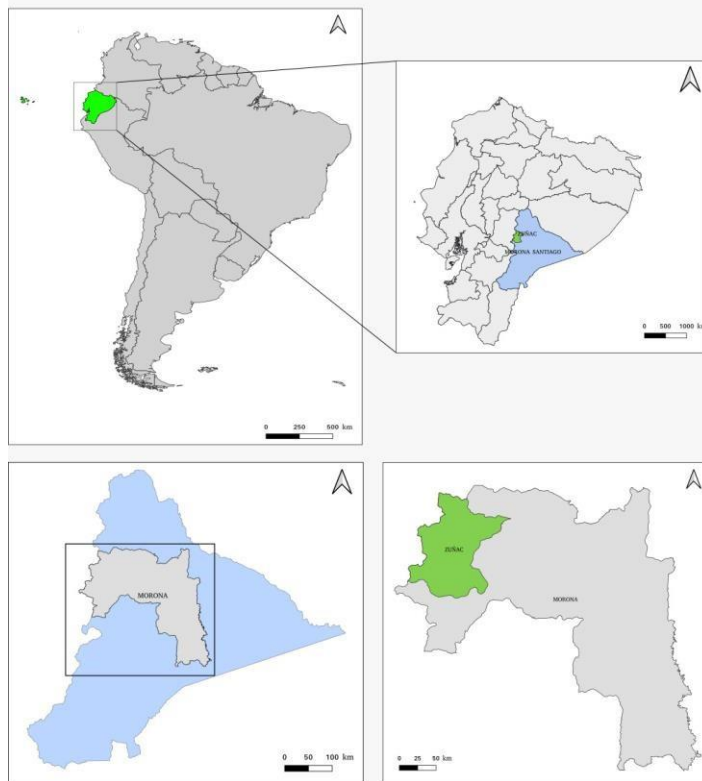


**Figura 11-4:** Microlocalización

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.14.2 Macrolocalización

##### Macrolocalización de la parroquia Zuñac



**Figura 12-4:** Macrolocalización

**Realizado por:** Solís, 2020

## 4.15 Requerimientos para el área productiva

### 4.15.1 Talento humano

- Mano de obra

**Tabla 29-4:** Mano de obra indirecta

Denominación	Cantidad	Remuneración individual	Aporte personal 9.45%	Aporte patronal 11.15%	Porcional décimo tercero	Porcional décimo cuarto	Fondo de reserva 8,33%	Costo mensual	Costo anual
Trabajadores agropecuarios	1	400	37,8	44,6	400	400	33,32	444,6	6168,52
<b>Total</b>									<b>6168,52</b>

Realizado por: Solís, 2020

El rol de pagos para el trabajador agrícola se calculó a partir de la remuneración unificada para los trabajadores del sector público, tomando en cuenta el aporte personal calculado al 9.45% y el aporte patronal al 11,15% establecido en la tasa de aportaciones del IESS.

**Tabla 30-4:** Mano de obra directa

Denominación	Cantidad	Remuneración individual	Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%	Porcional décimo tercero	Porcional décimo cuarto	Fondo de reserva 8,33%	Costo mensual	Costo anual
Guía de turismo	1	400	37,8	44,6	400	400	33,32	444,6	6168,52
<b>Total</b>									<b>6168,52</b>

Realizado por: Solís, 2020



**Tabla 31-4:** Materiales e insumos/materia prima para el manejo y la implementación del resort

Tipo	Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
peces	alevines	10000	0,1	1000
Humus	Kilo de lombriz rija californiana	10	10	100
Pastos	Libra de Alfalfa	18	7	126
	Libra de Pasto azul	10	4	40
	Libra de Trébol	3	4.90	14,7
Fertilizantes y abonos	Quintal Urea	5	15	75
	Quintal Humus	10	15	150
Productos para control de plagas y enfermedades	Insumos orgánicos agrícolas	1 paquete	200	200
Materiales para las cosechas	Sacos	200	0,35	70
	Piolas	200	0,02	4
<b>Total</b>				<b>1779,7</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.15.2 Activos fijos

**Tabla 32-4:** Activos fijos para el área productiva

Tipo	Denominación	Cantidad	Gasto unitario	Inversión
Terreno	Terreno (m <sup>2</sup> )	980	10	9800
Construcciones y edificaciones	construcción del resort	1	10000	10000
	piscina para peces	3	300	900
	área de recreación	1	1000	1000
Muebles y enseres	mesas de descanso	4	80	320
	sillas	20	30	600
	asadero	3	120	360
	almohadas	10	15	150
	sábanas	10	20	200
	colchón	5	120	600
	cama	5	250	1250
Tacho basura	4	10	40	

Maquinaria y equipos	cubetas	10	5	50
	red	3	60	180
	sistema de riego	2	60	120
	cañas de pesca	5	20	100
	Televisor 4k de 50 pulgadas	1	700	700
	cocina	1	280	280
	nevera	1	360	360
	licuadora	1	70	70
	batidora	1	50	50
	cuchillos	20	1	20
	cucharas	20	1	20
<b>Total</b>				<b>27170</b>

Realizado por: Solís, 2020

### 4.15.3 Activos diferidos

**Tabla 33-4:** Activos diferidos

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Inversión</b>
Estudio técnico	1	1.000	1.000
Capacitación al personal	1	1.000	1.000
<b>Total</b>			<b>2.000</b>

Realizado por: Solís, 2020

### 4.16 Viabilidad ambiental

#### 4.16.1 Análisis ambiental Leopold

- Actividades consideradas en la implementación del resort
  - a) Alteración de la cobertura vegetal
  - b) Nivelación y compactación del terreno
  - c) Limpieza y desbroce
  - d) Construcción de infraestructura
  - f) Construcción de piscinas de pesca deportiva
  - g) Alteración de la hidrología superficial
  - h) Construcción del resort
  - i) Construcción de Parqueadero
  - j) Construcción del área de recreación
  - k) Construcción de espacio para venta de souvenirs

D) Implementación de tachos para recolección de basura

4.17 Matriz de Leopold

<b>A. BIOLÓGICO</b>	<b>MEDIOS</b>	<b>ACTIVIDADES PRINCIPALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL PROYECTO</b>	a) Alteración de la cobertura vegetal
			b) Nivelación y compactación del terreno
			c) Limpieza y desbroce
			d) Construcción de infraestructura
			f) Construcción de piscinas de pesca deportiva
			g) Alteración de la hidrología superficial
			h) Construcción del resort
			i) Construcción de Parqueadero
			j) Construcción del área de recreación
			k) Construcción de espacio para venta de souvenirs
			l) Implementación de tachos para recolección de basura
			<b>IMPACTOS NEGATIVOS -</b>
			<b>IMPACTOS POSITIVOS +</b>
			<b>AGREGACIÓN DE IMPACTOS</b>

