

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN COMPLEJO TURÍSTICO  
DEPORTIVO Y RECREACIONAL EN EL BARRIO SANTA ANA,  
LA MATRIZ, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

**TESIS**

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

**VINICIO FRANCISCO CHÁVEZ GARCÍA**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**RIOBAMBA - ECUADOR**

**2013**

## HOJA DE CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN COMPLEJO TURÍSTICO DEPORTIVO Y RECREACIONAL EN EL BARRIO SANTA ANA, LA MATRIZ, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”** de responsabilidad de la señor Egresado Vinicio Francisco Chávez García, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

### TRIBUNAL DE TESIS

Eco. Flor Quinchuela

**DIRECTORA**

---

Ing. Ivo Velóz

**MIEMBRO**

---

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO**

Riobamba, 13 de Diciembre del 2013

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a Dios, mi esposa,  
mi hijo, mis padres,  
mi hermano,  
amigos incondicionales,  
a todos quienes hicieron posible la culminación de esta meta.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi gratitud a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Recursos Naturales, a la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo, a su Director de escuela Ingeniero Carlos Cajas agradecimiento a la Economista Flor Quinchuela, al Licenciado Ivo Veloz, al Ingeniero Cristian Aguirre, al Ingeniero Paul Erazo, a la Ingeniera Paulina Aucancela y a todos quienes hicieron posible este documento con apoyo incondicional mediante su disponibilidad de tiempo generosidad al compartir su experiencia y amplios conocimientos.

Dios les pague por apoyar en la culminación de esta etapa de mi vida.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>I.</b>	<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN COMPLEJO TURÍSTICO DEPORTIVO Y RECREACIONAL EN EL BARRIO SANTA ANA, LA MATRIZ, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.....</b>	<b>14</b>
<b>II.</b>	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>14</b>
A.	JUSTIFICACIÓN.....	15
B.	OBJETIVOS.....	16
<b>III.</b>	<b>REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>17</b>
A.	TURISMO.....	17
B.	DEPORTE.....	17
C.	DEPORTE Y TURISMO.....	21
D.	ELEMENTOS NECESARIOS PARA DISEÑAR UN PRODUCTO TURISTICO BASADO EN MOTIVACIONES DEPORTIVAS.....	22
E.	ACTIVIDADES DE TURISMO SOSTENIBLE.....	23
F.	TERMINOLOGÍA TURISTICA.....	24
G.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	25
H.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	26
I.	ESTUDIO DE MERCADO.....	28
J.	ESTUDIO TÉCNICO.....	30
K.	ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	31
L.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	31
M.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	33
<b>IV.</b>	<b>MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>34</b>
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	34

B.	MATERIALES Y EQUIPOS.....	35
C.	METODOLOGÍA.....	35
<b>V.</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>39</b>
A.	ESTUDIO DE DIAGNOSTICO TURISTICO.....	39
B.	ESTUDIO DE MERCADO.....	56
C.	ESTUDIO TÉCNICO.....	103
D.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	125
E.	ESTUDIO AMBIENTAL.....	137
F.	ESTUDIO EVALUACIÓN Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	145
<b>VI.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>160</b>
<b>VII.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>162</b>
<b>VIII.</b>	<b>RESUMEN.....</b>	<b>163</b>
<b>IX.</b>	<b>ABSTRACT.....</b>	<b>164</b>
<b>X.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>165</b>
<b>XI.</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>168</b>

## LISTA DE CUADROS

N°	NOMBRE	PÁG.
1	Flora característica del lugar	40
2	Fauna existente en el lugar	41
3	Establecimientos de hospedaje del cantón Guano	45
4	Establecimientos de alimentación del cantón Guano	46
5	Establecimientos de alimentación del cantón Guano	46
6	Análisis FODA del cantón Guano	55
 <b>Turistas nacionales</b>		
7	Género	58
8	Edad	59
9	Ciudad de residencia	60
10	Estado laboral	61
11	Nivel educativo	62
12	Nivel de ingresos económicos mensuales	63
13	Tamaño del grupo	64
14	Organización del viaje	65
15	Aceptación de la idea del proyecto	66
16	Servicios demandados	67
17	Actividades preferidas	68
18	Tiempo de permanencia	69
19	Medio de información	70
20	Tipo de comida preferida	71
21	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos	72
22	Forma de pago	73
23	Campamento vacacional	74

## **Turistas extranjeros**

24	Género	75
25	Edad	76
26	País de residencia	77
27	Estado laboral	78
28	Nivel educativo	79
29	Nivel de ingresos económicos mensuales	80
30	Tamaño del grupo	81
31	Organización del viaje.	82
32	Aceptación de la idea del proyecto	83
33	Servicios demandados	84
34	Actividades preferidas	85
35	Tiempo de permanencia	86
36	Medio de información	87
37	Tipo de comida preferida.	88
38	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos	89
39	Forma de pago	90
40	Proyección de la demanda nacional para los próximos 10 años	94
41	Oferta sustitutiva	95
42	Oferta complementaria	96
43	Proyección de la oferta para los próximos 10 años	97
44	Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 10 años	98
45	Proyección de la demanda objetivo para los próximos 10 años	98
46	Manual de funciones del recepcionista	101
47	Políticas de remuneración para el área comercial	101
48	Activos fijos del área comercial	102
49	Gastos del área comercial	102
50	Número de clientes proyectado	103
51	Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados	103
52	Proyección de los consumidores con respecto al servicio alimentación	104



53	Derivación y determinación del mercado por producto comida típica de la zona	105
54	Derivación y determinación del mercado por producto comida ecuatoriana	105
55	Derivación y determinación del mercado por producto comida internacional	106
56	Derivación y determinación del mercado por producto comida nutritiva	106
57	Derivación y determinación del mercado por servicio alojamiento	107
58	Proyección de los consumidores con respecto a los servicio recreación y entretenimiento	108
59	Derivación y determinación del mercado de la actividad futbol	108
60	Derivación y determinación del mercado de las actividades: ciclismo, hacking y tracking	109
61	Derivación y determinación del mercado de la actividad ecua-vóley	109
62	Derivación y determinación del mercado de la actividad fulbito	110
63	Derivación y determinación del mercado de actividad camping	110
64	Derivación y determinación del mercado de la actividad tenis	111
65	Necesidades de construcción	118
66	Requerimiento de mano de obra para el área productiva	119
67	Insumos de limpieza	119
68	Insumos para el servicio de alojamiento	120
69	Requerimiento equipos	120
70	Requerimientos muebles y enseres	121
71	Requerimiento de menaje	122
72	Requerimiento de menaje para aseo y limpieza	123
73	Requerimiento de combustible	123
74	Consumo mensual aparente de energía eléctrica	124
75	Costo Mensual de Servicios Básicos	124
76	Manual de funciones del Administrador	125
77	Remuneración del personal administrativo	126
78	Lineamientos de arrendamiento del área de alimentación	126
79	Manual de funciones ayudante general	127
80	Manual del responsable del área de recreación y hospedaje	127

81	Remuneración del área productiva	128
82	Requisitos legales para la constitución	135
83	Obligaciones por única vez	136
84	Obligaciones anuales	136
85	Parámetros de evaluación ambiental matriz de Leopold	137
86	Matriz de Leopold- Complejo turístico deportivo y recreacional	139
87	Rango del porcentaje de afectación	141
88	Porcentaje de afectación al medio producido por las acciones del proyecto	141
89	Afectación al medio en porcentajes por factor ambiental	142
90	Inversiones del Proyecto	145
91	Fuentes y Usos del Proyecto	146
92	Inversiones en Activos Fijos	147
93	Inversiones en Activos diferidos	147
94	Capital de Trabajo	148
95	Total de la inversión	148
96	Financiamiento del Proyecto	148
97	Depreciación de Activos Fijos	149
98	Depreciación de Activos Diferidos	150
99	Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto	151
100	Estructura de Ingresos	152
101	Estado de Resultados	152
102	Balance General	153
103	Flujo de Caja	154
104	Costos fijos y costos variables del primero, segundo y tercer año	155
105	Costos fijos y costos variables del cuarto, quinto y sexto año	155
106	Costos fijos y costos variables del séptimo, octavo, y noveno año	156
107	Costos fijos y costos variables del décimo año	157
108	Totalidad de costos fijos y costos variables del proyecto	157
109	Flujo de efectivo	157
110	Cálculo del valor actual neto	158
111	Relación Costo Beneficio	158

## LISTA DE GRÁFICOS

N°	NOMBRE	PÁG.
<b>Nacionales</b>		
1	Género	58
2	Edad	59
3	Ciudad de Residencia	60
4	Estado laboral	61
5	Nivel educativo	62
6	Nivel de ingresos económicos mensuales	63
7	Tamaño del grupo	64
8	Organización del viaje	65
9	Aceptación de la idea del proyecto	66
10	Servicios demandados	67
11	Actividades preferidas	68
12	Tiempo de permanencia	69
13	Medio de información	70
14	Tipo de comida preferida	71
15	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos	72
16	Forma de pago	73
17	Campamento vacacional	74
<b>Extranjeros</b>		
18	Género	75
19	Edad	76
20	País de residencia	77
21	Estado laboral	78
22	Nivel educativo	79

23	Nivel de ingresos económicos mensuales	80
24	Tamaño del grupo	81
25	Organización del viaje	82
26	Aceptación de la idea del proyecto	83
27	Aceptación de la idea del proyecto	84
28	Actividades preferidas	85
29	Tiempo de permanencia	86
30	Medios de información	87
31	Tipo de comida preferida	88
32	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos	89
33	Forma de pago	90
34	Logotipo de la empresa	100
35	Macrolocalización	112
36	Microlocalización	113
37	Flujograma general de producción de servicios turísticos	114
38	Flujograma del servicio de alojamiento	115
39	Flujograma del servicio de alimentación	116
40	Flujograma del servicio de recreación y entretenimiento	117
41	Organigrama de la empresa	128

## **LISTA DE ANEXOS**

<b>N°</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PAG.</b>
1	Encuesta en español	i
2	Encuesta en ingles	ii
3	Estatutos	iii

# **I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN COMPLEJO TURÍSTICO DEPORTIVO Y RECREACIONAL EN EL BARRIO SANTA ANA, LA MATRIZ, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

## **II. INTRODUCCIÓN**

Las llegadas de turistas internacionales crecieron más de un 4 % en 2011 hasta alcanzar los 980 millones, según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. Ante la previsión de que el crecimiento se mantenga en 2012, aunque a un ritmo ligeramente inferior, las llegadas de turistas internacionales llevan camino de alcanzar el hito de los mil millones durante el año.

Como se menciona anteriormente, en el año 2011 hubo un total de 980 millones de turistas – frente a los 939 millones alcanzados en el año 2010 –, habiéndose caracterizado el año por el estancamiento de la recuperación económica, grandes cambios políticos en Oriente Medio y el Norte de África y desastres naturales en Japón. Por regiones, Europa (+6 %) fue la que mejores resultados obtuvo, aunque por subregiones fue América del Sur (+10 %) la que ocupó el primer puesto. Contrariamente a lo ocurrido en años anteriores, el crecimiento fue mayor en las economías avanzadas (+5,0 %) que en las emergentes (+3,8 %), debido en gran parte a los buenos resultados obtenidos en Europa y a las dificultades experimentadas por Oriente Medio y el Norte de África.

En el mes de Diciembre de 2010, el Ecuador contabiliza 96.358 entradas de extranjeros al país, con lo cual existe un crecimiento del 5,81% al compararse con las entradas registradas en Diciembre de 2009. Sin embargo, en el período Enero-Diciembre de 2010 existe un incremento del 8,10% en las entradas de extranjeros al país, al pasar de 968.499 en el año 2009 a 1.046.968 en el año 2010, según estadísticas provisionales proporcionadas por la Dirección Nacional de Migración. En lo que respecta al Ingreso de Divisas por concepto de turismo, en el primer semestre del año 2010 el país contabilizó en su Balanza de Pagos (Viajes + transporte de pasajeros aéreo) 386,8 millones de dólares, de los cuales 384,3 millones de dólares corresponden al gasto en compras directas realizadas por los no residentes en el país y 2,5 millones de dólares al gasto en transporte aéreo. A lo que respecta al egreso de divisas por concepto de turismo en el mismo período, se contabiliza 410,4 millones de

dólares, de los cuales 282,8 millones de dólares corresponde al gasto en compras directas realizadas por los residentes en el exterior y 127,6 millones de dólares al gasto en transporte aéreo, con lo cual, la balanza turística en términos generales, en el primer semestre presenta un déficit, representado con un saldo negativo de 23,6 millones de dólares.

Por lo expuesto se reconoce un aumento en el turismo receptor lo cual es positivo sin embargo se ubica una tendencia también alta de turismo emisor lo cual nos permite considerar que el mercado local es una fuente de generación económica importante y la cual no se está aprovechando con precisión. Además las políticas actuales que apoyan al turismo interno como feriados extensos, vías en excelentes condiciones, coordinación inter institucional para el desarrollo de turismo, mejoramiento de sueldos permite considerar invertir en turismo interno en la actualidad.

El Cantón Guano se ha convertido en un centro turístico y comercial importante del centro del país, su gente, gastronomía, historia, artesanía, fiestas, tradiciones y cultura le han dado al cantón una base sólida para la implementación de proyectos turísticos en favor de un desarrollo económico importante.

El deporte y el turismo tienen una enorme repercusión socioeconómica, de la que es consciente en la mayoría de los casos la sociedad civil y que cada vez tienen más en cuenta los gobiernos. Ésta es una de las numerosas conclusiones del informe preparado para la primera Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo, organizada conjuntamente por el Comité Olímpico Internacional (COI) y la OMT.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

La tendencia de turismo por la recreación como la del deporte en todos sus ámbitos promueve la creación de complejos turísticos deportivos que brinden facilidades al turista y al deportista como tal, con las mejores condiciones para realizar su actividad con éxito, por lo cual se justifica la creación de un complejo de esta naturaleza en una zona tan importante como el centro del país donde el turista y deportista gozará de todos los beneficios de la naturaleza y de la ciudad realizando su actividad favorita, además, de los excelentes servicios que se ofrecerán como: alimentación, hospedaje y transporte al mejor costo del mercado.

La ubicación del complejo turístico deportivo es estratégica al encontrarse en el cantón guano, a 10 minutos de la ciudad de Riobamba y al mismo tiempo de San Andrés, es decir a la conexión con la Vía Panamericana Norte lo que contribuye a la creación del complejo turístico deportivo y recreacional.

Considerando además que el turismo en relación directa al deporte genera una actividad importante en el Ecuador, ya que las políticas actuales promueven la actividad deportiva en todos los ámbitos, con lo cual el desplazamiento de deportistas es bastante elevado en el país debido a sus competencias, topes de preparación y bases de entrenamiento generando un movimiento económico que hasta el momento no se ha estudiado.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. General**

Realizar el estudio de factibilidad de un complejo turístico deportivo y recreacional en el barrio Santa Ana, la Matriz, cantón Guano, provincia de Chimborazo.

### **2. Específicos**

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



### **III. REVISIÓN DE LITERATURA**

#### **A. TURISMO**

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

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

#### **B. DEPORTE**

“El deporte es toda aquella actividad física que involucra una serie de reglas o normas a desempeñar dentro de un espacio o área determinada (campo de juego, cancha, tablero, mesa, entre otros). A menudo asociada a la competitividad deportiva. Por lo general debe estar institucionalizado (federaciones, clubes), requiere competición con uno mismo o con los demás.

Como término solitario, el deporte se refiere normalmente a actividades en las cuales la capacidad física pulmonar del competidor son la forma primordial para determinar el resultado (ganar o perder); sin embargo, también se usa para incluir actividades donde otras capacidades externas o no directamente ligadas al físico del deportista son factores decisivos, como la agudeza mental o el equipamiento.

Tal es el caso de, por ejemplo, los deportes mentales o los deportes de motor. Los deportes son un entretenimiento tanto para quien lo realiza como para quien observa su práctica.”  
(es.wikipedia.org)

## **1. Disciplinas deportivas**

### **a. Natación**

“La natación es un deporte consistente en el desplazamiento de una persona en el agua, sin que esta toque el suelo. Es regulado por la Federación Internacional de Natación y nació de la necesidad que el ser humano ha tenido de adaptarse al medio acuático, el cual en el Planeta Tierra ocupa mucha más superficie que el terrestre, convirtiendo así a la natación en una habilidad muy útil para la supervivencia.” (es.wikipedia.org)

### **b. Tenis de Campo**

“El tenis es un deporte que se practica en un terreno llano, rectangular, dividido por una red intermedia, la pista. Se disputa entre dos jugadores (individuales) o entre dos parejas (dobles) jugando con raquetas y pelotas y consiste en golpear la pelota con la raqueta para que vaya de un lado al otro del campo pasando por encima de la red.

El tenis se juega en una pista rectangular. Sus medidas exactas están definidas en unidades del sistema anglosajón y varían dependiendo de la modalidad en que se juegue (individuales o dobles). Para individuales mide 78 pies (23,78 metros) de largo y 27 pies (8,23 metros) de ancho. Para dobles, el largo es el mismo y el ancho es de 36 pies (10,97 metros). Estos límites están marcados por líneas, las cuales son consideradas parte de la cancha.

Una malla a forma de red divide a la pista en dos mitades, en las cuales se dividen oponentes. La altura de la red en los postes es de 3 pies 6 pulgadas (1,06 metros), y en el centro de 3 pies (0,914 metros).

De cada lado de la red hay dos rectángulos, que miden 21 pies (6,40 metros) de largo y 13,5 pies (4,11 metros) de ancho, los cuales sirven únicamente para determinar si un saque es válido o no.” (es.wikipedia.org)

### **c. Fútbol**

“El fútbol (del inglés británico football), también llamado futbol, balompié (conocido como soccer en EE. UU.), es un deporte de equipo jugado entre dos conjuntos de 11 jugadores cada uno y cuatro árbitros que se ocupan de que las normas se cumplan correctamente. Es ampliamente considerado el deporte más popular del mundo, pues participan en él unos 270 millones de personas. Se juega en un campo rectangular de césped, con una meta o portería a cada lado del campo. El objetivo del juego es desplazar una pelota a través del campo para intentar ubicarla dentro de la meta contraria, acción que se denomina gol. El equipo que marque más goles al cabo del partido es el que resulta ganador.

El fútbol se juega siguiendo una serie de reglas, llamadas oficialmente reglas de juego. Este deporte se practica con una pelota esférica (de cuero u otro material con una circunferencia no mayor a 70 cm y no inferior a 68 cm, y un peso no superior a 450 g y no inferior a 410 g al comienzo del partido), donde dos equipos de once jugadores cada uno (diez jugadores "de campo" y un guardameta) compiten por encajar la misma en la portería rival, marcando así un gol. El equipo que más goles haya marcado al final del partido es el ganador; si ambos equipos no marcan, o marcan la misma cantidad de goles, entonces se declara un empate. Puede haber excepciones a esta regla; véase Duración y resultado más abajo.

La regla principal es que los jugadores, excepto los guardametas, no pueden tocar intencionalmente la pelota con sus brazos o manos durante el juego, aunque deben usar sus manos para los saques de banda.

En un juego típico, los jugadores intentan llevar la pelota hasta la portería rival, lo que se denomina gol, a través del control individual de la misma, conocido como regate, o de pases a compañeros o tiros a la portería, la cual está protegida por un guardameta. Los jugadores rivales intentan recuperar el control de la pelota interceptando los pases o quitándole la pelota al jugador que la lleva; sin embargo, el contacto físico está limitado.

El juego en el fútbol fluye libremente, y se detiene sólo cuando la pelota sale del terreno de juego o cuando el árbitro decide que debe detenerse. Luego de cada pausa, se reinicia el juego

con una jugada específica. Al final del partido, el árbitro compensa el tiempo total en minutos que se suspendió el juego en diferentes momentos.” (es.wikipedia.org)

#### **d. Ecuavoley**

“El ecuavóley es una variante de voleibol originaria de Ecuador, las reglas de juego tienen la misma estructura que la de voleibol:

Cada equipo en pista está formado por tres jugadores: colocador, volador (jugador zaguero) y servidor. Se coloca a una altura de 2,85 m y tiene un ancho de unos 60 cm.

El campo mantiene las mismas dimensiones de 9 m de largo por 9 m de ancho.

Se juega con un balón de fútbol mikasa ft-5.

Se juegan los partidos a dos sets de 15 puntos y opción de un tercero de desempate, siempre que éste confirmado por ambos equipos en el reglamento.” (es.wikipedia.org)

#### **e. Escalada deportiva**

“La escalada, en montañismo , es una actividad que consiste en realizar ascensos sobre paredes de fuerte pendiente valiéndose de la fuerza física y mental propia. Se considera escalada todo ascenso que siendo fácil, difícil o imposible de realizar (según el estado físico de la persona) con las extremidades inferiores (pies y piernas) y las extremidades superiores (brazos y manos). En la escalada hay alturas de peligro considerable y con el objetivo de tener seguridad se utiliza equipo de protección.

La escalada deportiva se caracteriza por reducir notablemente el riesgo del escalador. Esta modalidad generalmente busca zonas relativamente accesibles y con paredes que no necesariamente altas, en las que se equipan vías de diferentes grados de dificultad. Por lo general, estas vías, al equiparse, se "limpian" de maleza y de piedras sueltas o susceptibles de romperse, para ganar en la seguridad del escalador deportivo.

La escalada de esta modalidad suele buscar la dificultad por sí misma, y la belleza de movimientos.

El tipo de escalada deportiva es idéntico al desarrollado en rocódromos, salvo que estos últimos utilizan presas para conformar los agarres que la roca provee de modo natural. Las presas están hechas de resinas sintéticas, con buena adherencia e imitando formas naturales según la dificultad que se quiera lograr, aunque tienen el inconveniente de gastarse paulatinamente, volviéndose lisas. Este problema se acentúa si no se utiliza un calzado apropiado. Se suele aducir a motivos éticos para prohibir o censurar la alteración del medio natural con el fin de facilitar la ascensión, de modo que, en caso de no tener suficiente nivel para escalar determinada roca, se recomienda buscar otra de menor nivel en lugar de alterarla artificialmente.” (es.wikipedia.org)

#### **f. Excursionismo**

“Una excursión es un recorrido o travesía, generalmente a pie, que tiene uno o más fines, que pueden ser: científicos, culturales, deportivos, educativos, militares, recreativos o turísticos con fines recreativos y deportivos a zonas naturales o rurales se le conoce como excursionismo. La persona aficionada a estas actividades se le conoce como excursionista. Se conoce también como excursionistas a quienes realizan recorridos turísticos y culturales.” (es.wikipedia.org)

### **C. DEPORTE – TURISMO**

“El deporte se ha convertido en uno de los elementos más característicos y cada vez más demandados de nuestra sociedad de masas. El producto turístico deportivo ofrece la oportunidad de viajar combinando a la vez la práctica de actividades físicas, además las previsiones de cara al futuro muestran una situación favorable para el desarrollo de la modalidad de turismo deportivo como producto turístico que puede llegar a consolidarse a medio plazo en el mercado internacional.” (EXPOSITO, María. 2009)

“El deporte se está convirtiendo en los últimos años en un elemento clave para la sociedad actual y cada vez más está más ligado al turismo, compaginando la actividad turística con la práctica deportiva. No siempre el deporte se ha considerado como producto turístico, pero presenta suficientes expectativas económicas lo que debe ser considerado como tal. A nivel mundial se ha podido observar cómo ha ido creciendo una nueva forma de hacer turismo dedicado a aquellas personas que viajan a lugares con determinadas características para la práctica de distintos tipos de deportes.” (EXPOSITO, María. 2009)

“El turismo y deporte se han convertido en actividades propias del ocio a nivel internacional favoreciendo así cada vez más la producción de paquetes turísticos especializados en actividades deportivas realizadas en la naturaleza.” (EXPOSITO, María. 2009)

#### **D. ELEMENTOS NECESARIOS PARA DISEÑAR UN PRODUCTO TURÍSTICO BASADO EN MOTIVACIONES DEPORTIVAS**

“A la hora de diseñar un producto turístico deportivo es necesario contar con algunos elementos para su confección como pueden ser:

Investigar en cuanto a las motivaciones del mercado turístico actual.

Conocer los productos turísticos que se ofertan actualmente para el mercado.

Fijar los destinos con la capacidad instalada necesaria para soportar la demanda turística deportiva en la modalidad de turismo deportivo.

Diseñar un producto turístico orientado hacia el desarrollo del turismo deportivo.” (EXPOSITO, María. 2009)

## E. ACTIVIDADES DE TURISMO SOSTENIBLE

Según (AMOS, B. 2003): “Cuando hablamos de actividades “sostenibles”, normalmente esto significa que podemos realizar la actividad en la misma forma o en forma parecida por un tiempo indefinido (sostenible en el tiempo) en tres aspectos principales:

- **Ambiental.**- la actividad minimiza cualquier daño al ambiente (flora, fauna, agua, suelos, uso de energía, contaminación, etc.) e idealmente trata de beneficiar el ambiente en forma positiva (mediante la protección y la conservación).

- **Social y cultural** – la actividad no perjudica, y más bien puede revitalizar la estructura social o la cultura de la comunidad donde se ubica.

- **Económico** – la actividad no solo empieza y luego muere rápidamente debido a malas prácticas empresariales; continúa contribuyendo al bienestar económico de la comunidad local. Una empresa sostenible debe beneficiar a sus dueños, a sus empleados y a sus vecinos.

Cuando tomamos en cuenta estos tres aspectos en nuestras actividades, esto se llama “**triple rentabilidad**”.

Triple rentabilidad “Donde una compañía analiza los efectos sociales, ambientales y económicos de su desempeño sobre el entorno más amplio, comienza a mejorar su desempeño e informa públicamente sobre su progreso.” (ELKINGTON, J.1997).

“No existe un factor determinante para la sostenibilidad, es la confluencia de un conjunto de requisitos interrelacionados lo que garantiza este proceso. Si un factor falla, la sostenibilidad se pone en riesgo.” (OFIS. 2003.).

## F. TERMINOLOGÍA TURÍSTICA

- **“Equipamiento turístico:** Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistema necesario para la elaboración del producto turístico. El equipamiento turístico se concibe en función del lugar, temporada, clima, tipo, características y necesidades de la clientela, tales como estancia y gastos.
- **Producto turístico:** Hoy es lo esencial de la actividad turística. Surge de la armoniosa integración para su venta de atractivos y servicios. Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.
- **Recreación:** Es el conjunto de actividades no lucrativas que el hombre realiza en su tiempo libre dentro del lugar o zona de residencia. Es una forma de uso del tiempo libre en períodos reducidos de tiempo, utilizando instalaciones urbanas al aire libre, o en espacios cubiertos. La demanda puede ser masiva (balnearios), selectivo (clubes, casa fin de semana, etc.), popular (bajo costo), subvencionadas (colonias de niños).
- **Servicios:** Actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.” (es.geocities.com)
- **Turismo de Naturaleza:** Engloba a las distintas modalidades de operación turística que privilegian el uso del medio natural y sus fenómenos.
- **Turismo Deportivo:** Promueve actividades de competencia y conquista de méritos. Incluye prácticas deportivas tradicionales como caza, pesca, ciclismo; actividades náuticas, buceo y otras con motivaciones más actuales como, escalada, parapentismo, etc.” (FIGUEREDO, y OTROS 2002)



## **G. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

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

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

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

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

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

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

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

## **H. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **1. Fase de análisis y diagnóstico**

Consiste en la “Delimitación de unidades específicas para la planificación: es evidente que el futuro desarrollo del turismo requiere instrumentos de planificación que faciliten la identificación de potencialidades y límites de cada área. Por ello la planificación de la oferta ha de ir referenciada a ámbitos territoriales (zonas turísticas o unidades territoriales turísticas), que respondan a la idea del sistema turístico.” (SALVADOR, Anton.1997)

### **2. Componentes del sistema turístico**

“El sistema turístico por su parte está constituido por un conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, ya sea que su involucramiento sea como turistas o como anfitriones. El turismo se estructura en cuatro elementos sustanciales a saber: los atractivos y las consiguientes actividades que éstos posibilitan, la infraestructura social, la planta turística y la superestructura. Estos elementos configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes. (TIERRA P. 2008)

#### **a. Atractivos turísticos**

“Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.” (MINTUR.2004)

#### **b. Infraestructura social**

“Forman parte de la misma la educación, los servicios sanitarios, los transportes, las telecomunicaciones, y la energía.” (Boullon.1978)

**c. Planta turística**

“Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que denominamos “planta turística”, que está integrado por dos elementos: equipamiento e instalaciones.” (Boullon.1978)

**d. Superestructura**

“La superestructura turística comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y cambiar, cuando fuere necesario el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico” (Boullon.1978)

**e. Demanda turística**

“Los estudios de mercado, actualmente limitan las investigaciones sobre el perfil del visitante, a las variables tradicionales (edad, sexo, lugar de procedencia, número de personas que integran el grupo de viaje, grado máximo de estudios, profesión y ocupación actual) y otras más especificaciones (estadía promedio, motivo del viaje, forma de alojamiento, gasto, medio publicitario, que motivo el viaje, y principal destino).”(Boullon.1978)

“Lo que más interesa conocer, pero no se investiga de ese mismo turista, es un modelo de comportamiento en cuanto a la forma de consumir su tiempo libre y de realizar sus actividades turísticas.” (Boullon.1978)

**3. Análisis F.O.D.A.**

El análisis FODA es una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora. (Instituto Politécnico Nacional, 2002)

## **I. ESTUDIO DE MERCADO**

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

El estudio de mercado forma parte integral de la estrategia de mercadeo de cualquier proyecto o servicio. En forma más amplia, el estudio de mercado es la recopilación, clasificación, análisis e interpretación de las variables que se deben utilizar, para una adecuada solución de los problemas relacionados con la transferencia y venta del producto turístico, del oferente al demandante o consumidor, en este caso denominado turista, con el fin satisfacer las expectativas del cliente al tiempo que aumentar las utilidades netas de la empresa u organización.

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

### **1. Análisis de la demanda**

“La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio.

Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

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

## **2. Análisis de la oferta.**

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

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

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

### **a. Análisis de la Competencia**

Meneses (1998) señala: “El análisis de la competencia es fundamental por varias razones, entre otras, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella. Es preciso conocer la estrategia que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Al mismo tiempo, se constituye en buena parte fuente de información para calcular las posibilidades de captarle mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados.”

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

### **3. Balance oferta- demanda**

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

## **J. ESTUDIO TÉCNICO**

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

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

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

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

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

## **K. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

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

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

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

## **L. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

### **1. Estudio administrativo**

En una empresa, la administración consiste en la manera cómo se alcanzan las metas u objetivos con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de ciertas funciones,

esenciales como planeación (determina los objetivos), organización (coordina funciones y recursos), dirección (ejecuta lo planeado) y control (compara los resultados con los planeado), llamado en su conjunto “Proceso administrativo” o “funciones de la administración” (VALDIVIESO, L. 2000)

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

## **2. Estudio legal**

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

“Al hablar del entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o de un producto en el mercado. Así, por ejemplo los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, de derechos de autor, las patentes, el derecho mercantil, la ley general de protección al consumidor, la ley general de sociedades cooperativas, entre otras. Todas estas son elementales para estar dentro de la ley, evitar demandas y de alguna manera la piratería. Además, muchas veces es importante todo esto, por ejemplo a los fabricantes de bebidas alcohólicas o de cigarros, la ley les exige poner leyendas en su publicidad para cuidar la salud como "todo con medida", "el abuso en el consumo de este producto, puede causar cáncer". Incluso hay una normatividad para el diseño de una etiqueta: el código de barras debe tener un tamaño determinado, el contenido neto es con "g" minúscula y sin punto, los ingredientes, datos de fabricante, entre otros aspectos.” (CONTRERAS, C. 2005).



## **M. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

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

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

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

#### **IV. MATERIALES Y MÉTODOS**

##### **A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

###### **1. Localización**

El presente trabajo se realizó en el barrio Santa Ana, la Matriz, cantón Guano, provincia de Chimborazo.

###### **2. Ubicación geográfica**

Longitud 78° 41' 25" OESTE

Latitud 1° 36' 10" SUR

Altitud 2728 m.s.n.m.

###### **3. Características climáticas**

Temperatura: 16 a 18°C

Humedad relativa: 72% anual

Precipitación anual: 31,15 mm

###### **4. Características del suelo**

Guano posee suelos con una textura franco arenoso hasta arena franca sin salinidad, su capa freática se halla a gran profundidad del ecosistema lacustre. Este suelo es de color gris oscuro y gris claro, suelos secos serranos.

## **B. MATERIALES Y EQUIPOS**

### **1. Materiales**

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

### **2. Equipos**

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

## **C. METODOLOGÍA**

### **1. Realizar el diagnostico situacional**

Para realizar el diagnostico situacional se realizaron los siguientes pasos:

- a. En base a los componentes del sistema turístico se procedió a recabar información relacionada con: atractivos turísticos, infraestructura y planta turística, superestructura y demanda turística.
- b. Se realizó el análisis FODA del Centro, identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para el desarrollo del turismo sostenible.

### **2. Realizar el estudio de mercado**

Para la realización del estudio de mercado se realizaron los siguientes pasos:

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

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

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

N = Universo de estudio.

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

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

e = Margen de error.

k = Margen de confiabilidad.

n = Muestra.

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

### 3. **Elaborar el estudio técnico.**

Para el desarrollo del estudio técnico se siguieron los siguientes pasos:

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

#### **4. Elaborar el estudio ambiental**

Para el cumplimiento del estudio ambiental se procedió de la siguiente manera:

Se determinó el estudio de impacto ambiental tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

- Descripción de la línea base general
- Área a evaluar
- Estructuración de la evaluación de impactos ambientales (Descripción del medio sobre el cual se pretende implementar la acción propuesta, descripción del proyecto, identificación y valoración de impactos ambientales, elaboración del plan de manejo ambiental.)

Se utilizó como herramienta la matriz de Lázaro Lagos para la Identificación, Predicción y Evaluación de Impactos Ambientales.

#### **5. Estructurar el marco administrativo legal.**

Para el cumplimiento marco administrativo legal se siguió los siguientes pasos:

a. Se definió las áreas del proyecto conjuntamente con el organigrama estructural y funcional, además se determinó el talento humano responsable en cada una de ellas, donde se

estructuró fichas de trabajo, en el cual consta las remuneraciones, funciones, responsabilidades, entre otros aspectos.

b. Se investigó fuentes de información secundaria como la Constitución Política de la República del Ecuador y la Ley de Turismo, donde se identificarán las leyes que rigen para el desarrollo de este tipo de actividades, para asegurar la ejecución, operación y funcionamiento del Proyecto.