<b>A1. FLORA</b>																
a) Árboles	-3													-15		-15
	5															
b) Arbustos	-3													-12		-12
	4															
c) Matas	-2									2				-6	2	-4
	3									1						
d) Hierbas	-4		-1		-3		-3	-2	3	-2	-2			-60	6	-54
	5		2		4		4	1	2	2	4	2				
<b>A2. FAUNA</b>																
a) Pájaros (Aves)	-1									3				-3	6	3
	3									2						
b) Animales terrestres (reptiles, anfibios)	-2													-4		-4
	2															
c) Especies en peligro																0
<b>A3. MICROFAUNA</b>																
a) Protozoos																
b) Nemátodos																
<b>B. FÍSICO</b>																
<b>B1. AGUA</b>																
a) Densidad					-2	-3								-23		-23
					4	5										
b) Viscosidad																0



i) Erosión			-2	-2					-2	-2	-3			-36	-36
			3	3					3	3	4				
<b>B3. CLIMA</b>															
a) Temperatura															
b) Pluviosidad															
c) Vientos															
<b>C. CULTURAL</b>															
<b>C1. SOCIO-ECONÓMICO</b>															
a) Educación															0
b) Salud y Seguridad															0
c) Empleo	6	2	3	5	4		5	4	4	3				151	151
	7	4	2	5	3		4	3	5	2					
d) Densidad de población															0
e) Turismo	6	3		5	3		5		5	5				143	143
	7	2		4	5		4		4	4					
f) Vivienda															0
g) Valor de la tierra	5	2	2	4			5		5	4				104	104
	6	2	3	3			5		3	3					
<b>C2. ESTÉTICOS Y DE INTERÉS HUMANO</b>															
a) Vistas panorámicas															
d) Composición del paisaje	4	4	5	2	2		4		5					94	94
	5	5	3	3	3		3		3						
<b>C3. SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA</b>															

a) Construcciones	3	3		6	4	2	5			3								110	110
	5	5		5	3	3	4			4									
b) Red de transporte																			
c) Red de servicios públicos										4								12	12
										3									
d) Eliminación de residuos sólidos													4					12	12
													3						
<b>D. PATRIMONIO CULTURAL</b>																			
<b>D1. MATERIAL</b>																			
a) Inmueble																			
b) Mueble																			
<b>D2. INMATERIAL</b>																			
a) Tradiciones y expresiones orales																			
b) Artes del espectáculo																			
c) Usos sociales, rituales y actos festivos																			
d) Conocimientos, usos relacionados con la naturaleza y el universo																			
Técnicas ancestrales artesanales																			
<b>E. RELACIONES ECOLÓGICAS</b>																			
a) Eutrofización																			
b) Cadenas alimenticias																			



IMPACTOS NEGATIVOS -	-98	-23	-15	-34	-56	-30	-56	-18	-9	-34	-18	-391
IMPACTOS POSITIVOS +	149	53	27	93	45	6	97	24	84	50	12	640
AGREGACIÓN DE IMPACTOS	51	30	12	59	-11	-24	41	6	75	16	-6	249

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.18 Presupuesto para las medidas de mitigación

##### 4.18.1 Para mitigar el efecto de la erosión del suelo por la nivelación y compactación del terreno

- Talento humano

**Tabla 34-4:** Talento humano

Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Jardinero	3	\$150	\$450
<b>Total</b>			\$450

Realizado por: Solís, 2020

#### Interpretación

Para mitigar la erosión del suelo se contratará un jardinero para que en el lugar plante árboles y demás especies de flores; por lo tanto, será el pago una vez por plantación y adecuación y 2 veces más para mantenimiento, por lo que en cantidad se ha puesto el número.

- Materiales e insumos

**Tabla 35-4:** Materiales e insumos

denominación	cantidad	costo mensual	costo anual
plantas ornamentales	10	\$0,75	\$8
Árboles de acacias (Robinia hispida)	8	\$3	\$24
Árboles de cucarda (Hibiscus rosa-sinensis)	9	3	\$27
total			\$59

Realizado por: Solís, 2020

#### **4.18.2 Para mitigar el efecto de pérdida de estructura del suelo por la construcción de todas las áreas**

- Materiales e insumos

- 

**Tabla 36-4:** Materiales e insumos

denominación	cantidad	costo mensual	costo anual
pingos	4	\$2	\$8
plásticos	3m	\$1,50	\$4,50
cajón de madera	4	\$6	\$24
total			\$37

Realizado por: Solís, 2020

#### **Interpretación**

Se recuperará la estructura del suelo a través de la creación de una Compostela pues el método común es cavar un hoyo para producir y mezclar el compost, la materia orgánica, el abono.

### **4.19 Viabilidad legal y administrativa**

#### **4.19.1 Análisis legal**

El análisis legal contemplo la revisión de los principales elementos de la constitución y las leyes relacionadas con el producto en diseño a efecto de contar con los fundamentos correspondientes que permitan establecer y administrar el proyecto.

- Análisis de la Constitución de la República del Ecuador

*La Constitución de la República del Ecuador 2008. Artículos 56 – 59 de los Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades. Artículos 283 – 309 el sistema y política económicos. Artículos 319 – 320 reconoce diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistemática,*

*valoración del trabajo y eficiencia económica y social.* (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador de 2007-2008 2008)

#### **4.19.2 Análisis de la Ley general de Turismo en el Ecuador**

Los artículos. 2,5, 8, 9, 10, ayudan a la definición del turismo y los objetivos de la política estatal del sector turístico, y define como actividades turísticas a los servicios de alimentación y bebidas, transporte, operación y agencias de viajes, para poder prestar los servicios turísticos se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento (MINTUR 2014).

#### **4.19.3 Análisis del reglamento general a la Ley de Turismo**

Los artículos. 43, 46, 47, 55, 60, definen a la operación turística como las diversas formas de viajes y visitas mediante agencias de viajes, operadoras que se definen como empresas comerciales. Para poder prestar los servicios turísticos se requiere obtener el registro de turismo y licencia anual de funcionamiento y obtener la licencia anual de funcionamiento (MINTUR 2014).

#### **4.19.4 Requisitos para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)**

A continuación, se detalla los lineamientos, requisitos y procesos para la obtención de la licencia única anual de funcionamiento:

- Solicitud de la licencia
- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de persona jurídica.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)
- Copia de la cédula de identidad y de la última papeleta de votación, a color del representante legal.
- Copia del contrato de compraventa del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar nombre comercial. (Si lo tuviera).
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento de local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia).

- Declaratoria de activos fijos para cancelación de uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa (Formulario MINTUR).
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (GOB.EC 2020).

#### ***4.19.5 Análisis de la Ley ordinaria de compañías***

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

De acuerdo con el artículo 310. Las entidades enumeradas en el Art. 308 podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también mediante la concesión de prestación de un servicio público por un período determinado (Ley de Compañías del Ecuador, 2017).

El artículo 311. Señala: Son aplicables a esta compañía las disposiciones relativas a la compañía anónima en cuanto no fueren contrarias a las contenidas en esta Sección.

El artículo 312. Señala: Los estatutos establecerán la forma de integrar el directorio, en el que deberán estar representados necesariamente tanto los accionistas del sector público como los del sector privado, en proporción al capital aportado por uno y otro.

Cuando la aportación del sector público exceda del cincuenta por ciento del capital de la compañía, uno de los directores de este sector será presidente del directorio (Ley de Compañías del Ecuador, 2017).