## **6. Realizar el estudio económico – financiero**

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

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

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

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

## **V. RESULTADOS**

### **A. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO**

#### **1. Diagnóstico del espacio**

##### **a. Ubicación geográfica**

La presente investigación se realizó en el barrio Santa Ana perteneciente a la parroquia Matriz del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Se encuentra al norte de la provincia, por lo que limita con Tungurahua al Norte, al Sur y al Oeste limita con el Cantón Riobamba y una pequeña parte de la Provincia de Bolívar, y el Este con el río Chambo.

##### **b. Características ecológicas**

El cantón Guano posee un rango de altitud que va desde los 2.000 hasta los 6.310 msnm, en el nevado Chimborazo. El clima es templado y varía, la temperatura oscila entre los 6° a los 18° C, posee una precipitación promedio anual de 31,15mm. La mayor parte del cantón posee pendiente muy baja

##### **c. Orografía**

El cantón presenta paisajes geomorfológicos y formas de relieve relacionadas con la formación de la cordillera de los Andes y específicamente con los procesos endógenos y exógenos desarrollados sobre la Cordillera Central, donde el vulcanismo y los glaciares generados durante el cretácico, Pleistoceno y Holoceno y las condiciones climáticas influenciadas por las heladas, vientos fuertes y sequías proveniente de la Sierra, han dado lugar a la diversidad de relieves.

La expresión topográfica y las formas de relieve existentes, por tanto, obedecen a las diferentes condiciones morfo climáticas, que varían desde los procesos de tipo nivelal, glaciario y mesotérmico seco.

De igual forma, existen rasgos geomorfológicos que son el producto de procesos tectónicos y del vulcanismo, desarrollados durante la edificación de la Cordillera Andina y procesos exógenos como la colmatación, erosión y movimientos en masa, que han contribuido a modelar las rocas pre-existentes. (Plan de Ordenamiento Territorial, 2012)

#### d. Hidrografía

Las lagunas del cantón agrupan un área de 1.06km<sup>2</sup> (0.23% del área cantonal) tienen un rango de extensión desde 1Ha hasta 3Ha. Actualmente se está utilizando el agua para riego, no es apta para el directo consumo humano.

Subcuenca del Chambo, esta Subcuenca tiene doce nacientes principales ubicadas en zonas altas. Entre estas se halla la microcuenca del Río Guano y la Quebrada Guilles. La Subcuenca del Chambo en el cantón Guano está formado por drenajes menores de tipo paralelo con recorridos muy cortos que depositan sus aguas directamente al Río Chambo. Microcuenca del Río Guano. Microcuenca de la Quebrada Guilles.- Se origina cerca del Igualata tiene un recorrido de aproximadamente 1.15 Km.

#### e. Flora

**Cuadro # 1: Flora característica de la zona**

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	USO
Gramma	<i>Pennisetum clandestinum</i>	Poáceas	Medicinal
Cabuya negra	<i>Agave americana</i>	Agaváceae	Económico
Cabuya blanca	<i>Fourcroya andina Trel.</i>	Agaváceae	Económico
Cardo santo	<i>Argemone mexicana</i>	Papaveráceae	Medicinal
Carrizo	<i>Arundo donax L.</i>	Poáceae	Económico
Capulí	<i>Prunus serotina</i>	Rosáceae	Comestible



Cholán	<i>Tecoma stants L.</i>	Bignoniáceae	Medicinal
Caballo chupa	<i>Equisetum bogotenses</i>	Equisetáceae	Medicinal
Menta	<i>Mentha piperita</i>	Lamiáceae	Medicinal
Diente de león	<i>Taraxacum officinale</i>	Asteráceae	Medicinal
Sigze	<i>Costadeira radiumscola</i>	Poáceas	Artesanal
Valeriana	<i>Valeriana rigida R.</i>	Valerianáceas	Medicinal
Hierba buena	<i>Mentha veris L.</i>	Lamiáceae	Medicinal
Kikuyo	<i>Pennisetum clandestinum</i>	Poáceas	Forrajera
Santa maría	<i>Tanacetum parthenium</i>	Asteráceae	Ornamental
Payco	<i>Chenopodium ambrosioides</i>	Quenopodiáceae	Medicinal
Hierba mora	<i>Solanum nigrum</i>	Solanáceae	Forrajera
Marco	<i>Ambrosia arborenses</i>	Asteráceae	Medicinal
Ñachag	<i>Bidens andicola</i>	Asteráceae	Medicinal
Paja	<i>Calamagrostis sp.</i>	Poáceas	Artesanal
Berro	<i>Cordamine nasturtioides</i>	Brassicaceae	Alimenticio
Nabo	<i>Brassica napus</i>	Brassicaceae	Alimenticio
Trébol	<i>Trifolium repens</i>	Fabáceae	Ornamental
Manzanilla	<i>Matricaria chamonilla</i>	Asteráceae	Medicinal
Chilca	<i>Baccharis sp.</i>	Asteráceae	Forrajera

Elaborado por: Vinicio Chávez

**f. Fauna**

**Cuadro # 2: Fauna existente en el cantón**

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
<b>Fauna silvestre</b>		
Raposa	<i>Marmosa robinsoni</i>	Didelphidae
Venado de cola blanca	<i>Odoicoles virginianus</i>	Cérvidos
Conejo de paramo	<i>Sylvilagus brassilensis</i>	Leporidae
Zorro	<i>Didelphys marsupiales</i>	Canidae
Chucuri	<i>Mustela frenata</i>	Canidae
<b>Avi- fauna</b>		

Tórtola	<u><i>Zenaida auriculata</i></u>	Columbidae
Gorrión	<u><i>Zonotrichia capensis</i></u>	Emberizidae
Mirlo café	<u><i>Turdus chiguanco</i></u>	Turdidae

**Elaborado por: Vinicio Chávez**

### **g. Geografía Humana**

Según datos emitidos por el INEC, de acuerdo al censo del 28 de noviembre de 2010, en el cantón habitan 42.851 personas, concentrándose en la zona urbana 7.758 habitantes.

### **h. Reseña Histórica**

Guano es un pueblo muy antiguo y con una rica historia, en donde han ocurrido hechos importantes, así, fue cuna de notables culturas y grandes asentamientos que se han distribuido en diferentes períodos como el Tuncahuán (1 a 750 años d.C.); San Sebastián (750 a 850 años d.C.); Elen-Pata (850 a 1.300 años d.C.); Huavalac (1.300 a 1.450 años d.C.).

Acontecimientos de singular importancia podemos considerar la visita de los dos más grandes exponentes de la liberación de los pueblos de América ante el yugo de los españoles, refiriéndose a la visita del Mariscal de Ayacucho Antonio José de Sucre el 22 de abril de 1.822 y de Simón Bolívar el 29 de mayo de 1.830.

Guano también se siente orgulloso de ser la cuna de los padres del más importante representante de las letras del Ecuador, Don Juan Montalvo Fiallos, quien pasó parte de su vida en esta tierra junto a sus progenitores Don Marcos Montalvo y doña Delia Fiallos. Se cree que la fecha de su fundación fue en 1.572, tiempo en que el Obispo Fray Pedro de la Peña determinó la organización de los pueblos y porque concuerda con la existencia de una cédula expedida por el Rey de la época el 15 de junio de 1.572, además de ello, esta fecha coincide con la llegada de los Españoles a nuestros territorios.

De acuerdo al decreto de la Gran Colombia sobre la división territorial, el 25 de junio de 1.824, Guano fue declarado por primera vez como cantón de la Provincia de Chimborazo

junto a Riobamba, Ambato, Guaranda, Alausí y Macas, pero este decreto no llegó a ejecutarse. El decreto definitivo en el cual se eleva a la categoría de Cantón a Guano se da el 17 de diciembre de 1.845 en la Convención Nacional realizada en Cuenca bajo la presidencia de Vicente Rocafuerte, el ejecútese a este decreto se dicta el 20 de diciembre del mismo año.

## **2. Diagnóstico del sistema turístico del cantón Guano**

### **a. Infraestructura turística**

#### **1) Servicio de educación**

En el cantón guano existen los siguientes establecimientos educativos: Escuela "Ricardo Ricaurte", Escuela "Abdón Calderón Muñoz", Escuela Pacifico Villagómez, Escuela García Moreno, Escuela Medalla Milagrosa, Escuela 13 de Mayo, Colegio Pérez Guerrero, Escuela "Ambato".

#### **2) Servicio de salud**

Centro de salud perteneciente al Ministerio de Salud Pública.

#### **3) Seguridad**

Referente al equipamiento de seguridad civil en el cantón guano existe una sede del cuerpo de bomberos, el cuartel de policía y el cuartel de policía del GOE.

#### **4) Servicio de transporte y acceso vial**

Existe servicio permanente de transporte realizado por dos cooperativas: 6 de Diciembre y Andina con su estación ubicada las calles Nueva York entre Rocafuerte y Pichincha, con una frecuencia cada 10 minutos todos los días.

Para acceder al cantón Guano se puede tomar la vía Riobamba – Guano que toma aproximadamente 10 minutos al Centro del cantón con un recorrido de 8 km. Adicionalmente se puede tomar también la ruta San Andrés – Guano con una distancia de 7 km.

**5) Servicios básicos**

**a) Energía eléctrica**

Energía Eléctrica 56,75%.

**b) Agua**

Agua entubada por red pública dentro de la vivienda: 0,27%.

**c) Telecomunicaciones**

Servicio telefónico 13,93%.

**d) Alcantarillado**

Tienen acceso a la red de alcantarillado, el 23% de las viviendas. El 28.77% de los hogares cuentan con servicio higiénico exclusivo.

**e) Eliminación de basura**

Servicio de recolección de basuras: 15,2% de las viviendas.

**f) Servicios para la recreación**

Para la recreación en el cantón Guano existe: un estadio La inmaculada, parque La Inmaculada, parque Central de Guano, Canchas de uso múltiple, coliseo Marcos Montalvo, Balneario Los Elenes, entre los principales.

**b. Planta turística**

**1) Hospedaje**

**Cuadro # 3: Establecimientos de hospedaje del cantón Guano**

<b>Albergue</b>	<b>Ubicación</b>
Estrella del Chimborazo	Comunidad Pulingui, San Pablo Km. 36
Urbina	Km. 20 vía a Ambato
Portal andino	Comunidad Cóndor Samana
<b>Hostería</b>	
La Andaluza	Panamericana Norte Km. 16
Los Eucaliptos	Barrio San Pablo, Panamericana Norte
Quinta Karen Estefanía	Esmeraldas 161 y Asunción
Quinta Aidita	Barrio San Roque
<b>Hostal</b>	
Los Elenes	Barrio Jerusalén
San Andrés	Chimborazo 4-53 Y Bolívar Chiriboga
<b>Motel</b>	
El Castillo	Panamericana Norte Km. 5 ½
Neptuno	Adriano Moreno Gabriel Segundo
El Palermo	Panamericana Norte Km. 3 ½
El Paraíso	Panamericana Norte Km. 4 ½
Bellavista del Lago	Vía Guano
Seducción	Sector Sigsipamba San Andrés
Eross	Panamericana Norte Km 4 Vía Quito
<b>Paradero</b>	
Cerro viejo	Vía a Chimborazo Km. 24

**Fuente: Ministerio de Turismo**

## 2) Alimentación

**Cuadro # 4: Establecimientos de alimentación del cantón Guano**

<b>Fuente de Soda</b>	<b>Ubicación</b>
Mokaccino	20 de Diciembre y Asunción
Oasis	León Hidalgo 716 y García Moreno
La Pradera	Panamericana Norte Km. 10
La Playita	García Moreno 144 Vía A Los Elenes
Santa Teresita	García Moreno s/n. Vía A Los Elenes
<b>Restaurante</b>	<b>Ubicación</b>
Danny's	García Moreno 50-46 y Colon
Fritaderia Guijarro	León Hidalgo 10-12 y Eloy Alfaro
Rica fritada	Agustín Dávalos 53-52 y Asunción
Palacio de los chorizos	Eloy Alfaro s/n y León Hidalgo
La Posada	León Hidalgo 10-45
Trini Pillauti	Parroquia El Rosario La Laguna
San Juan Loma	Barrio La Panadería, San Andrés
Guanañita 2	García Moreno Y Asunción
Guanañita 1	Francisco Quilpe 528 Y E. Alfaro
Mokacchino	20 De Diciembre y Asunción
Palacio De Los Chorizos	Eloy Alfaro S/N y León Hidalgo
Posada La	León Hidalgo 10-45 Y Ricaurte
Pradera La	Panamericana Norte Km. 10
Oasis	León Hidalgo 716 Y García Moreno

**Fuente: Ministerio de Turismo**

## 3) Recreación

**Cuadro # 5: Establecimientos de alimentación del cantón Guano**

<b>Discoteca</b>	<b>Ubicación</b>
<b>American disco club</b>	García Moreno y Asunción
<b>El Edén</b>	Casique Toca S/N Y Tuncahuan

**Fuente: Ministerio de Turismo**

**c. Atractivos turísticos**

**1) Atractivos turísticos naturales**

**a) Reserva de producción de Fauna Chimborazo**

La Reserva de Producción de Fauna Chimborazo fue creada el 22 de octubre de 1987, cuenta con una extensión aproximada de 58.560 hectáreas, un ecosistema netamente de altura que constituye un reservorio de agua en donde la frescura y belleza que irradian los páramos muestran un ecosistema único e incomparable, que sirve de hábitat de una gran biodiversidad, en lo que se refiere a flora se puede encontrar: chuquiraguas (*chuquiraga aurea*), sigze (*Costadaira radiumscola*) y, ocasionalmente, quishuar (*Buddleja incana*), pumamaqui (*oreopanax sp.*), piquile (*Gynoxys buxifolia*), especies propias de los Andes

La fauna sobresaliente está representada principalmente por venados (*Odocoileus virginianus*), lobos (*Dusicyon culpaeus*), conejos (*Sylvilagus brasiliensis*); esporádicamente, se hallan algunas llamas silvestres que aún deambulan por la zona, cuya población se ha podido recuperar a través de proyectos específicos en la reserva. El grupo más importante dentro de la reserva es el de los camélidos con las siguientes especies: llamas (*Lama glama*) y vicuñas (*Vicugna vicugna*).

La avifauna tiene entre sus representantes al cóndor de los Andes (*Vultur gryphus*), y el colibrí estrella ecuatoriana (*Oreotrochilus stella*), que son especies muy difíciles de observar. Mucho más frecuente se puede observar curiquire (Phalcoboenus carunculatus), cuya forma de vuelo, según la tradición, augura la fortuna de las comunidades locales, representado siempre en las fiestas indígenas.

Cuenta con dos refugios a disponibilidad de los andinistas. El primero se encuentra a 4.800 m.s.n.m. al que se llega en vehículo, el segundo a 5.000 msnm y solamente se puede llegar caminando.

El atractivo que más llama la atención de los turistas es si es sin duda el volcán Chimborazo (6.310 msnm), la montaña más alta del Ecuador.

Bosque de Polilepis (árbol de papel), es una superficie de aproximadamente 3.5 ha., que constituye un rincón de meditación y paz.

Aguas termales en el sector denominado Cunugyacu.

Recorridos por los senderos autoguiados al árbol solitario y Templo Machay ubicado en la comunidad de la Chorrera con una longitud de 9 Km. se puede realizar a pie o con animales, y observar el hermoso paisaje.

Hieleros, sitio de explotación de los hielos milenarios, actividad que es realizada por los campesinos del sector y que luego son comercializados en los mercados de la ciudad de Riobamba.

#### **b) Tallados en Piedra**

Los picapedreros se encuentran ubicados en la comunidad de San Pablo, sector comprendido entre San Andrés y Urbina en el cantón Guano, a un costado de la Panamericana Norte que une las ciudades de Riobamba y Ambato, son trece familias de hábiles artesanos que han hecho del tallado en piedra su modo de subsistencia, son reconocidos a nivel nacional por la destreza y agilidad de sus manos logrando así que un trozo de piedra se convierta en una maravillosa obra de arte. La materia prima para la elaboración de sus artesanías son piedras blancas y negras.

#### **c) Colina de Lluishi**

Está localizada a 300 m del parque Central de Guano, es una formación rocosa de origen volcánico, que se constituye en un mirador turístico natural desde donde se puede observar los nevados del Chimborazo, Carihuayrazo, Tungurahua, El Altar y Los Cubillines.



Atractivos individuales que lo conforman: Gruta de la Virgen de Lourdes, se encuentra en la parte superior de la colina a la que se accede por las escalinatas conocidas como Viacrusis a donde los creyentes llegan para solicitar o agradecer favores. Monolitos y Petroglifos, en la colina de Lluishi encontramos tres monolitos, que son figuras de piedra talladas a mano por el picapedrero y artista guaneño Luis Felipe Reinoso en la década de 1.940 y representan a la cara del Inca, un pescado y una vasija, se encuentran también algunos petroglifos. Casa de Don Marcos Montalvo, la casa existente en la colina perteneció a Marcos Montalvo, padre del ilustre Cosmopolita Juan Montalvo Fiallos, este sitio posee un calabozo subterráneo en el que antiguamente se encerraba a los ladrones, hoy es conocido como la cueva olvidada de los enamorados y es en donde se encuentran los tanques reservorios del agua potable que abastece a Guano. Teleférico, en la parte superior y a un costado de la colina se encuentra la estación del teleférico "El Crucero del Amor", que va desde este lugar hasta la colina de Langos con una longitud de 420 m, tiene una altura de 160 m y una capacidad de 16 quintales en donde los turistas disfrutan de esta aventura con mucha adrenalina que dura aproximadamente 5 minutos, el valor por el viaje de ida y regreso es de \$ 1 adultos y \$ 0,50 niños. Cruz de madera, en la cima de la colina se encuentra una cruz de madera que indica el punto más alto de la misma (2.794 m.s.n.m.) y es el lugar a donde llegan niños y jóvenes a empinar sus cometas en el mes de agosto.

#### **d) Laguna Valle Hermoso**

La laguna de Langos o Valle Hermoso se encuentra a 200 m a la izquierda de la carretera en el sentido Guano - Riobamba, tiene aproximadamente 300 metros de largo por 200 metros de ancho, su profundidad aún no se ha establecido, se encuentra en un valle verde y lleno de vida en el que se puede observar una variedad de vegetación y fauna propia del sector, posee un clima frío seco nublado. Es predominante en este valle una vegetación de tipo arbustiva, herbácea y en menos cantidad arbórea, alrededor de la laguna podemos encontrar gran cantidad de totoras (que es la materia prima para la elaboración de diferentes artesanías como las esteras), algas, pequeños anfibios, los que sirven de alimentos a las especies de patos, patillos y otras aves que habitan en la laguna. En los bordes de la laguna se puede observar algas y gran cantidad de totoras, la cual es la materia prima para la elaboración de artesanías.

En la zona se encuentran patillos, anfibios y otras aves que vuelan alrededor. La Laguna de Langos o Valle Hermoso es utilizada para la recreación.

**e) Parque Acuático Los Elenes**

Está situado a dos kilómetros de la cabecera cantonal en dirección sureste. Para llegar a los Elenes, debe atravesar la ciudad hasta llegar al barrio Santa Teresita, continuando por la avenida César Naveda. Desde la ciudad de Riobamba hay una distancia de 8 km. Existe un buen servicio de buses con frecuencias cada 10 minutos. Los domingos, las cooperativas de transporte Andina y 20 de Diciembre, realizan recorridos directos hacia los Elenes y viceversa.

El balneario los Elenes está ubicado a 2608 msnm. Las aguas que lo alimentan brotan de la peña de Langos, son temperadas (22°C) y ricas en minerales. Muchos turistas acuden a curar sus dolencias ocasionadas por el reumatismo, artritis, parálisis, la gota entre otras. No olvide disfrutar del relajante masaje en el famoso chorro.

Existe una amplia gama de atracciones como la piscina de olas artificiales, la piscina con juegos interactivos para niños, piscinas con toboganes curvos y rectos tipo kamikaze, la piscina semi olímpica cubierta, hidromasaje, sauna, turco y polar. Además existe una piscina con plataforma, instalaciones con servicio de vestidores.

Sus amplias y renovadas áreas, disponen también de canchas deportivas, parqueaderos privados, salón de eventos, restaurante y recreación al máximo.

**2) Atractivos Culturales**

**a) Estación de Urbina**

La Estación de Urbina se encuentra localizada en la Parroquia San Andrés del Cantón Guano, en el sector de Urbina (Chuquipogyo), a 1 Km de la carretera entre Riobamba y Ambato. Fue construida en 1.905 por la Empresa de Ferrocarriles Q & G y su finalidad era servir como

estación de transferencia y se constituye en el punto más alto de la línea férrea. En esta estación funcionaba una oficina de telégrafo en la que habitaba el telegrafista y en ocasiones pernoctaba el personal de la compañía. La Estación del Ferrocarril Urbina ha sido arrendada a la empresa Turística "Alta Montaña", con sede en Riobamba, quienes la han adecuado y convertido en un pequeño albergue en donde se hospedan los turistas que están de paso o buscan aclimatarse para su ascensión hacia el nevado Chimborazo. Existen dos casas que han buscado guardar todos los detalles de la arquitectura original, dos chozas antiguas, un pequeño huerto con plantas nativas entre ellas encontramos: Árbol de papel o polylepis, yagual, quishuar, entre otros. Encontramos también algunos ejemplares de camélidos andinos entre ellos, llamas y alpacas.

#### **b) Artesanías en Tejido de Alfombras y Cuero**

En Guano se encuentra una gran cantidad de establecimientos que comercian las artesanías que ellos elaboran y están ubicadas en su mayoría a la entrada de Guano y alrededor del Parque Central. Poseen talleres para la fabricación de artesanías en cuero y tejido de alfombras. Gente ingeniosa elaboran alfombras que tienen renombre internacional, las cuales son confeccionadas en forma manual de lana de borrego principalmente y otros materiales como lana sintética e incluso lana de alpaca.

Cuenta la historia que los guaneños aprendieron este arte debido a que los españoles les obligaban a trabajar en sus obrajes, luego ellos enseñaron a sus hijos y así sucesivamente hasta la actualidad. Las alfombras son muy apreciadas por su belleza y finura con que son elaboradas, se encuentran adornando lugares muy importantes como La Casa Blanca en Estados Unidos, el salón de las Naciones Unidas, entre otros. Se trabaja también con cuero en la elaboración de zapatos, chompas, cinturones, carteras, billeteras, gorros, sombreros y adornos de muy buena calidad y a precios de fabricante que son más accesibles. Los talleres de estos artículos en su mayoría se encuentran en las mismas casas de los artesanos, razón por la que existen pocas fábricas que se dedican a esta actividad.

**c) Artesanías en Cabuya y Totorá**

Una de las características de la Parroquia San Gerardo es que sus habitantes se dedican a la artesanía de la cabuya que tiene su origen en la cultura Puruhá, durante la colonia se trabajaban sogas, cabrestos, jáquinas, alpargates, cinchas y mantas para el embalaje de diferentes productos que iban generalmente a Panamá. Esta pequeña industria se conservó durante la república y se mantiene hasta hoy. Son muchas las familias que se dedican a esta actividad, especialmente las mujeres y niños, haciendo de esta su forma de vida, pero su decadencia es notoria principalmente por la presencia de otro tipo de fibra como la sintética. Con todo subsiste la industria de la cabuya que se utiliza como materia prima para la confección de hamacas, pisos y mantas que se fabrican especialmente en la Provincia de Imbabura.

Otra de las actividades a las que se dedica el pueblo de San Gerardo es a la producción de artesanías en totora, que es la materia prima para la confección de las esteras de diferentes tamaños y calidad y que tienen un uso similar al de las alfombras. Se confeccionan también los aventadores y últimamente debido a que los artesanos han recibido alguna capacitación, especialmente de técnicos de la provincia de Imbabura en coordinación con el Municipio de Guano sobre el tratamiento y manejo de la totora, están confeccionando ciertos adornos como llamas, canoas, canastas, paneras, individuales, entre otras figuras, que son más fáciles de confeccionar y proporcionan una mejor remuneración que las artesanías tradicionales.

**d) Museo de la ciudad**

El Museo de la ciudad está situado junto a las Ruinas del Monasterio de la Asunción y al Parque Infantil de El Rosario, fue inaugurado en febrero de 2.006 mediante convenio entre la Ilustre Municipalidad de Guano y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural quienes realizaron las adecuaciones y distribución de las diferentes salas, previa a la restauración de la momia, misma que anteriormente se encontraba en la Biblioteca Municipal.

**e) Ruinas de la asunción**

Las Ruinas del Monasterio de la Asunción, corresponden a la primera Iglesia Franciscana construida en Guano, aproximadamente en el año de 1.572 a la llegada de los españoles que vinieron a evangelizar la cultura Puruhá y junto con ellos trajeron sus formas de vida, implementaron los telares para la elaboración de los ponchos, bayetas, alfombras y lo más importante, la religión. Con la presencia de los obrajes generaban gran riqueza, que se vio agravada por el terremoto de 1.797 y el del 5 de agosto de 1.949, que sacudió a gran parte del cantón por lo que la iglesia quedó reducida a escombros. Un año después, todos los guaneños reunidos y preocupados deciden construir una nueva iglesia, utilizando los materiales de la antigua. Con la intervención del Banco Central del Ecuador, en diciembre de 1.982 fueron restauradas estas ruinas que son como se presentan hasta la actualidad. Los principales atractivos que presentan las Ruinas del Monasterio de la Asunción son las paredes de lo que fue la antigua iglesia, en las que se hallan diferentes pinturas que se las puede apreciar hasta la actualidad, encontramos también esculturas de los monjes del monasterio, una pila que se supone era para celebrar los bautismos, se conservan aún diferentes ventanas y en una de ellas se encontró a la momia de Guano que se exhibe en el museo de la ciudad.

**f. Iglesia El Rosario**

En 1894 se creó la parroquia eclesiástica de El Rosario. En esta parroquia fueron curas los Drs. Modesto Montalvo y Néstor Pastor que edificaron el templo y la casa parroquial.

La iglesia se levantó a la entrada de la población junto a las ruinas del antiguo templo de la Asunción. En la puerta lateral se pueden observar figuras de piedra que fueron tomadas de esta iglesia.

Uno de los sacerdotes que sirvió a esta parroquia y es el autor del Himno a Guano fue el padre Agustín Bravo Muñoz en 1945.

La iglesia sufrió muchos daños en el terremoto de 1949. En el altar mayor se encuentra la Virgen del Rosario: Las fiestas de la patrona se celebran en los primeros días de Octubre.

**g. Iglesia Santa Teresita**

En febrero de 1828 fue su inauguración. Se ha afirmado que fue la primera iglesia en el Ecuador dedicada a Santa Teresita del Niño Jesús. La obra fue llevada a cabo por el abogado riobambeño Dr. Rafael Vallejo Goríbar quien fue quien dono los terrenos para la capilla. Las fiestas se celebran el 3 de Octubre.

**h. Iglesia de las Ruinas**

Por documentos históricos sabemos que la iglesia fue hecha de cal y canto y cubierta de teja, paredes de piedra con mortero de arena y cal, y la fachada debió ser de piedra labrada. Las ruinas de esta iglesia corresponden a finales del siglo XVI, obra religiosa destinada a evangelizar a los pueblos indígenas de Penípe, Llapo, Cubijíes, Guanando, y Guano, doctrinas que estaban bajo la orden franciscana. Posteriormente se incorporó un monasterio y un cementerio.

**f) Superestructura turística**

La ordenanza de transferencia de competencias con fecha 10 de septiembre del 2002 entre el Ministerio de turismo y el gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Guano crea y regula la Unidad Técnica Municipal de Turismo está orientada a para conseguir la articulación con los Municipios a fin de dialogar y trabajar por un propósito en común y lograr un control adecuado de los Establecimientos oferentes de servicios Turísticos.

g) ANALISIS F.O.D.A.

**Cuadro #6: Análisis FODA del cantón Guano**

Asuntos internos		Asuntos externos	
Debilidades	Fortalezas	Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe un 45% de déficit en cuanto a servicio básico del cantón Guano.</li> <li>• Carente normativa cantonal para el control de las áreas urbanas de la cabecera cantonal y parroquiales.</li> <li>• Débil infraestructura turística a nivel cantonal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La geomorfología del cantón Guano es un territorio equilibrado que orienta la localización de infraestructura sin perjuicio de la naturaleza.</li> <li>• El cantón Guano cuenta con uno de los atractivos focales a nivel nacional como es el Chimborazo, a más de otros importantes como el museo de la ciudad, las ruinas arqueológicas, las artesanías y la gastronomía.</li> <li>• La planta turística es adecuada existen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PLANDETUR 2020, abarca ejes de actuación en áreas como: ordenamiento para el turismo sostenible, facilitación turística, turismo sostenible, entre otros.</li> <li>• Existe un Plan de Ordenamiento Territorial que se está llevando a cabo a nivel de todos los niveles de gobierno.</li> <li>• El gobierno provincial está ejecutando varios proyectos en todos los niveles que nacen de las necesidades de la gente a través del presupuesto participativo.</li> <li>• En el año 2012 la tasa de crecimiento turístico se triplico hasta llegar al 12%, una de las razones principales de los turistas es la recreación y entretenimiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desastres naturales.</li> <li>• Sequías</li> <li>• Erupciones volcánicas.</li> <li>• Cambios dramáticos de clima.</li> </ul>

## **B. ESTUDIO DE MERCADO**

### **1. Análisis de la demanda**

#### **a. Universo**

El número de visitantes que ingresaron durante el año 2012 al cantón Guano, provincia de Chimborazo, según las estadísticas de la unidad de turismo del Ilustre Municipio de Guano; es 80000 turistas de los cuales aproximadamente el 70% es decir 56000 son nacionales y el 30% que representa 24000 son extranjeros, cifras que constituyen en este caso el universo de estudio.

#### **b. Muestra**

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula de Canavos.

##### **1) Tamaño de la muestra de turistas nacionales**

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

$$n = \frac{56000 \times (0.5 \times 0.5)}{(55999 - 1) \left(\frac{0.08}{1.75}\right)^2 + (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = 119$$

##### **2) Tamaño de la muestra de turistas extranjeros**

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



$$n = \frac{24000 \times (0.5 \times 0.5)}{(23999 - 1) \left(\frac{0.08}{1.75}\right)^2 + (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = 119$$

**c. Instrumento**

La técnica utilizada para la investigación de campo fue la encuesta y se elaboró un cuestionario como instrumento (anexo N°01 y 02)

**d. Caracterización de la demanda**

Las encuestas se realizaron durante los respectivos feriados más concurridos del cantón como son: carnaval, semana santa, navidad y fin de año en el cantón Guano.

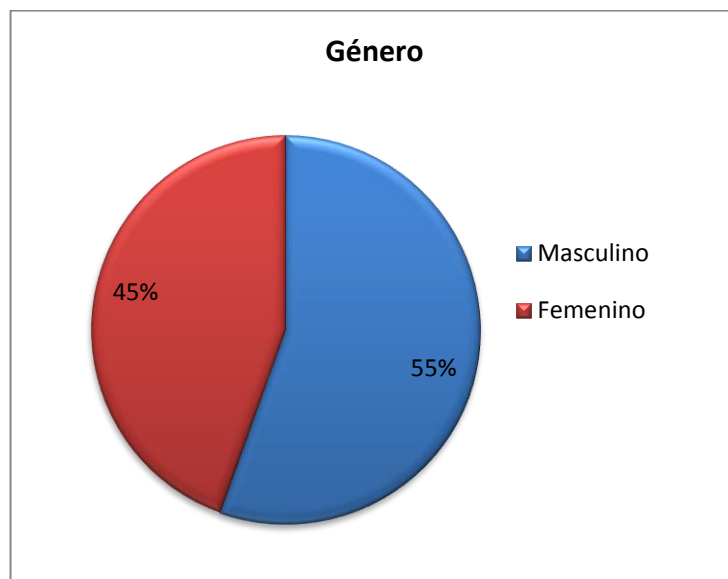
1) **Turistas Nacionales**

a) **Género**

**Cuadro # 7: Género**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Masculino	65	55%
Femenino	53	45%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 1. Género**

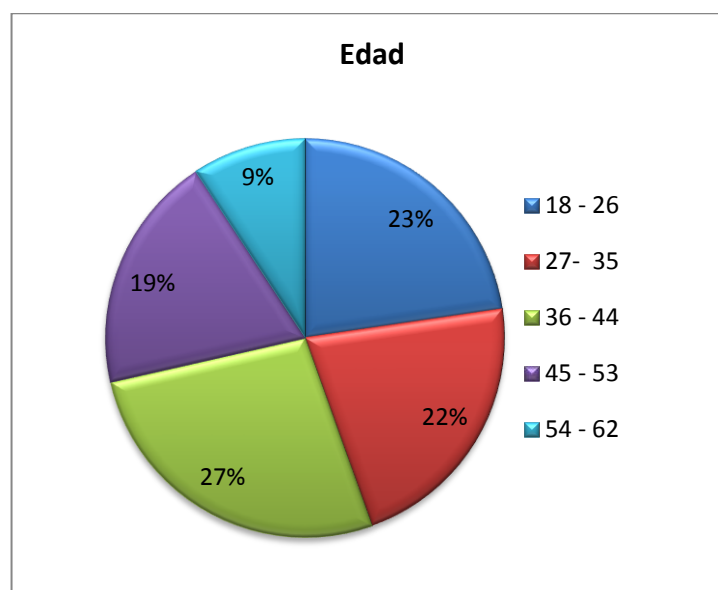
El 55% pertenece al sexo masculino y el 45% al sexo femenino.

**b) Edad**

**Cuadro # 8. Edad**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
18 - 26	27	23%
27- 35	26	22%
36 - 44	32	27%
45 - 53	23	19%
54 - 62	11	9%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 2. Edad**

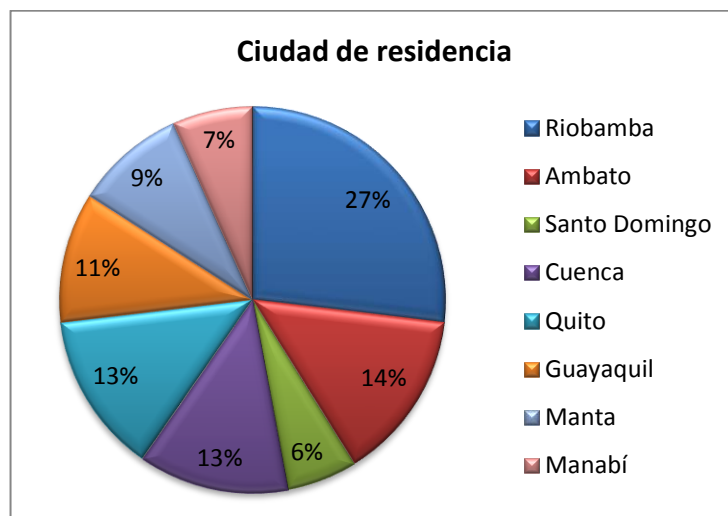
La edad del 27% de los encuestados comprende entre los 36 y 44 años, el 23% pertenecen a un rango de edad entre los 18 y 26 años, el 22% posee entre 27 y 35 años, el 19% se incluye entre los 45 y 53 años, y el 9% oscilan entre los 54 y 62 años de edad.

c) Ciudad de residencia

**Cuadro # 9. Ciudad de residencia**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Riobamba	32	27%
Ambato	17	14%
Santo Domingo	7	6%
Cuenca	15	13%
Quito	16	13%
Guayaquil	13	11%
Manta	11	9%
Manabí	8	7%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta



**Gráfico No 3. Ciudad de Residencia**

El 27% de los encuestados son de la ciudad de Riobamba; el 14% procede de la ciudad de Ambato; igual porcentaje de 13% proceden de la ciudad de Cuenca y Quito; el 11% vienen de la ciudad de Guayaquil; el 9% pertenecen a la ciudad de Manta; el 7% son de la ciudad Manabí y el 6% son de la ciudad de Santo Domingo.