Asimismo, en los estatutos, si el Estado o las entidades u organismos del sector público, que participen en la compañía, así lo plantearan, se determinarán los requisitos y condiciones especiales que resultaren adecuados, respecto a la transferencia de las acciones y a la participación en el aumento de capital de la compañía.

El artículo 313. Señala: Las funciones del directorio y del gerente serán las determinadas por esta Ley para los directorios y gerentes de las compañías anónimas.

El artículo 314. Señala: Al formarse la compañía se expresará claramente la forma de distribución de utilidades entre el capital privado y el capital público.

El artículo 315. Señala: Las escrituras de constitución de las compañías de economía mixta, las de transformación, de reforma y modificaciones de estatutos, así como los correspondientes registros, se hallan exonerados de toda clase de impuestos y derechos fiscales, municipales o especiales (Ley de Compañías del Ecuador, 2017).

También se exonera de toda clase de impuestos municipales y adicionales a los actos y contratos y sus correspondientes registros, que efectúen las compañías de economía mixta,

en la parte que le correspondería pagar a éstas.

El Ministerio de Finanzas podrá exonerar temporalmente de impuestos y contribuciones a las compañías de economía mixta, para propiciar su establecimiento y desarrollo, con excepción de los establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno.

El artículo 316. Señala: En esta clase de compañías el capital privado podrá adquirir el aporte del Estado pagando su valor en efectivo, previa la valorización respectiva y procediendo como en los casos de fusión de compañías, y el Estado accederá a la cesión de dicho aporte.

Transferido el aporte del Estado a los accionistas privados, la compañía seguirá funcionando como si se tratase de una compañía anónima, sin derecho a las exoneraciones y beneficios que esta Ley concede a las compañías de economía mixta. En la organización de los directorios cesará la participación del Estado.

El Estado, por razones de utilidad pública, podrá en cualquier momento expropiar el monto del capital privado de una compañía de economía mixta, pagando íntegramente su valor en dinero y al contado, valor que se determinará previo balance, como para el caso de fusión.

Según el artículo 317. Señala: Si la compañía de economía mixta se formare para la prestación de nuevos servicios públicos o de servicios ya establecidos, vencido el término de su duración, el Estado podrá tomar a su cargo todas las acciones en poder de los particulares, transformando la compañía de economía mixta en una entidad administrativa para el servicio de utilidad pública para el que fue constituida (Ley de Compañías del Ecuador 2017).

#### ***4.19.6 Tipo de organización a crearse***

De acuerdo con la revisión de la legislación vigente en el país, se ha optado por la figura legal de “Compañía Anónima o Sociedad Anónima”, por cuánto cuenta con los suficientes parámetros de exigencia legal, para el correcto funcionamiento de una empresa y la formación de socios que puedan financiar el proyecto.

#### ***4.19.7 Requisitos para constituir la Sociedad Anónima***

- Reservar un nombre

Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo debes revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que has pensado para la tuya.

Elaborar los estatutos Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

Abrir una cuenta de integración de capital Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos que pueden variar dependiendo del banco son:

- 1) Capital mínimo: \$800 para sociedad anónima (valores referenciales).
- 2) Carta de socios en la que se detalle la participación de cada uno.

3) Copias de cédula y papeleta de votación de cada uno.

4) Capital social. Finalmente se debe pedir el certificado de cuentas de integración de capital una vez cumplido los requisitos. d. Elevar a escritura pública Acudir donde un notario público y llevar la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

Aprueba el estatuto Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

Publicar en un diario La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

Obtener los permisos municipales En el municipio de la ciudad donde se crea la empresa se debe pagar la patente municipal y pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones. Una vez que la escritura está inscrita en el Registro Mercantil, tendrás que acudir de nuevo al municipio y pedir el Clasificación Internacional de Funcionamiento definitivo.

Inscribir la compañía Con todos los documentos antes descritos, acudir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

Realizar la junta general de accionistas Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

Obtener los documentos habilitantes Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

Inscribir el nombramiento del representante Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribir el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

▪ Obtener el RUC El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

1) El formulario correspondiente debidamente lleno

2) Original y copia de la escritura de constitución

3) Original y copia de los nombramientos

4) Copias de cédula y papeleta de votación de los socios

5) De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite m. Obtener la carta para el banco Con el RUC, la Superintendencia de

Compañías entregará una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta, para que se pueda disponer del valor depositado (Ley de Compañías del Ecuador 2017).

#### 4.20 Requisitos para la estructura legal

**Tabla 37-4:** Requerimientos para la estructura legal

Requisito	Gasto
Apertura de cuenta	\$ 5,00
Depósito para la apertura de la cuenta	\$ 200,00
Elevar minuta a escritura pública	\$ 150,00
Afiliación a la cámara de turismo	\$ 150,00
Publicación del estado de la compañía	\$ 45,00
Registro de escritura e inscripción	\$ 33,60
Formularios del RUC	\$ 1,50
Trámite del RUC	\$ 10,00
Copia notariada de las escrituras	\$ 10,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 605,10</b>

Fuente: (Ley de Compañías del Ecuador, 2017)

##### 4.20.1 Permisos de funcionamiento

**Tabla 38-4:** Permisos de funcionamiento

Permiso	Gasto
Permiso de funcionamiento otorgado por la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria ARCOSA	\$ 50,00
Patente municipal de funcionamiento	\$ 25,00
Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos	\$ 10,00
Permiso de agro calidad	\$ 50,00
Licencia única anual de funcionamiento LUAF	\$ 40,00
Registro para desarrollar actividades turísticas	\$ 50,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 225,00</b>

Fuente: (MINTUR, 2014)

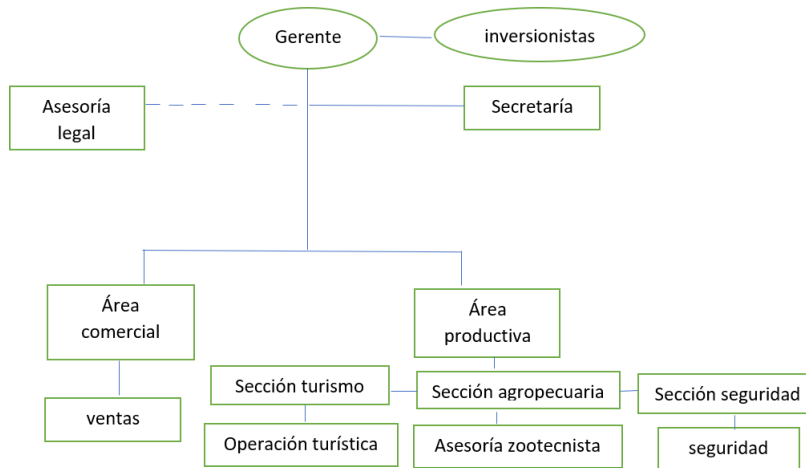
#### 4.21 Análisis administrativo

Para la coordinación del resort se desarrollaron dos niveles:

Nivel administrativo financiero y nivel operativo.