**d) Estado laboral**

**Cuadro # 10. Estado laboral**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Estudiante	47	40%
Trabaja	57	48%
Desempleado	10	8%
Jubilado	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 4. Estado laboral**

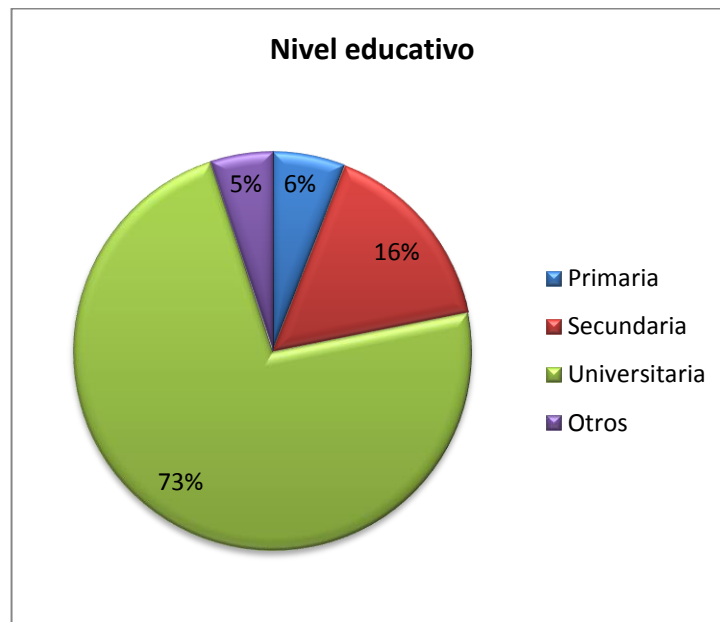
El 48% de los encuestados trabaja, el 40% son estudiantes, el 8% son desempleados y el 4% se han jubilado.

e) Nivel educativo

**Cuadro # 11. Nivel educativo**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	7	6%
Secundaria	19	16%
Universitaria	87	73%
Otros	6	5%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 5. Nivel educativo**

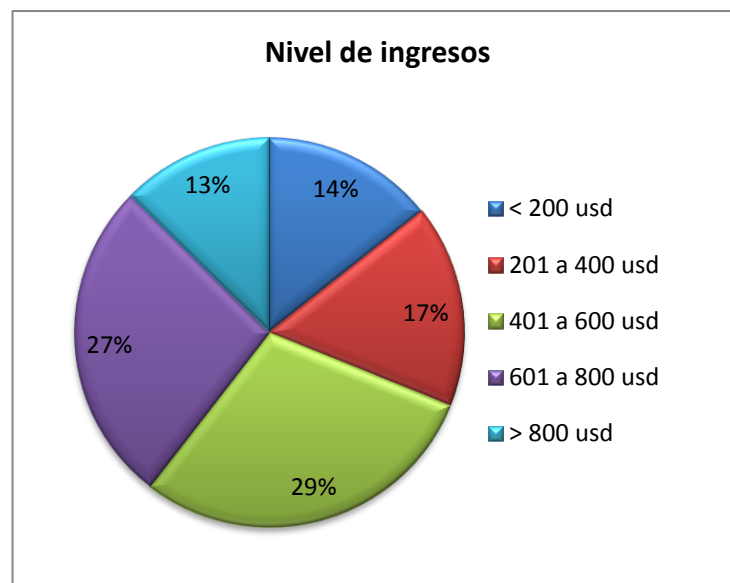
El 73% de los encuestados han adquirido estudios universitarios, el 16% cuenta con instrucción secundaria, el 6% posee estudios primarios y el 5% manifiesta tener otro tipo de educación.

f) Nivel de ingresos económicos mensuales

**Cuadro # 12. Nivel de ingresos económicos mensuales**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
< 200 usd	17	14%
201 a 400 usd	20	17%
401 a 600 usd	35	29%
601 a 800 usd	32	27%
> 800 usd	15	13%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 6. Nivel de ingresos económicos mensuales**

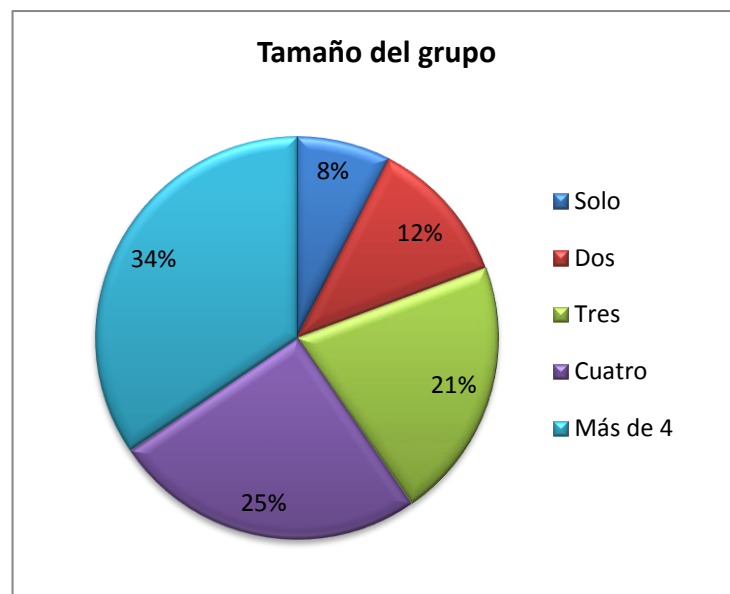
El 29% de los encuestados tiene ingresos económicos entre 401 a 600 dólares mensuales, el 27% posee como ingresos económicos entre 601 a 800 dólares mensuales, el 17% recibe de ingresos económicos entre 201 a 400 dólares mensuales, el 14% percibe de ingresos económicos menos de 200 dólares mensuales y el 13% produce como ingresos económicos más de 800 dólares mensuales.

g) **Tamaño del grupo**

**Cuadro # 13. Tamaño del grupo**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Solo	9	8%
Dos	14	12%
Tres	25	21%
Cuatro	30	25%
Más de 4	41	34%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 7. Tamaño del grupo**

El 34% de los encuestados visitan el cantón Guano lo hacen en compañía de más de 4 personas, el 25% lo hacen junto a 4 personas, el 21% llegan con 3 personas, el 12% acuden con 2 personas y el 8% solos.



**h) Organización del viaje**

**Cuadro # 14. Organización del viaje**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Agencia de viajes	21	18%
Independiente	98	82%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 8. Organización del viaje**

El 82% de los encuestados organizan su viaje de forma independiente y el 18% prefiere hacerlo a través de una agencia de viajes.

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

**Cuadro # 15. Aceptación de la idea del proyecto**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Si	114	96%
No	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 9. Aceptación de la idea del proyecto**

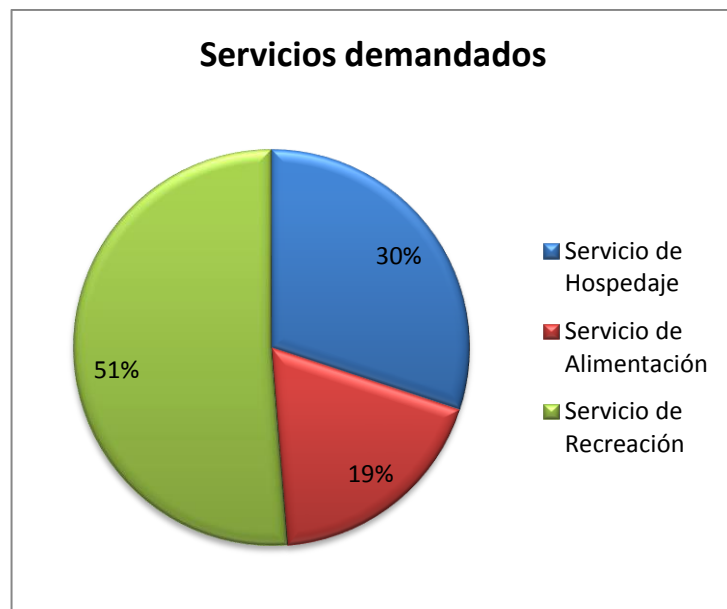
El 96% de los encuestados expresa que le gustaría que cerca en el cantón Guano existiera un complejo turístico deportivo y recreacional y el 4% no está de acuerdo.

j) **Servicios demandados**

**Cuadro # 16. Servicios demandados**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Servicio de Hospedaje	58	30%
Servicio de Alimentación	36	19%
Servicio de Recreación	99	51%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 10. Servicios demandados**

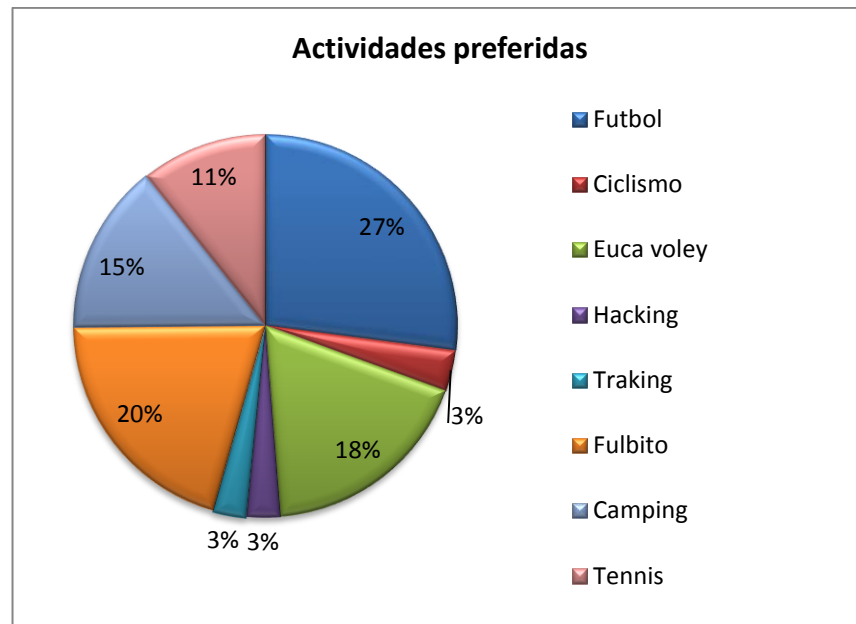
El 51% de los encuestados utilizaría el servicio de re recreación y entretenimiento, el 30% harían uso del servicio de hospedaje y el 19% prefieren el servicio de alimentación.

k) **Actividades preferidas**

**Cuadro # 17. Actividades preferidas**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Futbol	86	27%
Ciclismo	11	3%
Ecuavoley	58	18%
Hacking	9	3%
Tracking	9	3%
Fulbito	65	20%
Camping	46	15%
Tenis	34	11%
<b>TOTAL</b>	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 11. Actividades preferidas**

El 27% de los encuestados prefiere practicar futbol, al 20% le gustaría jugar fulbito, el 18% se interesa por Ecuavoley, al 15% le agradaría practicar camping, el 11% opina que le gustaría jugar tenis y el mismo porcentaje de 3% expresa que prefiere practicar ciclismo, hacking y natación.

**l) Tiempo de permanencia**

**Cuadro # 18. Tiempo de permanencia**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Un día	20	16%
Dos días	38	32%
Tres días	35	30%
Más de tres días	26	22%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 12. Tiempo de permanencia**

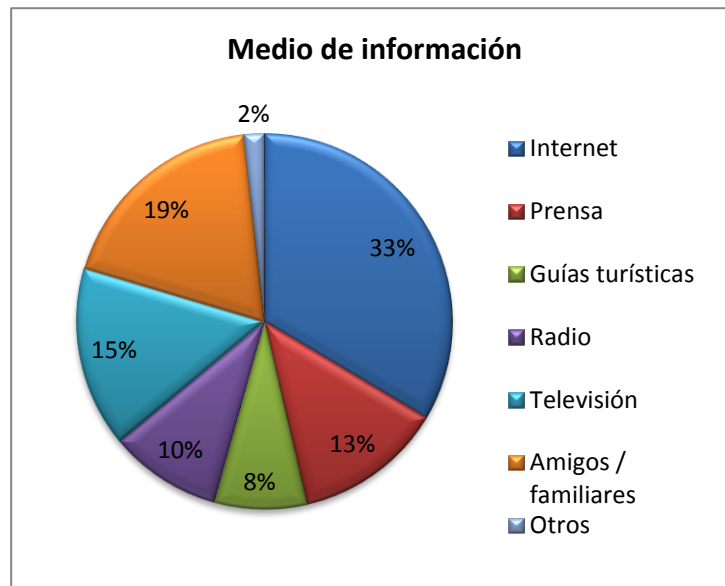
El 32% de los encuestados estaría dispuesto a hospedarse 2 días en el Complejo turístico deportivo y recreacional, al 30% le gustaría permanecer 3 días, el 22% se alojaría más de 3 días y el 16% pasaría 1 día.

m) Medio de información

**Cuadro # 19. Medio de información**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Internet	97	33%
Prensa	37	13%
Guías turísticas	23	8%
Radio	28	10%
Televisión	45	15%
Amigos / familiares	54	19%
Otros	5	2%
<b>TOTAL</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 13. Medio de información**

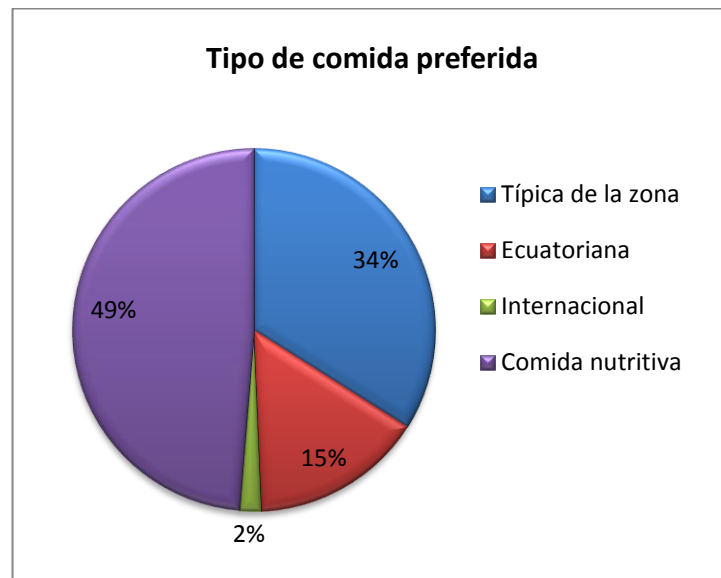
El 33% de los encuestados utiliza internet para informarse acerca de nuevos sitios turísticos, el 19% lo hace por medio de amigos o familiares, el 15% a través de la televisión, el 13% a través de la prensa, el 10% se informa por la radio el, el 8% con la ayuda de guías turísticas y el 2% usan otros medios de comunicación.

n) **Tipo de comida preferida**

**Cuadro # 20. Tipo de comida preferida**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Típica de la zona	53	34%
Ecuatoriana	24	15%
Internacional	3	2%
Comida nutritiva	76	49%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 14. Tipo de comida preferida**

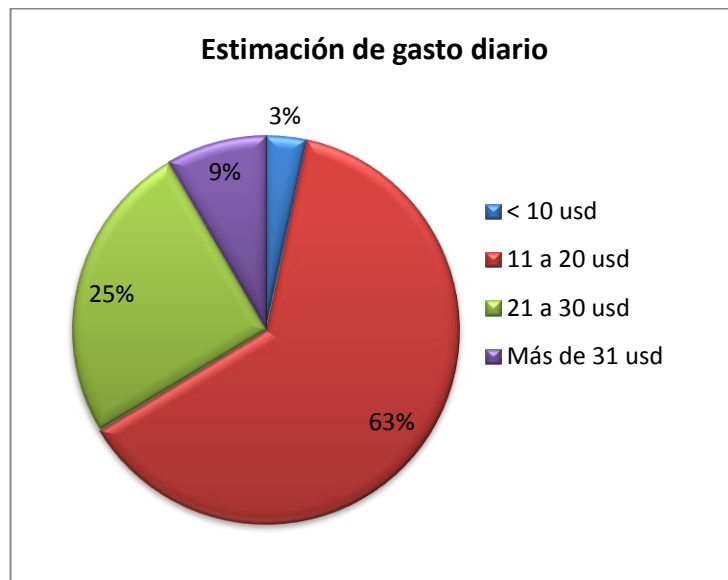
Al 49% de los encuestados le gustaría degustar comida nutritiva, el 34% prefiere comida típica de la zona, el 15% se inclina por la comida ecuatoriana y al 3% le agradaría comida internacional.