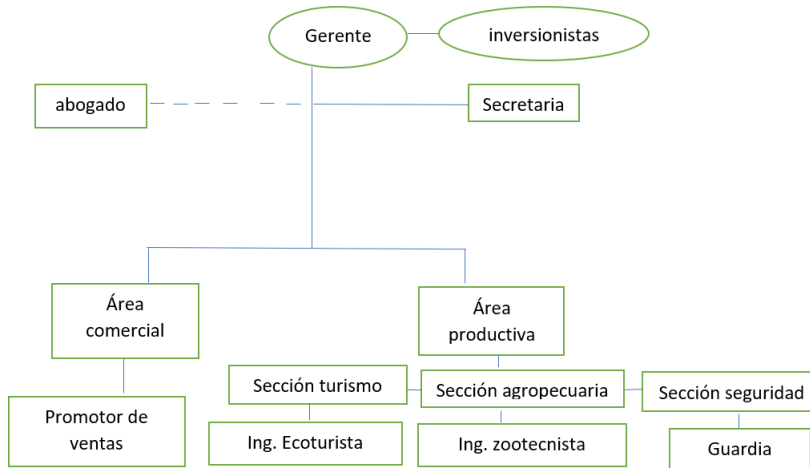
Cada una de estas áreas estará integrada por varios componentes, mismos que se describen a continuación con su manual de funciones respectivo.

### 4.21.1 Organigrama estructural



**Figura 13-4:** Organigrama estructural del resort

Realizado por: Solís, 2020



**Figura 14-4:** Organigrama funcional del resort

Realizado por: Solís, 2020

## 4.22 Manual de cargos y funciones

Para la operación del resort se dará a través de la categoría de Compañía o sociedad anónima, donde se incluye un manual de cargos y funciones, de acuerdo con lo que se estableció en la estructura orgánica, con la finalidad de establecer responsabilidades y el perfil para cada cargo.

### 4.22.1 Cargo gerente

**Misión del cargo:** Gestionar, supervisar, orientar, y organizar todo a cerca de los servicios, personal de atención y miembros de la empresa.

Requisitos

- Experiencia laboral y personal



- Título de tercer nivel en Ingeniería en Ecoturismo, Administración turística o Licenciado/a en Administración de Empresas.
- Manejar el idioma Inglés.
- Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.
- Capacidad de liderazgo
- Facilidad de palabra.
- Habilidad para relacionarse y trabajar en equipo.
- Excelente calidad humana

#### Conocimientos

- Planificación de actividades y control de resultados.
- Administración de productos turísticos.
- Conocimientos básicos de calidad, costos, producción, servicios y ventas.
- Conocimientos de contabilidad.
- Dominio de actividades turísticas.

#### Responsabilidades

- Representar legalmente a la empresa.
- Fijar las metas y presupuestos a corto, mediano y largo plazo.
- Convocar a asambleas ordinarias y extraordinarias.
- Tomar decisiones en función del desarrollo de la comunidades y actividades y actividad turística – productiva.
- Controlar el cumplimiento de la planificación y supervisar su ejecución.
- Mantener las relaciones con los contactos externos y socios estratégicos.
- Asegurar y velar por la rentabilidad del proyecto.
- Supervisar el recurso económico los ingresos y egresos.
- Supervisar la calidad los servicios turísticos y actividades.
- Aplicar sanciones disciplinarias de acuerdo con el reglamento interno.

#### **4.22.2 Cargo: secretario/a**

**Misión del cargo:** Revisar, procesar, archivar e informar todas las transacciones concernientes a la empresa.

Experiencia laboral y personal

- Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier especialidad, acorde a la decisión de la asamblea.
- Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.
- Facilidad de palabra.
- Habilidad para relacionarse y trabajar en equipo.

Conocimientos

Tener conocimiento de información básica en:

- Contabilidad
- Administración
- Facturación.

Responsabilidades

- Acatar la disposición y los estatutos.
- Asistir a asambleas ordinarias y extraordinarias.
- Revisar actas, resoluciones de la asamblea y directorio.
- Realizar apuntes de acuerdo con el desarrollo de las asambleas ordinarias y extraordinarias.
- Elaborar nóminas y archivos.
- Documentar inventarios, llamadas, reservaciones.
- Trabajar en coordinación directa con el administrador.
- Conocer y dar información sobre el producto, servicios, actividades existentes en la oferta.
- Atender y recibir el manejo de quejas y solicitudes de los turistas.
- Presentar un informe mensual sobre las actividades realizadas por la empresa

#### **4.22.3 Cargo: promotor de ventas**

**Misión del cargo:** Ventas y manejo de recepciones

Experiencia laboral y personal

- El requerimiento para ejercer la recepción es ser Ingeniero/a en ecoturismo, relaciones humanas, o afines.
- El solicitante no necesita experiencia laboral.
- Uso correcto de equipos electrónicos, y equipos de oficina como, fotocopidora, escáner, teléfonos. Habilidades organizativas.
- Habilidades de comunicación.

Conocimientos

- Manejo adecuado de paquetes tecnológicos.
- Capacidad de negociación.
- Polifuncional.

Responsabilidades

- Tener en orden todos los documentos de registro de visitas de la granja.
- Manejar las agendas del gerente, documentación.
- Recibir a los turistas.
- Ofertar los servicios y actividades.
- Brindar información extra en caso de que los visitantes la requieran.

#### **4.22.4 Cargo: Encargado del sistema turístico**

**Misión del cargo:** controlar producción de truchas del resort

Experiencia laboral y personal

- Ser ingeniero zootecnista, agropecuario o afines.
- Experiencia mínima de 1 año.
- Habilidades organizativas
- Habilidades de comunicación

Conocimientos

- Conocimiento de la crianza de truchas

- Suelo
- Agua
- clima
- tierra

Responsabilidades

- Encargado de controlar, la alimentación adecuada de las Truchas.
- Evitar plagas.
- Dominar la información del mantenimiento de truchas.
- Brindar explicación de la producción de truchas.

#### **4.22.5 Cargo: Operador turístico**

**Misión del cargo:** coordinar la actividad turística

Experiencia laboral y personal

No necesita tener experiencia laboral sin embargo debe mostrar habilidad para el desarrollo del cargo.

Responsabilidades

- Conocimiento de operación turística
- Creación de estrategias eficientes
- Conocimiento mínimo de todas las actividades a realizar

#### **4.22.6 Cargo: Guardia**

**Misión del cargo:** mantener y precautelar la seguridad del lugar.

Experiencia laboral y personal

- 1 año de experiencia
- Pertenecer a una empresa de seguridad
- Ser responsable

Responsabilidades

- Vigilar y precautelar el orden de la granja turística

- Proporcionar información a los visitantes cuando lo requieran
- Resguardar los bienes materiales tanto de la granja como de los visitantes
- Resguardar la integridad de los turistas

#### **4.23 Reglamento interno para funcionarios y clientes**

✓ Reglamento interno para funcionarios

Periodo de prueba

La empresa una vez admitida el aspirante podrá estipular con él, un periodo inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de éste, las conveniencias de las condiciones de trabajo.

El periodo de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo.

El periodo de prueba no puede exceder de dos (2) meses.

El periodo de prueba puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero si expirado el periodo de prueba y el trabajador continuarse al servicio del patrono, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los servicios prestados por aquel a éste se considerarán regulados por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho periodo de prueba.

Los trabajadores en periodo de prueba gozan de todas las prestaciones.

El horario de atención al cliente será de viernes a domingo en horario de 10:00 a 16:00, tomando en cuenta el almuerzo de 13:00 a 14:00. Serán horarios rotativos, según las actividades planificadas por día.

El horario no está sujeto a cambios, siendo una excepción los feriados.

Los retrasos mayores a 30 minutos tendrán descuento del 5% del sueldo. Con el tercer atraso, se descontará el 10%.

Cada empleado debe llenar las fichas de entrada y salida, las mismas que estarán disponibles hasta 10 minutos después de la hora de entrada y 10 minutos antes de la hora de salida.

Prohibiciones a los trabajadores

- Realizar las actividades que pongan en peligro su integridad y la de sus compañeros.
- Ser promotor de escándalos o riñas.
- No atender amablemente a los clientes.
- Irrespetar a los compañeros y jefes.

#### Obligaciones del trabajador

- Comunicar al gerente o propietarios si existen irregularidades.
- Mantener la información de la empresa en total discreción.
- Actuar en beneficio de la empresa.

#### Normativa para la prestación de servicios (Prestador-cliente)

- El cliente siempre tiene la razón.
- Se hará hasta lo imposible por satisfacer al cliente.
- Satisfacer al cliente y sobrepasar su expectativa.
- Lograr que el cliente se sienta en casa, que se motive para volver e incluso para promocionar la empresa.
- Evitar fallar en pedidos o peticiones.
- Estar pendientes de la opinión del cliente de manera amable, en caso de que no esté contento, tratar de remediar la situación.
- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo.
- Resolver quejas y tomar en cuenta sugerencias para el desarrollo de la empresa.

#### Reglamento para clientes

- ✓ Proteger la naturaleza.
- ✓ Utilizar las instalaciones de manera adecuada.
- ✓ Respetar los senderos
- ✓ Acatar las disposiciones de los guías.
- ✓ Respetar al resto de turistas.
- ✓ No arrojar basura en lugares no dispuestos para este fin.
- ✓ No libar en el sitio.
- ✓ No tocar las plantaciones.
- ✓ No dañar las áreas verdes.

#### **4.24 Presupuesto para el área administrativa**

##### **4.24.1 Talento humano**

- Mano de obra directa

**Tabla 39-4:** Talento humano para el área administrativa

Denominación	Cantidad	Remuneración	Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%	Porcional décimo tercero	Porcional décimo cuarto	Fondo de reserva 8,33%	Gasto mensual	Gasto Anual
Gerente general	1	800	75,6	89,2	800	400	66,64	964,8	12844,24
Secretario/a	1	430	40,6	47,9	430	400	35,82	518,6	7088,779
Abogado	1								1000
guardia	1	400	37,8	44,6	400	400	33,32	482,4	6622,12
<b>Total</b>									<b>27555,139</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.24.2 Materiales e insumos

**Tabla40-4:** Materiales e insumos para el área administrativa

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
<b>Servicios Básicos</b>	1	100	1200
Resma papel bond	5	3,5	17,5
Caja de lápices	15	0,25	3,75
Borradores	10	0,25	2
Caja de esferos	3	7,2	21,6
Caja de grapas	12	1,5	18
Carpeta-archivador	2	3,5	7
Etiquetas memoria	3	0,7	2,1
Cinta adhesiva	4	0,5	2
Cajas de clips	2	0,5	1
tóner de tinta	4	60	240
Corrector liquido	3	0,8	2,4

Resaltadores	3	0,8	2,4
<b>Total</b>			<b>1519,75</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.24.3 Activos fijos

**Tabla 41-4:** Activos fijos para el área administrativa

Tipo	Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
<b>Maquinaria y equipos</b>	Reloj de pared	1	10	10
	Dispensador de agua	1	30	30
	Perforadora	1	5	5
	Grapadora	1	5	5
	Calculadora	1	10	10
	Teléfono convencional	1	40	40
<b>Equipo de computo</b>	Computadora	1	800	800
	Impresora multifuncional	1	500	500
	flash memory	1	12	12
<b>Muebles y enseres</b>	Alfombra	1	100	100
	Cuadros decorativos	4	20	80
	Archivador	1	70	70



	Sillas	5	20	100
	Mesa de trabajo	1	80	80
	Escritorio	1	100	100
<b>Total</b>				1942

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.24.4 Activos diferidos

**Tabla 42-4:** Activos diferidos para el área administrativa

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
Estudio administrativo	1	1000	1000
Selección del personal	1	300	300
Estudio técnico	1	1000	1000
Capacitación al personal antes del funcionamiento	1	1000	1000
<b>Total</b>			<b>3.300</b>

Realizado por: Solís, 2020

## 4.25 Evaluación financiera

### 4.25.1 Resumen de inversiones

- Activos fijos

**Tabla 43-4:** Resumen de activos fijos

Variable	Área comercial	Área productiva	Área administrativa	Total
Terreno	600	9800		10400
Construcción y edificación	10800	11900		22700
Equipos y maquinarias	1015	1950	100	3065
Muebles y enseres	1176	3520	530	5226
Equipo de computo	1162		1300	2462
<b>Total</b>	<b>14753</b>	<b>27170</b>	<b>1930</b>	<b>43853</b>

Realizado por: Solís, 2020

- Activos diferidos

**Tabla 44-4:** Resumen de activos diferidos

Variable	Área comercial	Área productiva	Área administrativa	Total
Materiales y equipos	200			\$200
Capacitación antes del funcionamiento	1000	1000	1000	\$3.000
Estudios	2000	1000	2000	\$5.000
Selección del personal			300	\$300
Constitución			605,1	\$605
Patentes y licencias			225	\$225
Publicidad	250			\$250
<b>Total</b>	<b>3450</b>	<b>2000</b>	<b>4130,1</b>	<b>\$9.580</b>

Realizado por: Solís, 2020

## 4.26 Costos y gastos

**Tabla 45-4:** Resumen de costos y gastos

Variable	Área comercial	Área productiva	Área administrativa	Total
Sueldos y salarios	6276		27555,14	33831,139
MOD		6168,52		6168,52
MOI		6168,52		6168,52
Materiales e insumos	231,45	1779,7	1519,75	3530,9
Publicidad	520			520
Servicios básicos			1200	1200
<b>Total</b>	<b>7027,45</b>	<b>14116,74</b>	<b>30274,889</b>	<b>51419,079</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.27 Inversiones