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

**Cuadro # 21. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
< 10 usd	4	3%
11 a 20 usd	75	63%
21 a 30 usd	30	25%
Más de 31 usd	10	9%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



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

El 64% de los encuestados estaría dispuesto a gastar por día y por persona entre 11 a 20 dólares por los servicios turísticos, el 25% estima que pagaría entre 21 a 30 dólares, el 9% considera que pagaría más de 31 dólares y el 3% pagaría menos de 10 dólares.

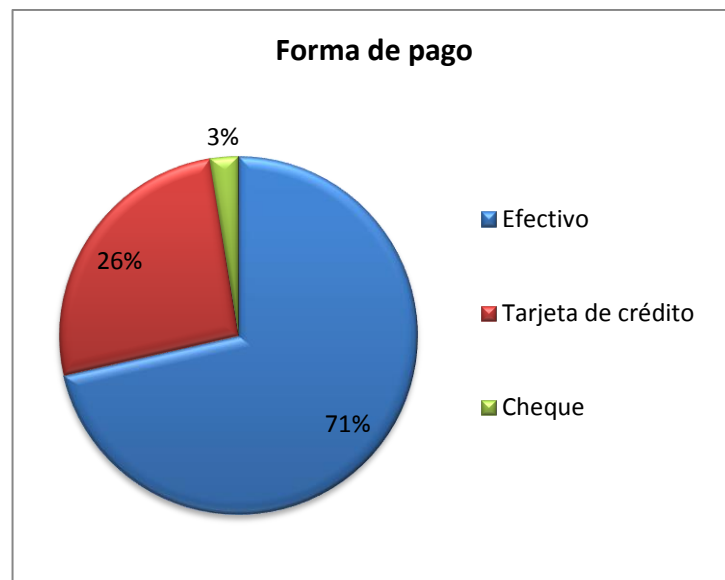


p) **Forma de pago**

**Cuadro # 22. Forma de pago**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Efectivo	85	71%
Tarjeta de crédito	31	26%
Cheque	3	3%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 16. Forma de pago**

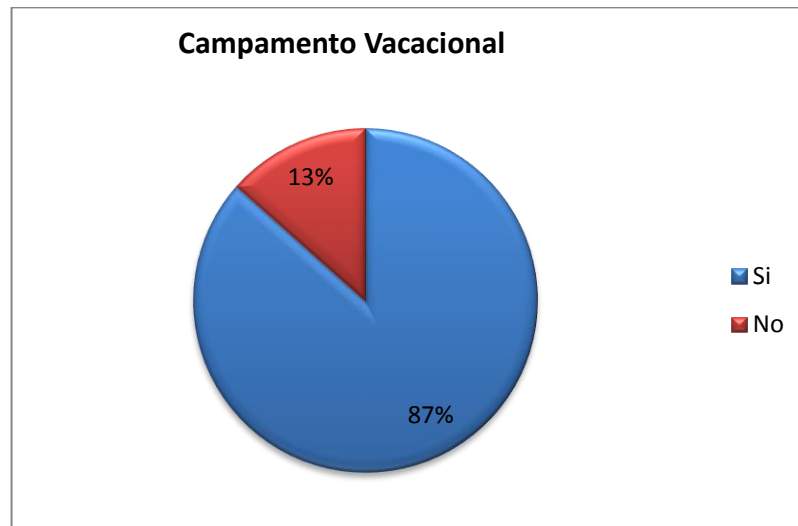
El 71% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo, el 26% utiliza tarjeta de crédito y el 3% cancela sus consumos por medio de cheques.

q) **Campamento vacacional**

**Cuadro # 23. Campamento Vacacional**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Si	103	87%
No	16	13%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 17. Campamento vacacional**

El 87% de los encuestados manifiestan que enviarían a sus hijos a un curso vacacional organizado en el complejo turístico deportivo y recreacional y el 13% manifiestan no está de acuerdo.

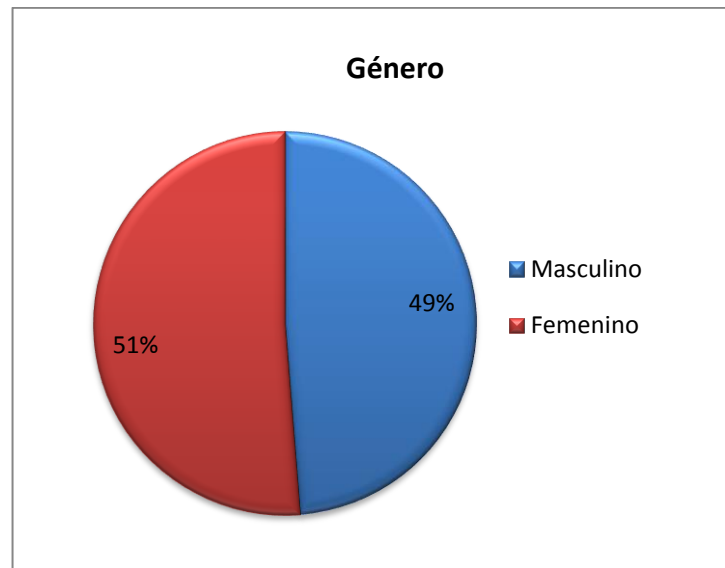
## 2) Turistas Extranjeros

### a) Género

**Cuadro # 24. Género**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	58	49%
Femenino	61	51%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 18. Género**

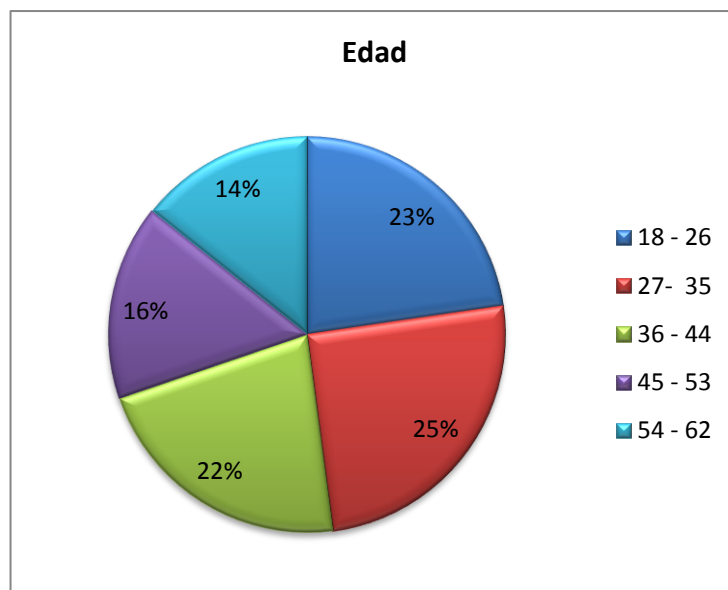
El 51% de los encuestados pertenece al sexo femenino y el 49% al sexo masculino.

**b) Edad**

**Cuadro # 25. Edad**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
18 - 26	27	23%
27- 35	30	25%
36 - 44	26	22%
45 - 53	19	16%
54 - 62	17	14%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 19. Edad**

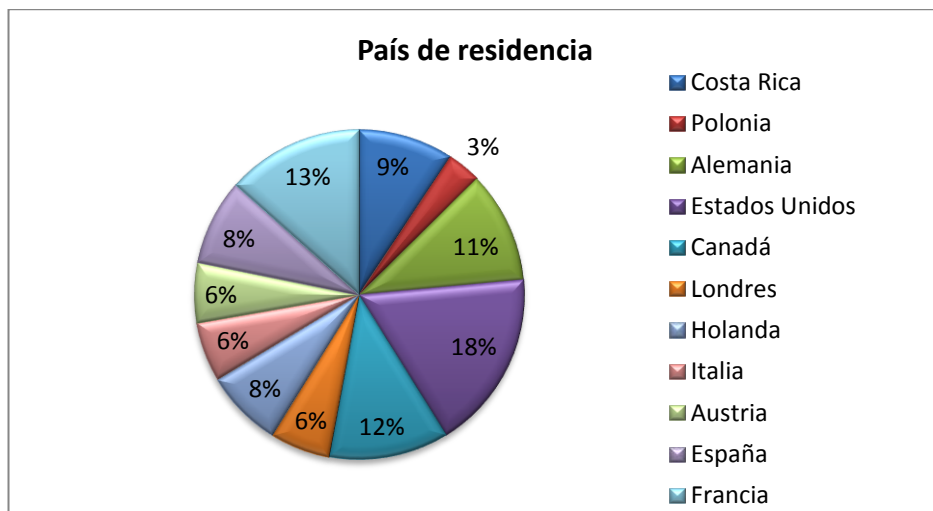
La edad del 25% de los encuestados comprende entre los 27 y 35 años, el 23% pertenecen a un rango de edad entre los 18 y 26 años, el 22% posee entre 36 y 44 años, el 16% se incluye entre los 45 y 53 años, y el 14% oscila entre los 54 y 62 años de edad.

c) País de residencia

**Cuadro # 26. País de residencia**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Costa Rica	11	9%
Polonia	4	3%
Alemania	13	11%
Estados Unidos	21	18%
Canadá	14	12%
Londres	7	6%
Holanda	9	8%
Italia	7	6%
Austria	7	6%
España	10	8%
Francia	16	13%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 20. País de residencia**

El 18% de los encuestados son de Estados Unidos; el 13% procede de Francia; el 12% son de Alemania; el 11% llegan desde Alemania; el 9% pertenecen a Costa Rica; similar porcentaje de 8% son de Holanda y España; igual porcentaje de 6% vienen de Londres, Italia y Austria y el 3% proceden de Polonia.

d) Estado laboral

**Cuadro # 27. Estado laboral**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Estudiante	19	16%
Trabaja	85	71%
Desempleado	2	2%
Jubilado	13	11%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 21. Estado laboral**

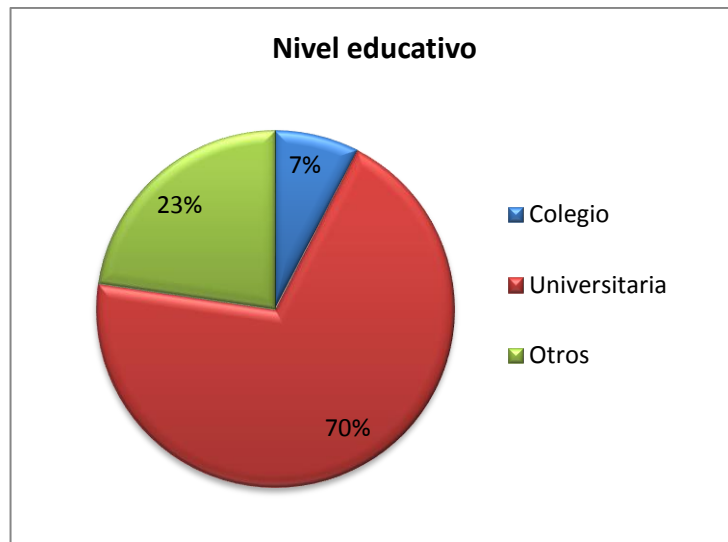
El 71% de los encuestados trabaja, el 16% son estudiantes, el 11% están jubilados y el 2% son desempleados.

e) **Pregunta No 5. Nivel educativo**

**Cuadro # 28. Nivel educativo**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Colegio	9	7%
Universitaria	83	70%
Otros	27	23%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 22. Nivel educativo**

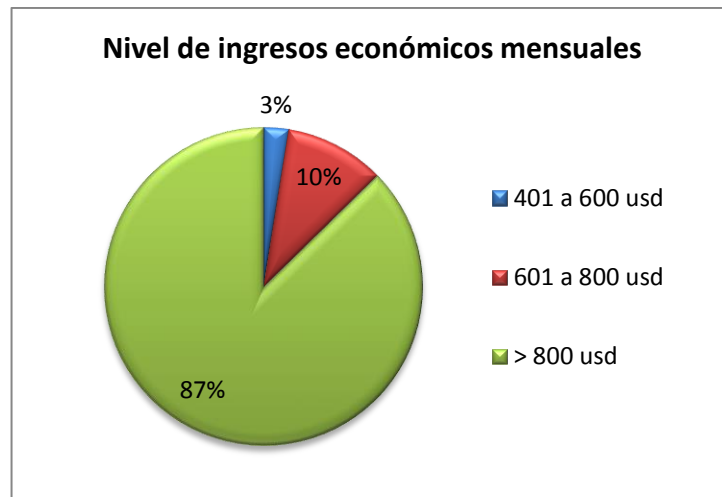
El 70% de los encuestados han adquirido estudios universitarios, el 23% manifiestan tener otro tipo de educación y el 7% han aprobado el colegio.

f) Nivel de ingresos económicos mensuales

**Cuadro # 29. Nivel de ingresos económicos mensuales**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
401 a 600 usd	3	3%
601 a 800 usd	12	10%
> 800 usd	103	87%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 23. Nivel de ingresos económicos mensuales**

El 87% de los encuestados posee como ingresos económicos mayores a 800 dólares, del 10% el ingreso económico corresponde entre 601 a 800 dólares y el 3% recibe de ingresos económicos entre 401 a 600 dólares mensuales.

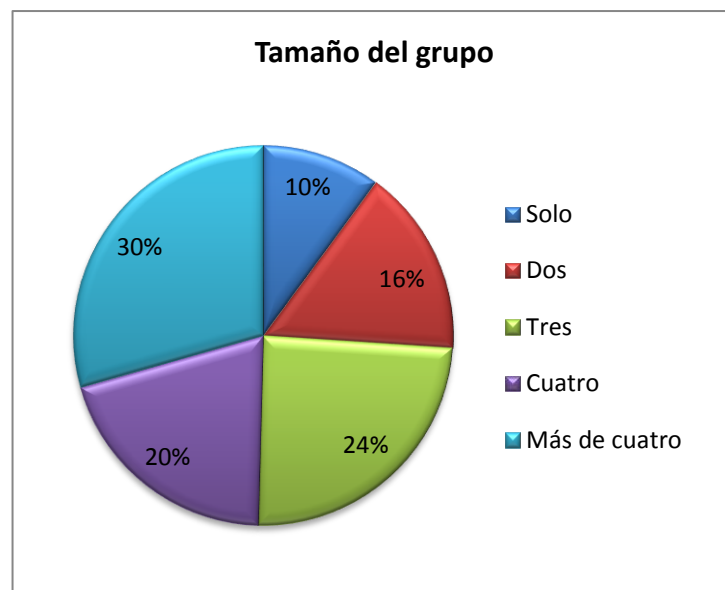


g) **Tamaño del grupo**

**Cuadro # 30. Tamaño del grupo**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Solo	12	10%
Dos	19	16%
Tres	29	24%
Cuatro	24	20%
Más de cuatro	35	30%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 24. Tamaño del grupo**

El 30% de los encuestados visitan cantón Guano en compañía de más de 4 personas, el 24% junto a 3 personas, el 20% llegan con 4 personas, el 16% con 2 personas y el 10% solos.

### h) Organización del viaje

**Cuadro # 31. Organización del viaje**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Agencia de viajes	63	53%
Independiente	56	47%
<b>TOTAL</b>	<b>118</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 25. Organización del viaje**

El 53% de los encuestados viaja por medio de una operadora turística y el 47% prefiere hacerlo independientemente.

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

**Cuadro # 32. Aceptación de la idea del proyecto**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Si	117	98%
No	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 26. Aceptación de la idea del proyecto**

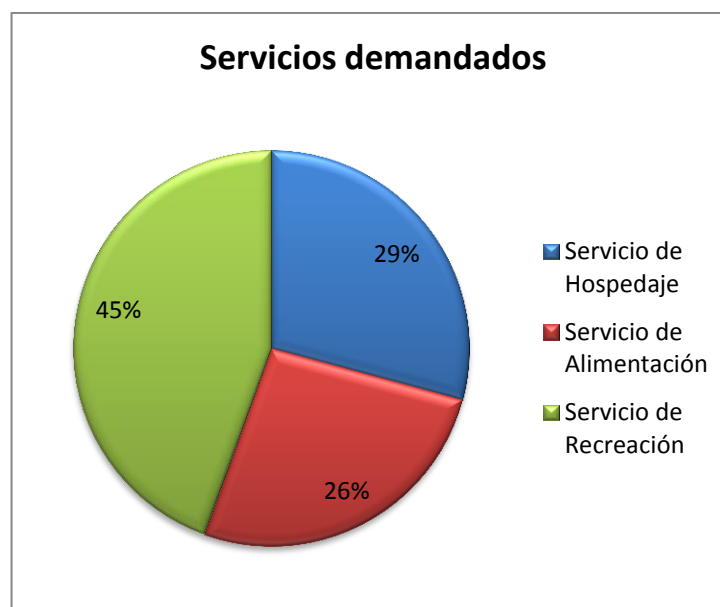
El 98% de los encuestados expresa que le gustaría que en el cantón Guano existiera un complejo turístico deportivo y recreacional y el 2% no está de acuerdo.

j) Servicios demandados

**Cuadro # 33. Servicios demandados**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Servicio de Hospedaje	61	29%
Servicio de Alimentación	55	26%
Servicio de Recreación	93	45%
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 27. Aceptación de la idea del proyecto**

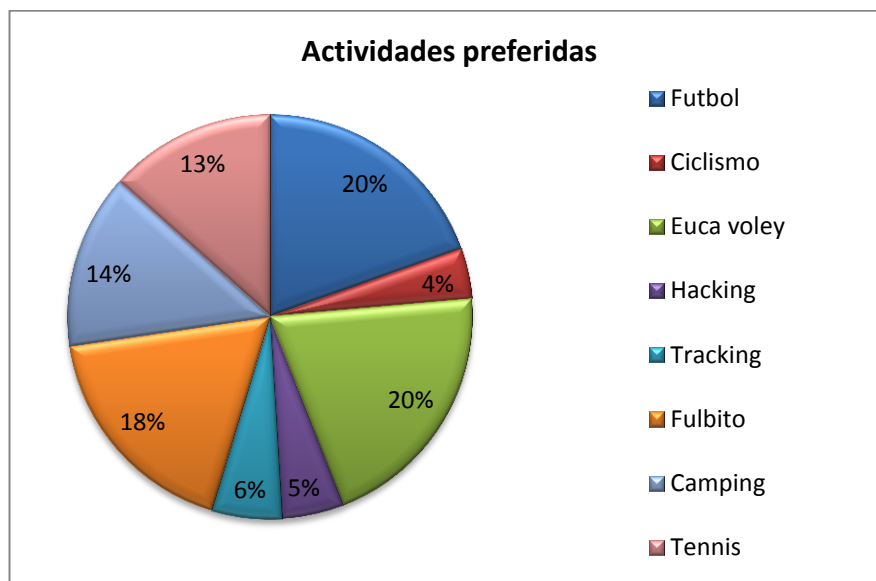
El 45% de los encuestados prefieren el servicio de recreación y entretenimiento, el 29% utilizaría el servicio de Hospedaje y el 26% el servicio de alimentación.

k) **Actividades preferidas**

**Cuadro # 34. Actividades preferidas**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Futbol	63	20%
Ciclismo	13	4%
Ecuavóley	66	20%
Hacking	16	5%
Tracking	18	6%
Fulbito	58	18%
Camping	45	14%
Tenis	43	13%
<b>TOTAL</b>	<b>322</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta



**Gráfico No 28. Actividades preferidas**

Similar porcentaje de 20% de los encuestados manifiestan que les agrada practicar el deporte futbol ecua vóley; el 18% prefieren jugar fulbito; 14% se inclina por realizar, al 13% le agrada practicar tenis, el 6% le gustaría natación, el 5% opta por participar hacking y el 4% elige la opción ciclismo.

**l) Tiempo de permanencia**

**Cuadro # 35. Tiempo de permanencia**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Un día	20	17%
Dos días	65	55%
Tres días	19	16%
Más de tres días	15	12%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 29. Tiempo de permanencia**

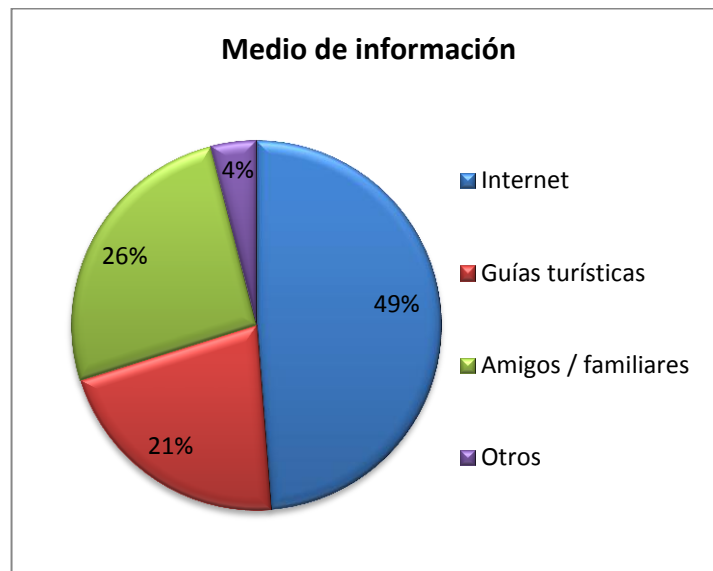
El 55% de los encuestados estaría dispuesto a hospedarse 2 días en el complejo turístico deportivo y recreacional, al 17% le gustaría permanecer 1 día, el 16% se alojaría 3 días y el 12% pasaría más de 3 días.

**m) Medio de información**

**Cuadro # 36. Medio de información**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Internet	98	49%
Guías turísticas	43	21%
Amigos / familiares	52	26%
Otros	8	4%
<b>TOTAL</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 30. Medios de información**

El 49% de los encuestados utiliza internet para informarse acerca de nuevos sitios turísticos, el 26% lo hace a través de amigos o familiares, el 21% por medio guías turísticas y el 4% se informa por medio de otros medios de comunicación.

n) **Tipo de comida preferida**

**Cuadro # 37. Tipo de comida preferida**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Típica de la zona	52	32%
Ecuatoriana	41	26%
Internacional	2	1%
Comida nutritiva	66	41%
<b>TOTAL</b>	<b>161</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 31. Tipo de comida preferida**

Al 41% de los encuestados le gustaría degustar comida nutritiva, el 32% prefiere comida típica de la zona, el 26% se inclina por la comida ecuatoriana y al 1% le agradaría comida internacional.

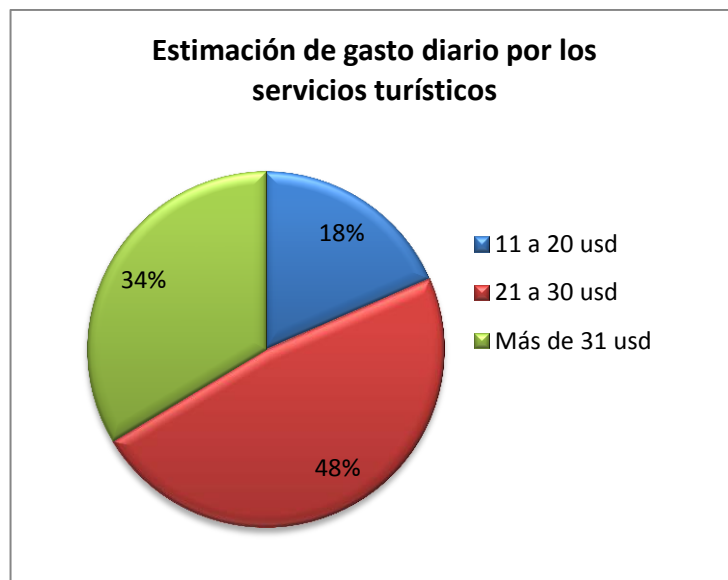


o) Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

**Cuadro # 38. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos**

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
11 a 20 usd	22	18%
21 a 30 usd	57	48%
Más de 31 usd	40	34%
TOTAL	119	100%

**Fuente:** Encuesta



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

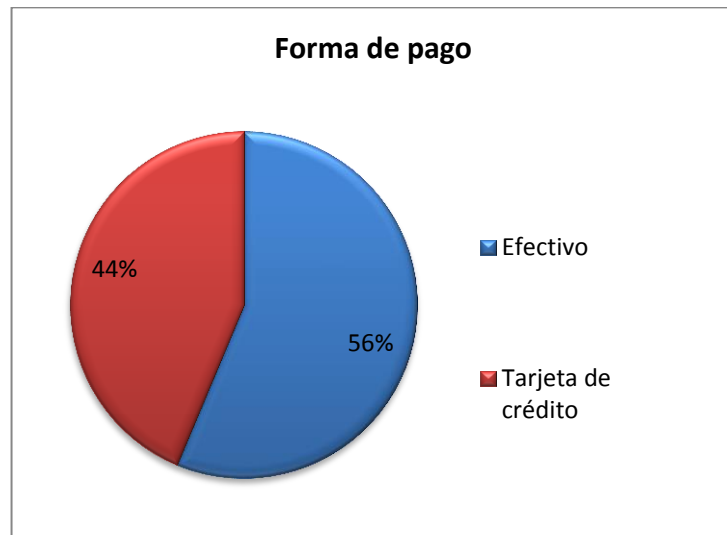
El 48% de los encuestados estiman que pagaría diariamente entre 21 a 30 dólares por los servicios turísticos, el 34% estaría dispuesto a gastar más de 31 dólares y el 18% gastaría entre 11 a 20 dólares.

p) **Forma de pago**

**Cuadro # 39. Forma de pago**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Efectivo	67	56%
Tarjeta de crédito	52	44%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta



**Gráfico No 33. Forma de pago**

El 56% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo y el 44% utiliza tarjeta de crédito.

**e. Perfil de la demanda**

**1) Turistas nacionales**

El 55% de los encuestados pertenecen al sexo masculino y el 45% al sexo femenino.

La edad del 27% de los encuestados comprende entre los 36 y 44 años, el 23% pertenecen a un rango de edad entre los 18 y 26 años.

El 27% de los encuestados son de la ciudad de Riobamba; el 14% procede de la ciudad de Ambato; igual porcentaje de 13% proceden de la ciudad de Cuenca y Quito.

El 48% de los encuestados trabaja y el 40% son estudiantes.

El 73% de los encuestados poseen estudios universitarios y el 16% cuenta con instrucción secundaria.

El 29% de los encuestados tiene ingresos económicos entre 401 a 600 dólares mensuales, el 27% posee como ingresos económicos entre 601 a 800 dólares mensuales.

En promedio, cada turista visita el cantón Guano acompañado de 3 personas, es decir forman un grupo de 4 personas incluido el encuestado.

El 82% de los encuestados organizan su viaje de forma independiente.

El 96% de los encuestados expresa que le gustaría que cerca en el cantón Guano existiera un complejo turístico deportivo y recreacional.

El 51% de los encuestados utilizaría el servicio de recreación y entretenimiento y el 30% harían uso del servicio de hospedaje.

El 27% de los encuestados prefiere practicar fútbol, al 20% le gustaría jugar fútbol, el 18% se interesa por Ecuavoley, al 15% le agradaría practicar camping, el 11% opina que le gustaría jugar tenis.

En promedio cada turista le gustaría permanecer 2 días en el complejo turístico deportivo y recreacional.

El 33% de los encuestados utilizan internet para informarse, el 19% lo hace por amigos y familiares.

Al 49% de los encuestados le gustaría degustar comida nutritiva y el 34% prefiere comida típica de la zona.

El 64% de los encuestados estaría dispuesto a gastar por día y por persona entre 11 a 20 dólares por los servicios turísticos, el 25% estima que pagaría entre 21 a 30 dólares.

El 71% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo.

El 87% de los encuestados manifiestan que enviarían a sus hijos a un curso vacacional organizado en el complejo turístico deportivo y recreacional.

## **2) Turistas extranjeros**

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

La edad del 25% de los encuestados comprende entre los 27 y 35 años, el 23% pertenecen a un rango de edad entre los 18 y 26 años.

El 18% de los encuestados son de Estados Unidos; el 13% procede de Francia; el 12% son de Alemania y el 11% llegan desde Alemania.

El 71% de los encuestados trabaja y el 16% son estudiantes.

El 70% de los encuestados han adquirido estudios universitarios.

El 87% de los encuestados posee como ingresos económicos mayores a 800 dólares.

En promedio, cada turista visita el cantón Guano acompañado de 3 personas, es decir forman un grupo de 4 personas incluido el encuestado.

El 53% de los encuestados viajan a través de una operadora turística y el 47% independientemente.

El 98% de los encuestados expresa que le gustaría que en el cantón Guano existiera un complejo turístico deportivo y recreacional.

El 45% de los encuestados prefieren el servicio de recreación y entretenimiento, el 29% utilizaría el servicio de Hospedaje y el 25% manifiesta requerir el servicio de alimentación.

Similar porcentaje de 20% de los encuestados manifiestan que les agradaría practicar el deporte futbol ecua vóley; el 18% prefieren jugar fulbito; 14% se inclina por realizar camping, al 13% le agradaría practicar tenis.

En promedio, a cada turista le gustaría permanecer 2 días en el complejo turístico deportivo y recreacional.

El 49% de los encuestados utiliza internet para informarse acerca de nuevos sitios turísticos, el 26% lo hace a través de amigos o familiares.

Al 41% de los encuestados le gustaría degustar comida nutritiva, el 32% prefiere comida típica de la zona.

El 48% de los encuestados estiman que pagaría diariamente entre 21 a 30 dólares por los servicios turísticos, el 34% estaría dispuesto a gastar más de 31 dólares.

El 56% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo y el 44% utiliza tarjeta de crédito.

**f. Proyección de la demanda**

Se realizó la proyección de la demanda para los próximos 10 años tomando como referencia los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas. De los 80.000 (56.000 nacionales y 24.000 extranjeros) turistas que visitaron el cantón Guano en el año 2012 según las estadísticas del Ministerio de Turismo: el 96% correspondiente a 52.640 turistas nacionales y el 98% equivalente a 23.520 turistas extranjeros manifestaron que les gustaría que existiera un Complejo turístico deportivo y recreacional en el barrio Santa Ana, catón Guano, en donde según el presente estudio de mercado, principalmente les permita realizar actividades deportivas – recreacionales, alimentarse y hospedarse. Es decir un total decir 76.160 serían nuestros clientes potenciales.

**Cuadro # 40. Proyección de la demanda nacional para los próximos 10 años**

<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>TURISTAS</b>	<b>EXTRANJEROS</b>	<b>TOTAL</b>
2013 (0)	52640	23520	76160
2014 (1)	58957	26342	85299
2015 (2)	66032	29503	95535
2016 (3)	73955	33044	106999
2017 (4)	82830	37009	119839
2018 (5)	92770	41450	134220
2019 (6)	103902	46424	150326
2020 (7)	116370	51995	168365
2021 (8)	130335	58235	188569
2022 (9)	145975	65223	211198
2023(10)	163492	73050	236541

**Fuente:** Encuesta

**2. Análisis de la oferta**

**a. Oferta sustitutiva**

Para determinar la oferta sustitutiva se han considerado aquellos establecimientos turísticos, que dentro de los servicios ofertados se involucren con actividades deportivas y recreacionales principalmente.

**Cuadro # 41. Oferta sustitutiva**

<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<b>Centro acuático los Elenes</b>	<p>Está situado a dos kilómetros de la cabecera cantonal en dirección sureste. Para llegar a los Elene, en el barrio Santa Teresita, continuando por la avenida César Naveda. Desde la ciudad de Riobamba hay una distancia de 8 km.</p> <p>El balneario los Elenes está ubicado a 2608 msnm. Las aguas que lo alimentan brotan de la peña de Langos, son temperadas (22°C) y ricas en minerales.</p> <p>Atracciones: piscina de olas artificiales, la piscina con juegos interactivos para niños, piscinas con toboganes curvos y rectos tipo kamikaze, la piscina semi olímpica cubierta, hidromasaje, sauna, turco y polar. Además existe una piscina con plataforma, instalaciones con servicio de vestidores.</p> <p>Sus amplias y renovadas áreas, disponen también de canchas deportivas, parqueaderos privados, salón de eventos, restaurante y recreación al máximo.</p> <p>Según el Ministerio de Turismo en el año 2012 se registraron aproximadamente 50.000 turistas</p>
<b>Complejo turístico el edén</b>	<p>Está ubicado a las afueras del cantón en contacto directo con la naturaleza. Contiene espacios verdes, canchas deportivas y espacio para equitación.</p>

**Fuente:** Investigación secundaria y primaria

**b. Oferta complementaria**

**Cuadro # 42.** Oferta complementaria

<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>CARACTERSTICAS</b>
<b>Hostería andaluza la</b>	Panamericana norte km 16, vía Ambato, Guano. Servicio ofertados: TV - Cable Baño privado (agua caliente 24h ) Restaurante, bar cafetería ,karaoke Canchas, áreas verdes, salón para eventos, juegos de mesa Garaje. Reciben al año aproximadamente 2800 turistas.
<b>Quinta Aidita</b>	Hostería Quinta Aidita se encuentra ubicada a 8 Km de Riobamba en la Ciudad de Guano, con un clima templado seco y 8 Hectáreas de instalaciones.  Servicios: Confortables habitaciones, piscinas cubiertas y de agua temperada, turco, sauna, hidromasaje, juegos de mesa, juegos infantiles, discoteca, karaoke, salones de eventos, salones de conferencias y zoológico privado.
<b>Vista Hermosa</b>	En esta hostería encontramos: piscinas, restaurante, vestidores, amplios espacios verdes y ofrecemos paquetes y tours para escuelas, colegios, universidades y todo tipo de empresas.  Brindamos servicios de spa en baños de cajón, hidromasaje, sauna y turco.
<b>Hostería Estefanía Karen</b>	Ubicada al ingreso de la ciudad de Guano, cuenta con canchas deportivas, sauna, piscina, hidromasaje. Cabañas para realizar parrilladas y sala de recepciones.

**Fuente:** Investigación secundaria y primaria



**c. Proyección de la oferta**

Se realizó la proyección de la oferta para los próximos 10 años, en base principalmente del parque acuático los Elenes. Luego de realizar la respectiva investigación de campo se obtuvo un total de 50.000 turistas consumen la oferta existente, que los cuales el 70% son nacionales y el 30% extranjeros.