**Tabla 46-4:** Inversiones

<b>Inversiones</b>	<b>Total</b>
<b>Activos fijos</b>	<b>\$43.853,00</b>
Terreno	\$10.400
Construcciones y edificaciones	\$22.700
Equipos y maquinaria	\$3.065
Muebles y enseres	\$5.226
Equipo de computo	\$2.462
<b>Activos diferidos</b>	<b>\$12.759</b>
Constitución	\$605
Patentes y licencias	\$225
Estudio de Impacto Ambiental	\$545
Selección del personal	\$300
Estudios: mercado, técnico, legal, administrativo	\$5.000
Capacitación	\$3.000
Promoción y publicidad antes	\$250
Gastos financieros	\$2.834,15
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$51.919,08</b>
MOD	\$6.168,5
MOI	\$6.168,5
Sueldos y salarios	\$33.831
Servicios básicos	\$1.200
Publicidad	\$520
Materiales e insumos	\$3.531
Contingencias	\$500
<b>Total</b>	<b>\$108.531,33</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.28 Usos y fuentes

**Tabla 47-4:** Usos y fuentes

<b>Inversiones</b>	<b>Total</b>	<b>fuentes de financiamiento</b>	
		inversión propia	Préstamo
<b>Activos fijos</b>	\$43.853,00	<b>\$18.088,00</b>	<b>\$25.765,00</b>
Terreno	\$10.400,00	\$10.400,00	
Construcciones y edificaciones	\$22.700,00		\$22.700,00
Equipos y maquinaria	\$3.065,00		\$3.065,00
Muebles y enseres	\$5.226,00	\$5.226,00	
Equipo de computo	\$2.462,00	\$2.462,00	
<b>Activos diferidos</b>	\$12.759,25	<b>\$12.759,25</b>	
Constitución	\$605,10	\$605,10	
Patentes y licencias	\$225,00	\$225,00	

Estudio de Impacto Ambiental	\$545,00	\$545,00	
Selección del personal	\$300,00	\$300,00	
Estudios: mercado, técnico, legal, administrativo	\$5.000,00	\$5.000,00	
Capacitación	\$3.000,00	\$3.000,00	
Promoción y publicidad antes	\$250,00	\$250,00	
Gastos financieros	\$2.834	\$2.834,15	
<b>Capital de trabajo</b>	\$51.919,08	\$51.919,08	
MOD	\$6.168,52	\$6.168,52	
MOI	\$6.168,52	\$6.168,52	
Sueldos y salarios	\$33.831,14	\$33.831,14	
Servicios básicos	\$1.200,00	\$1.200,00	
Publicidad	\$520,00	\$520,00	
Materiales e insumos	\$3.530,90	\$3.530,90	
Contingencias	\$500,00	\$500,00	
<b>Total</b>	\$108.531,33	<b>\$82.766,33</b>	<b>\$25.765</b>
<b>porcentaje</b>	100%	<b>73%</b>	<b>27%</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.29 Cálculo de pago de la deuda

El cálculo de la deuda se hace con un interés del 11% según Ban Ecuador que es la entidad que facilitaría el crédito.

**Tabla 48-4:** Cálculo de pago de la deuda

Año	Préstamo	Capital por pagar	Interés	Cuota anual	Saldo
2021	\$25.765	\$5.153	\$2.834,15	\$7.987,15	\$20.612
2022	\$20.612	\$5.153	\$2.267	\$7.420	\$15.459
2023	\$15.459	\$5.153	\$1.700	\$6.853	\$10.306
2024	\$10.306	\$5.153	\$1.134	\$6.287	\$5.153
2025	\$5.153	\$5.153	\$567	\$5.720	\$0
<b>Total</b>		<b>\$25.765,00</b>	<b>\$8.502,45</b>	<b>\$34.267,45</b>	

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.30 Depreciación de activos fijos

**Tabla 49-4:** Depreciación de activos fijos

Activo	Valor del bien	Depreciación por la ley (Años)	Depreciación anual	Depreciación por uso en el proyecto (5 años)	Valor de salvamento
Equipos de computo	\$2.462,00	3	\$821	\$4.103	\$0
Maquinaria y equipos	\$3.065	10	\$307	\$1.533	\$1.533
Muebles y enseres	\$5.226	10	\$522,60	\$2.613	\$2.613

Construcciones y edificaciones	\$22.700	20	\$1.135,00	\$5.675	\$17.025
<b>Total</b>			<b>\$2.784,77</b>	<b>\$13.924</b>	<b>\$21.171</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.31 Amortización de activos diferidos

Tabla 50-4: Amortización de activos diferidos

Activos diferidos	2022	2023	2024	2025	2026
\$12.759,25	\$2.551,85	\$2.551,85	\$2.551,85	\$2.551,85	\$2.551,85

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.32 Costos y gastos

Tabla 51-4: Costos y gastos

Denominación	2022	2023	2024	2025	2026	costos fijos	variables
<b>Costos de producción</b>							
Mano de obra directa	\$6.353,58	\$6.740,51	\$7.365,54	\$8.289,98	\$9.610,35		\$38.359,95
Materiales e insumos	\$1.779,70	\$1.833,09	\$1.888,08	\$1.944,73	\$2.003,07		\$9.448,67
Mano de obra indirecta	\$6.168,52	\$6.353,58	\$6.544,18	\$6.740,51	\$6.942,72	\$32.749,51	
<b>SUB TOTAL 1</b>	<b>\$14.301,80</b>	<b>\$14.730,85</b>	<b>\$15.172,77</b>	<b>\$15.627,96</b>	<b>\$16.096,80</b>		
<b>Gastos Administrativos</b>							
Sueldos y salarios	\$28.381,79	\$30.110,24	\$31.943,96	\$34.906,03	\$39.287,04	\$164.629,06	
Servicios básicos	\$1.200,00	\$1.236,00	\$1.273,08	\$1.311,27	\$1.350,61	\$6.370,96	
Depreciaciones	\$21.171	\$21.805,62	\$22.459,78	\$23.133,58	\$23.827,58	\$112.397,06	
Materiales e insumos	\$1.519,75	\$1.565,34	\$1.612,30	\$1.660,67	\$1.710,49		
Permisos para el funcionamiento	\$830	\$855,00	\$880,65	\$907,07	\$934,28	\$4.407,11	
<b>SUB TOTAL 2</b>	<b>\$53.102,14</b>	<b>\$54.695,21</b>	<b>\$56.336,06</b>	<b>\$58.026,15</b>	<b>\$59.766,93</b>		
<b>Gastos comerciales</b>							
Sueldos y salarios	\$6.276	\$6.276	\$6.276	\$6.276	\$6.276	\$31.380	
Materiales e insumos	\$231,45	\$238	\$245,55	\$252,91	\$260,50		\$1.228,80
Promoción y publicidad	\$520	\$536	\$551,67	\$568,22	\$585,26	\$2.760,75	
<b>SUB TOTAL 3</b>	<b>\$7.027,45</b>	<b>\$7.238</b>	<b>\$7.455,42</b>	<b>\$7.679,08</b>	<b>\$7.909,46</b>		
<b>Gastos financieros</b>							
Interés durante el funcionamiento	\$2.834,15	\$2.267,32	\$1.700,49	\$1.133,66	\$566,83	\$8.502,45	
<b>SUB TOTAL 4</b>	<b>\$2.834,15</b>	<b>\$2.919,17</b>	<b>\$3.006,75</b>	<b>\$3.096,95</b>	<b>\$3.189,86</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>\$77.265,54</b>	<b>\$79.583,50</b>	<b>\$81.971,01</b>	<b>\$84.430,14</b>	<b>\$86.963,04</b>	<b>\$363.196,91</b>	<b>\$49.037,42</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.33 Presupuesto de ingresos

Tabla 52-4: Ingresos

Denominación	2022	2023	2024	2025	2026	total
clientes	3745	3856	3973	4094	4215	19.883
PVP	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	150
Ingreso	\$112.350	\$115.680	\$119.190	\$122.820	\$126.450	596.490
<b>Total</b>	<b>\$112.350</b>	<b>\$115.680</b>	<b>\$119.190</b>	<b>\$122.820</b>	<b>\$126.450</b>	596.490

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.34 Punto de equilibrio

Tabla 53-4: Punto de equilibrio

Rubro	
Costos fijos totales	\$363.196,91
Costos variables totales	\$49.037,42
Cientes por atender	19.883
Precio de mercado	25
Costo unitario variable	\$2,47
QE	14525
YE	\$6.276
PE	\$20,73
MG	\$4,27
PVP	\$30,00
%	%45
U	%66,35

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.35 Estado de resultados

Tabla 54-4: Estado de resultados

Denominación	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	\$112.350	\$115.680	\$119.190	\$122.820	\$126.450
Costo de producción	\$14.301,80	\$14.730,85	\$15.172,77	\$15.627,96	\$16.096,80
Utilidad bruta	<b>\$98.048</b>	<b>\$100.949</b>	<b>\$104.017</b>	<b>\$107.192</b>	<b>\$110.353</b>
Gastos administrativos	\$53.102,14	\$54.695,21	\$56.336,06	\$58.026,15	\$59.766,93
Gastos comerciales	\$7.027,45	\$7.238,27	\$7.455,42	\$7.679,08	\$7.909,46
Gastos financieros	\$2.834,15	\$2.919,17	\$3.006,75	\$3.096,95	\$3.189,86
Utilidades antes de impuestos	<b>\$35.084</b>	<b>\$36.096</b>	<b>\$37.219</b>	<b>\$38.390</b>	<b>\$39.487</b>
Impuestos (25%)	\$8.771	\$9.024	\$9.305	\$9.597	\$9.872
Utilidades antes de repartición de utilidades	\$26.313	\$27.072	\$27.914	\$28.792	\$29.615
Repartición de utilidades (15%)	\$3.947	\$4.061	\$4.187	\$4.319	\$4.442
Utilidad neta	<b>\$22.366</b>	<b>\$23.012</b>	<b>\$23.727</b>	<b>\$24.474</b>	<b>\$25.173</b>

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.36 Flujo de caja

Tabla 55-4: Flujo de caja

Denominaciones	2021	2022	2023	2024	2025	2026
----------------	------	------	------	------	------	------

Inversiones	\$108.531,33					
Recuperación del capital de trabajo						\$51.919,08
Valor del salvamento						\$21.171
Depreciaciones		\$2.784,77	\$2.784,77	\$2.784,77	\$2.784,77	\$2.784,77
UTILIDAD NETA		\$22.366	\$23.012	\$23.727	\$24.474	\$25.173
<b>Flujo de caja neta</b>	<b>\$108.531,33</b>	<b>\$25.151,11</b>	<b>\$25.796,28</b>	<b>\$26.511,87</b>	<b>\$27.258,30</b>	<b>\$101.047,28</b>

Realizado por: Solís, 2020

### 4.37 Evaluación financiera

**Tabla 56-4:** Valor actual neto

Denominación	2021 (0)	2022 (1)	2023 (2)	2024 (3)	2025 (4)	2026 (5)
Flujo de caja	-108.531,33	25.151,11	25.796,28	26.511,87	27.258,30	101.047,28
Factor de actualización	$1/1(1+0.059)^0$	$1/1(1+0.059)^1$	$1/1(1+0.059)^2$	$1/1(1+0.059)^3$	$1/1(1+0.059)^4$	$1/1(1+0.059)^5$
	1	0,94	0,89	0,84	0,79	0,75
Flujo de caja actualizado						
(flujo de caja descontado)	108.531,33	23642,04406	22958,69122	22269,973	21534,059	75785,4598
Flujo de caja actualizado acumulado			46600,73528	68870,708	90404,767	166190,227

Realizado por: Solís, 2020

#### 4.37.1 Fórmula del VAN

VAN = sumatoria de los valores positivos del flujo de caja actualizado – la sumatoria de los valores negativos del flujo de caja actualizada

$$\text{VAN} = 166190,227 - 108.531,33$$

$$\text{VAN} = 57.659$$

#### Interpretación

Cuando el VAN es positivo y mayor a cero; el proyecto es rentable.

#### 4.37.2 Relación Beneficio Costo (RBC)

$\Sigma$  de los valores positivos del flujo de caja actualizado

$$\text{RBC} = \frac{\Sigma \text{ de los valores positivos del flujo de caja actualizado}}{\Sigma \text{ de los valores negativos del flujo de caja actualizada}}$$

$\Sigma$  de los valores negativos del flujo de caja actualizada

$$\text{RBC} = 1,53$$

Cuando la relación beneficio costo es mayor a 1 el proyecto es rentable. Por cada dólar invertido se recupera el dólar y se gana en este caso 0,53 de dólar.

#### 4.37.3 Recuperación del capital (PRC)

**PRC**= el capital será recuperado entre el año 4-5

#### **4.37.4 Tasa interna de retorno (TIR)**

**TIR**= 20%

Siendo superior a la tasa del banco, esto nos permite observar que es rentable.



## CONCLUSIONES

- El proyecto es viable comercialmente debido a la existencia de una demanda insatisfecha para el primer año de 43.317 y para el último año de 4.215 de clientes, también puede operarse técnicamente ya que se considera un 8,31% de la capacidad operativa con relación a la demanda insatisfecha, es decir, existen las condiciones para ofrecer los productos y servicios propuestos en el resort, además, este resort reporta 249 en total de agregación de impactos ambientales, siendo positivo, el resultado el proyecto es viable.
- Tomando en cuenta el análisis legal administrativo, el “Complejo Turístico Tinguichaca” funcionará como una Sociedad Anónima en cumplimiento al marco legal ecuatoriano; para su administración se ha previsto la estructuración de los organigramas estructural y funcional, se ha diseñado el manual de funciones y responsabilidades acorde al tipo de sociedad definida.
- La inversión inicial del resort es de \$ 108.531,33, calculado el VAN se obtiene un valor de \$57.659 siendo este una cantidad positiva, una RBC de 1,53ctvs., la TIR dio como resultado un 20% mayor al interés que pagan los bancos como ahorro; el PRC se encuentra entre el año 4-5 quiere decir entre el año 2025 y 2026; indicadores financieros que permiten determinar que el proyecto es viable y rentable financieramente.
- Siendo el proyecto viable en términos comerciales, técnicos, ambientales, legales, administrativos y financieros, el resort es factible.

## **RECOMENDACIONES**

- Siendo el proyecto viable bajo los términos comerciales, técnicos, ambientales, legales, administrativos y financieros, el proyecto es factible, se recomienda su ejecución en función al presupuesto de las áreas.
- Siendo el resort “Complejo Turístico Tinguichaca” rentable, se recomienda su financiamiento e implementación.
- Una vez iniciado el proyecto, capacitarlo para siempre brindar un buen servicio.

## BIBLIOGRAFÍA

**ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE DE ECUADOR DE 2007-2008.** *Constitución del Ecuador. Registro Oficial*, no. 20 de Octubre, 2008. pp. 173. ISSN 1098-6596.

**ASAMBLEA CONSTITUYENTE.** *Ley de compañías del Ecuador. Registro Oficial 312* [en línea]. 2017. no. Libro I, pp. 71-72. Disponible en: [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf).

**CALAPUCHA ALVARADO, Jairo Stalin.** Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Lodge en la Comunidad Verde Sumaco (Trabajo de titulación) (Pre grado). *Escuela Superior Politécnica De Chimborazo*, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Riobamba-Ecuador. 2019. pp. 1-18.

**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE MORONA SANTIAGO.** *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.* [en línea]. 2018. Disponible en: <https://www.proturec.com/morona-santiago/#:~:text=La Provincia de Morona Santiago,extensa llanura amazónica al este>.

**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE MORONA SANTIAGO.** *Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.* [en línea]. p. 218. Disponible en: [http://app.sni.gob.ec/sinlink/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1460000290001\\_DOCUMENTO\\_FINAL\\_PCDOT\\_M\\_2015-2019\\_15-03-2015\\_21-36-57.pdf](http://app.sni.gob.ec/sinlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1460000290001_DOCUMENTO_FINAL_PCDOT_M_2015-2019_15-03-2015_21-36-57.pdf).

**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA ZUÑAC.** *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.* 2019. pp. 1-162. [consulta: 1 Octubre 2020]. disponible en: [http://app.sni.gob.ec/sinlink/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1460016960001\\_PDYDOT%202015%20DIAGNOSTICO\\_24-06-2015\\_22-03-01.pdf](http://app.sni.gob.ec/sinlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1460016960001_PDYDOT%202015%20DIAGNOSTICO_24-06-2015_22-03-01.pdf)

**LOPEZ, MARÍA;** et al. *Estudio administrativo un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión.* [en línea]. 2012. p. 9. Disponible en: <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>.

**LUNA, R. & CHAVES, D.** *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos. Capas* [en línea]. 2017. vol. 1, no. 1, p. 1. Disponible en: [file:///C:/Users/DELL/Desktop/Anteproyecto bibliografias/4Guia\\_Factibilidad\\_Proyectos\\_Ecoturisticos\\_CAPAS.pdf](file:///C:/Users/DELL/Desktop/Anteproyecto%20bibliografias/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf).

**MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR.** *Licencia Única Anual de Funcionamiento..* [en línea]. 2020. Disponible en: <https://www.gob.ec/index.php/gadmcp/tramites/licencia-unica-anual-funcionamiento-luaf>.

**MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR.** *Ley De Turismo Del Ecuador. Lexis* [en línea]. 2014. vol. 1, p. 11. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/666/66627452008.pdf>.

**MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR.** *Manual de aplicación del reglamento de alojamiento turístico.* [en línea]. 2016. vol., no. 465 de 24-mar.2015, pp. 1-17. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>.

**MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR.** *Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019* [blog]. [Consulta: 1 Marzo 2021]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/#:~:text=4%25%20en%202019->

,Promedio%20de%20llegada%20de%20visitantes%20extranjeros%20a%20Ecuador%20creció%204,Migración%20del%20Ministerio%20de%20Gobierno

**MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR.** *Plan Nacional de Turismo 2030. Quito-Ecuador:* 2019. [consulta: 1 Octubre 2020].disponible en: PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\_compressed.pdf.

**OROZCO, J.** *Evaluación financiera de proyectos.* [en línea]. *ECO E Ediciones*, 2005. pp. 6-28. Disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/vallemexicosp/reader.action?docID=3213506>.

**UNIVERSIDAD INTERAMERICANA PARA EL DESARROLLO.** *Evaluación de Proyectos de Inversión.* 2017. no. 4., p. 3.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO-FACULTAD DE ECONOMÍA.** *Evaluación económica.* 2011. vol. 4, pp. 120-150.

**ANEXOS**

**ANEXO A: MATRIZ DE LEOPOLD**

		ACTIVIDADES PRINCIPALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL PROYECTO												
		MEDIOS												
A. BIOLÓGICO														
A1. FLORA														
a) Árboles														
b) Arbustos														
c) Matas														
d) Hierbas														
A2. FAUNA														
a) Pájaros (Aves)														
b) Animales terrestres (reptiles, anfibios)														
c) Especies en peligro														
A3. MICROFAUNA														
a) Protozoos														
		a) Alteración de la cobertura vegetal												
		b) Nivelación y compactación del terreno												
		c) Limpieza y desbroce												
		d) Construcción de infraestructura												
		f) Construcción de piscinas de pesca deportiva												
		g) Alteración de la hidrología superficial												
		h) Construcción del resort												
		i) Construcción de Parqueadero												
		j) Construcción del área de recreación												
		k) Construcción de espacio para venta de souvenirs												
		l) Implementación de tachos para recolección de basura												
		<b>IMPACTOS NEGATIVOS -</b>												
		<b>IMPACTOS POSITIVOS +</b>												
		<b>AGREGACIÓN DE IMPACTOS</b>												





## **ANEXO B: ENCUESTA**

Resort Tinguichaca en la parroquia Zuñac

Genero

-Masculino -Femenino

Procedencia

-Morona -Nacional - Extranjero

Edad

15-20 21-30 31-40 41-50 51-60

Nivel de instrucción

-Primaria -Secundaria -Universitario -Postgrado

1.- ¿Le gustaría visitar un resort en el cantón Morona? (Si su respuesta es NO finalice el cuestionario)

-Si -No

2.-¿Qué servicios le gustaría encontrar en el resort? Escoja los que considere necesarios

-Alojamiento -Pesca deportiva -Restaurante

3.-¿Qué servicios complementarios le gustaría que se ofrezca en el resort?

-Parqueadero -Tienda de souvenirs

4.- ¿Por lo general cuando usted realiza estas actividades? ¿Cuántas personas le acompañan?

-Solo -2 personas -3 personas -Más de tres personas

5.-¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios percibidos?

-\$15 -\$20 -\$25

6.- Generalmente usted paga los servicios con:

-Efectivo -Cheque -Tarjeta

7.-¿Cuál es el medio por el cual se informa antes de viajar?

-Periódicos o afiches turísticos -Tv -Redes sociales -Agencias de viajes -  
Recomendaciones personales





**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS DEL APRENDIZAJE  
UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y DOCUMENTAL**

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

**Fecha de entrega:** 11 / 10 / 2021

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> <i>Cristian René Solís Bravo</i>
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> <i>Recursos Naturales</i>
<b>Carrera:</b> <i>Turismo</i>
<b>Título a optar:</b> <i>Ingeniero en Ecoturismo</i>
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> <i>Lic. Luis Caminos Vargas Mgs.</i>



1792-DBRA-UTP-2021