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

**Cuadro # 43. Proyección de la oferta para los próximos 10 años**

<b>AÑO</b>	<b>TURISTAS NACIONALES</b>	<b>TURISTAS EXTRANJEROS</b>	<b>TOTAL</b>
2013 (0)	35000	15000	50000
2014 (1)	39200	16800	56000
2015 (2)	43904	18816	62720
2016 (3)	49172	21074	70246
2017 (4)	55073	23603	78676
2018 (5)	61682	26435	88117
2019 (6)	69084	29607	98691
2020 (7)	77374	33160	110534
2021 (8)	86659	37139	123798
2022 (9)	97058	41596	138654
2023(10)	108705	46588	155292

**Fuente:** Investigación primaria y secundaria

### 3. Confrontación oferta- demanda

#### a. Proyección de la demanda insatisfecha

**Cuadro # 44. Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 10 años**

OFERTA NACIONALES	OFERTA EXTRANJEROS	TOTAL OFERTA	DEMANDA NACIONALES	DEMANDA EXTRANJEROS	TOTAL DEMANDA INSATISFEHCA
35000	15000	50000	17640	8520	<b>26160</b>
39200	16800	56000	19757	9542	<b>29299</b>
43904	18816	62720	22128	10687	<b>32815</b>
49172	21074	70246	24783	11970	<b>36753</b>
55073	23603	78676	27757	13406	<b>41163</b>
61682	26435	88117	31088	15015	<b>46103</b>
69084	29607	98691	34818	16817	<b>51635</b>
77374	33160	110534	38996	18835	<b>57831</b>
86659	37139	123798	43676	21095	<b>64771</b>
97058	41596	138654	48917	23627	<b>72544</b>
108705	46588	155292	54787	26462	<b>81249</b>

**Fuente:** Investigación primaria y secundaria

#### b. Proyección demanda objetivo

En este proyecto se trabajó estimando captar el 50% de la demanda insatisfecha.

**Cuadro # 45. Proyección de la demanda objetivo para los próximos 10 años**

AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2010 (0)	8820	4260	13080
2011 (1)	9878	4771	14650
2012 (2)	11064	5344	16408
2013 (3)	12391	5985	18376

2014 (4)	13878	6703	20582
2015 (5)	15544	7508	23051
2016 (6)	17409	8408	25818
2017 (7)	19498	9418	28916
2018 (8)	21838	10548	32386
2013 (9)	24459	11813	36272
2014 (10)	27394	13231	40624

**Fuente:** Investigación primaria y secundaria

#### **4. Análisis Mercadotécnico**

##### **a. Canales de Distribución**

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

Canal directo es decir, del productor al consumidor se utilizará debido a que el 65% de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el cantón Guano lo hacen de forma independiente es decir sin intermediarios.

Canal detallista, puesto que se pretende llegar a una parte del mercado a través de operadoras turísticas a nivel nacional constituyéndose así en intermediarias.

##### **b. Estrategias de promoción y publicidad**

###### **1) Medios publicitarios para la empresa**

Debido a que la mayoría de turistas nacionales y extranjeros utilizan internet como medio para conocer acerca de nuevos lugares turísticos se diseñará una página web.

Se diseñarán tarjetas de presentación de la empresa, las cuales serán coloradas en las unidades de turismo a nivel nacional. En días de feriados nacionales se realizarán cuñas publicitarias en radios. Se participará en ferias de turismo.

## 2) Slogan

El deporte es vida, vívelo a través del turismo....

## 3) Logotipo

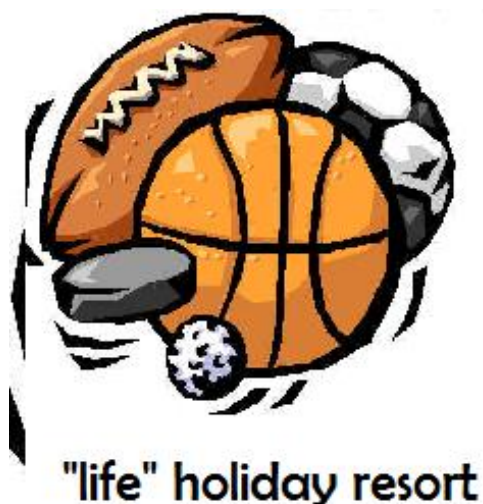


Gráfico No 34. Logotipo de la empresa

## 4) Colores que identificarán a la empresa

**Naranja:** representa la fortaleza y la resistencia.

**Rojo:** como está muy relacionado con la energía, es muy adecuado para anunciar, bebidas energéticas, juegos, deportes y actividades de riesgo.

**Amarillo:** sugiere el efecto de entrar en calor, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular. Con frecuencia se le asocia a la comida.

**Verde:** es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.

**c. Cargos y responsabilidades del área comercial**

**1) Cargos y funciones del área comercial**

**Cuadro # 46. Manual de funciones del recepcionista**

<b>Título del puesto</b>	Recepcionista – Cajero
<b>Áreas de responsabilidad</b>	Caja – Recepción
<b>Tareas inherentes al puesto:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar facturas de compra de insumos al gerente.</li> <li>• Coordinar el trabajo con el personal.</li> <li>• Supervisar el horario de trabajo.</li> <li>• Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir.</li> <li>• Análisis de los problemas y soluciones.</li> </ul>	

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

**Cuadro # 47. Políticas de remuneración para el área comercial**

CARGO	N°	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
Recepcionista	1	300	3600	437,40	300,00	264,00	150,00	300,00	5054,40
								TOTAL	5054,40

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

#### a) Activos fijos del área comercial

**Cuadro # 48. Activos fijos del área comercial**

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD (u)</b>	<b>COSTO UNITARIO (usd)</b>	<b>COSTO TOTAL (usd)</b>
<b>Área de recepción</b>			
<b>Equipos de oficina</b>			
Equipos de	1	900	900
Teléfono Panasonic	2	45	90
Calculadora	1	20	20
Sub total 1			<b>1010</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Counter de recepción (2m x1,18)	1	285	285
Decoración	1	200	200
Silla	1	55	55
			<b>540</b>
Sub total 2			<b>1550</b>
Imprevistos 10%			<b>155</b>
<b>TOTAL</b>			<b>1705</b>

#### b) área comercial

**Cuadro # 49. Gastos del área comercial**

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD (u)</b>	<b>COSTO ANUAL (usd)</b>
Página web	1	480
Trípticos papel cauché tamaño A5	1000	110
Tarjetas de presentación papel cauche de 300g	1000	90
<b>TOTAL</b>		<b>680</b>

## C. ESTUDIO TÉCNICO

### 5. Tamaño de la empresa

#### a. Número de clientes proyectado

**Cuadro # 50. Número de clientes proyectado**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2013 (0)	13080	6540	1090	545	273	36
2014 (1)	14650	7325	1221	610	305	41
2015 (2)	16408	8204	1367	684	342	46
2016 (3)	18376	9188	1531	766	383	51
2017 (4)	20582	10291	1715	858	429	57
2018 (5)	23051	11526	1921	960	480	64
2029 (6)	25818	12909	2151	1076	538	72
2020 (7)	28916	12909	2410	1205	602	80
2021 (8)	32386	16193	2699	1349	675	90
2022 (9)	36272	18136	3023	1511	756	101
2023 (10)	40624	20312	3385	1693	846	113

#### b. Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

**Cuadro # 51. Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados**

Año	Demanda objetivo	Índices		
		Servicio Alimentación 23%	Servicio Hospedaje 29%	Servicio Recreación 48%
2013 (0)	13080	3008	3793	6278
2014 (1)	14650	3369	4248	7032
2015 (2)	16408	3774	4758	7876
2016 (3)	18376	4227	5329	8821
2017 (4)	20582	4734	5969	9879

2018 (5)	23051	5302	6685	11065
2020 (6)	25818	5938	7487	12392
2021 (7)	28916	6651	8386	13880
2022 (8)	32386	7449	9392	15545
2023 (9)	36272	8343	10519	17410
2024 (10)	40624	9344	11781	19500

**c. Consumo aparente del servicio alimentación**

**1) Proyección de los consumidores con respecto al servicio alimentación**

**Cuadro # 52. Proyección de los consumidores con respecto al servicio alimentación**

Año	Demanda objetivo	Índices			
		Típica de la zona 33%	Ecuatoriana 20%	Internacional 2%	comida nutritiva 45%
2013 (0)	3008	993	602	60	1354
2014 (1)	3369	1112	674	67	1516
2015 (2)	3774	1245	755	75	1698
2016 (3)	4227	1395	845	85	1902
2017 (4)	4734	1562	947	95	2130
2018 (5)	5302	1750	1060	106	2386
2020 (6)	5938	1960	1188	119	2672
2021 (7)	6651	2195	1330	133	2993
2022 (8)	7449	2458	1490	149	3352
2023 (9)	8343	2753	1669	167	3754
2024 (10)	9344	3083	1869	187	4205



2) **Derivación y determinación del tamaño de mercado por productos del servicio alimentación**

a) **Producto comida típica de la zona**

**Cuadro # 53. Derivación y determinación del mercado por producto comida típica de la zona**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2013	993	496	83	41	21	3
2014	1112	556	93	46	23	3
2015	1245	623	104	52	26	3
2016	1395	697	116	58	29	4
2017	1562	781	130	65	33	4
2018	1750	875	146	73	36	5
2019	1960	980	163	82	41	5
2020	2195	1097	183	91	46	6
2021	2458	1229	205	102	51	7
2022	2753	1377	229	115	57	8
2023	3083	1542	257	128	64	9

b) **Producto comida ecuatoriana**

**Cuadro # 54. Derivación y determinación del mercado por producto comida ecuatoriana**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2013	602	301	50	25	13	2
2014	674	337	56	28	14	2
2015	755	377	63	31	16	2
2016	845	423	70	35	18	2
2017	947	473	79	39	20	3
2018	1060	530	88	44	22	3
2019	1188	594	99	49	25	3

2020	1330	665	111	55	28	4
2021	1490	745	124	62	31	4
2022	1669	834	139	70	35	5
2023	1869	934	156	78	39	5

**c) Producto comida internacional**

**Cuadro #55. Derivación y determinación del mercado por producto comida internacional**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2013	60	30	5	3	1	0
2014	67	34	6	3	1	0
2015	75	38	6	3	2	0
2016	85	42	7	4	2	0
2017	95	47	8	4	2	0
2018	106	53	9	4	2	0
2019	119	59	10	5	2	0
2020	133	67	11	6	3	0
2021	149	74	12	6	3	0
2022	167	83	14	7	3	0
2023	187	93	16	8	4	1

**d) Producto comida nutritiva**

**Cuadro # 56. Derivación y determinación del mercado por producto comida nutritiva**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2013	1354	677	113	56	28	4
2014	1516	758	126	63	32	4
2015	1698	849	142	71	35	5
2016	1902	951	158	79	40	5
2017	2130	1065	178	89	44	6

2018	2386	1193	199	99	50	7
2019	2672	1336	223	111	56	7
2020	2993	1496	249	125	62	8
2021	3352	1676	279	140	70	9
2022	3754	1877	313	156	78	10
2023	4205	2102	350	175	88	12

**d. Consumo aparente del servicio alojamiento**

**1) Derivación y determinación del tamaño de mercado por producto del servicio alojamiento**

**Cuadro # 57. Derivación y determinación del mercado por servicio alojamiento**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2013	3793	1897	316	158	79	11
2014	4248	2124	354	177	89	12
2015	4758	2379	397	198	99	13
2016	5329	2665	444	222	111	15
2017	5969	2984	497	249	124	17
2018	6685	3342	557	279	139	19
2019	7487	3744	624	312	156	21
2020	8386	4193	699	349	175	23
2021	9392	4696	783	391	196	26
2022	10519	5259	877	438	219	29
2023	11781	5891	982	491	245	33

**e. Consumo aparente del servicio recreación y entretenimiento**

**1) Proyección de los consumidores con respecto a los servicio recreación y entretenimiento**

**Cuadro # 58. Proyección de los consumidores con respecto a los servicio recreación y entretenimiento**

Año	Demanda objetivo	Indices							
		Futbol 23%	Ciclismo 4%	Ecuavoley 20%	Hacking 4%	tracking 4%	Fulbito 19%	Camping 14%	Tenis 12%
2013 (0)	6278	1444	251	1256	251	251	1193	879	753
2014 (1)	7032	1617	281	1406	281	281	1336	984	844
2015 (2)	7876	1811	315	1575	315	315	1496	1103	945
2016 (3)	8821	2029	353	1764	353	353	1676	1235	1058
2017 (4)	9879	2272	395	1976	395	395	1877	1383	1186
2018 (5)	11065	2545	443	2213	443	443	2102	1549	1328
2019 (6)	12392	2850	496	2478	496	496	2355	1735	1487
2020 (7)	13880	3192	555	2776	555	555	2637	1943	1666
2021 (8)	15545	3575	622	3109	622	622	2954	2176	1865
2022 (9)	17410	4004	696	3482	696	696	3308	2437	2089
2023 (10)	19500	4485	780	3900	780	780	3705	2730	2340

**2) Derivación y determinación del tamaño de mercado por productos del servicio recreación y entretenimiento**

**a) Práctica de la actividad futbol**

**Cuadro # 59. Derivación y determinación del mercado del deporte futbol**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	1444	722	120	60	30	4
2011	1617	809	135	67	34	4
2012	1811	906	151	75	38	5

2013	2029	1014	169	85	42	6
2014	2272	1136	189	95	47	6
2015	2545	1272	212	106	53	7
2016	2850	1425	238	119	59	8
2017	3192	1596	266	133	67	9
2018	3575	1788	298	149	74	10
2019	4004	2002	334	167	83	11
2020	4485	2242	374	187	93	12

**b) Práctica de las actividades: ciclismo, tracking y hacking**

**Cuadro # 60. Derivación y determinación del mercado de las actividades: ciclismo, tracking y hacking**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	251	126	21	10	5	1
2011	281	141	23	12	6	1
2012	315	158	26	13	7	1
2013	353	176	29	15	7	1
2014	395	198	33	16	8	1
2015	443	221	37	18	9	1
2016	496	248	41	21	10	1
2017	555	278	46	23	12	2
2018	622	311	52	26	13	2
2019	696	348	58	29	15	2
2020	780	390	65	32	16	2

**c) Práctica de la actividad ecua vóley**

**Cuadro # 61. Derivación y determinación del mercado de la actividad ecua vóley**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	1256	628	105	52	26	3
2011	1406	703	117	59	29	4
2012	1575	788	131	66	33	4
2013	1764	882	147	74	37	5

2014	1976	988	165	82	41	5
2015	2213	1106	184	92	46	6
2016	2478	1239	207	103	52	7
2017	2776	1388	231	116	58	8
2018	3109	1555	259	130	65	9
2019	3482	1741	290	145	73	10
2020	3900	1950	325	162	81	11

**d) Práctica de la actividad fulbito**

**Cuadro # 62. Derivación y determinación del mercado de la actividad fulbito**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	1193	596	99	50	25	3
2011	1336	668	111	56	28	4
2012	1496	748	125	62	31	4
2013	1676	838	140	70	35	5
2014	1877	939	156	78	39	5
2015	2102	1051	175	88	44	6
2016	2355	1177	196	98	49	7
2017	2637	1319	220	110	55	7
2018	2954	1477	246	123	62	8
2019	3308	1654	276	138	69	9
2020	3705	1852	309	154	77	10

**e) Práctica de la actividad camping**

**Cuadro # 63. Derivación y determinación del mercado de la actividad camping**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	879	439	73	37	18	2
2011	984	492	82	41	21	3
2012	1103	551	92	46	23	3

2013	1235	617	103	51	26	3
2014	1383	692	115	58	29	4
2015	1549	775	129	65	32	4
2016	1735	867	145	72	36	5
2017	1943	972	162	81	40	5
2018	2176	1088	181	91	45	6
2019	2437	1219	203	102	51	7
2020	2730	1365	227	114	57	8

**f) Práctica de la actividad tenis**

**Cuadro # 64. Derivación y determinación del mercado de la opción tenis**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	753	377	63	31	16	2
2011	844	422	70	35	18	2
2012	945	473	79	39	20	3
2013	1058	529	88	44	22	3
2014	1186	593	99	49	25	3
2015	1328	664	111	55	28	4
2016	1487	744	124	62	31	4
2017	1666	833	139	69	35	5
2018	1865	933	155	78	39	5
2019	2089	1045	174	87	44	6
2020	2340	1170	195	97	49	6

**2. Localización del proyecto**

**a. Macrolocalización**

El proyecto estará ubicado en la parroquia Matriz, cantón Guano, provincia de Chimborazo, República de Ecuador.

## MACROLOCALIZACIÓN



### CANTÓN GUANO

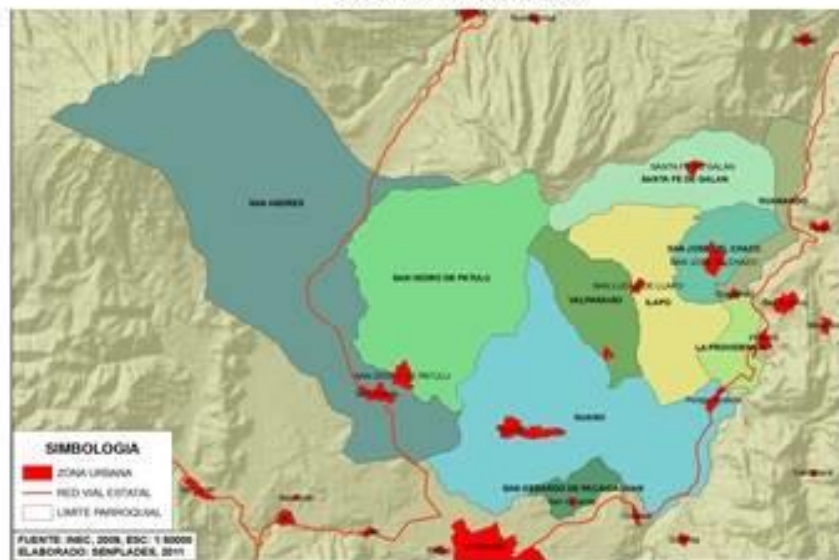
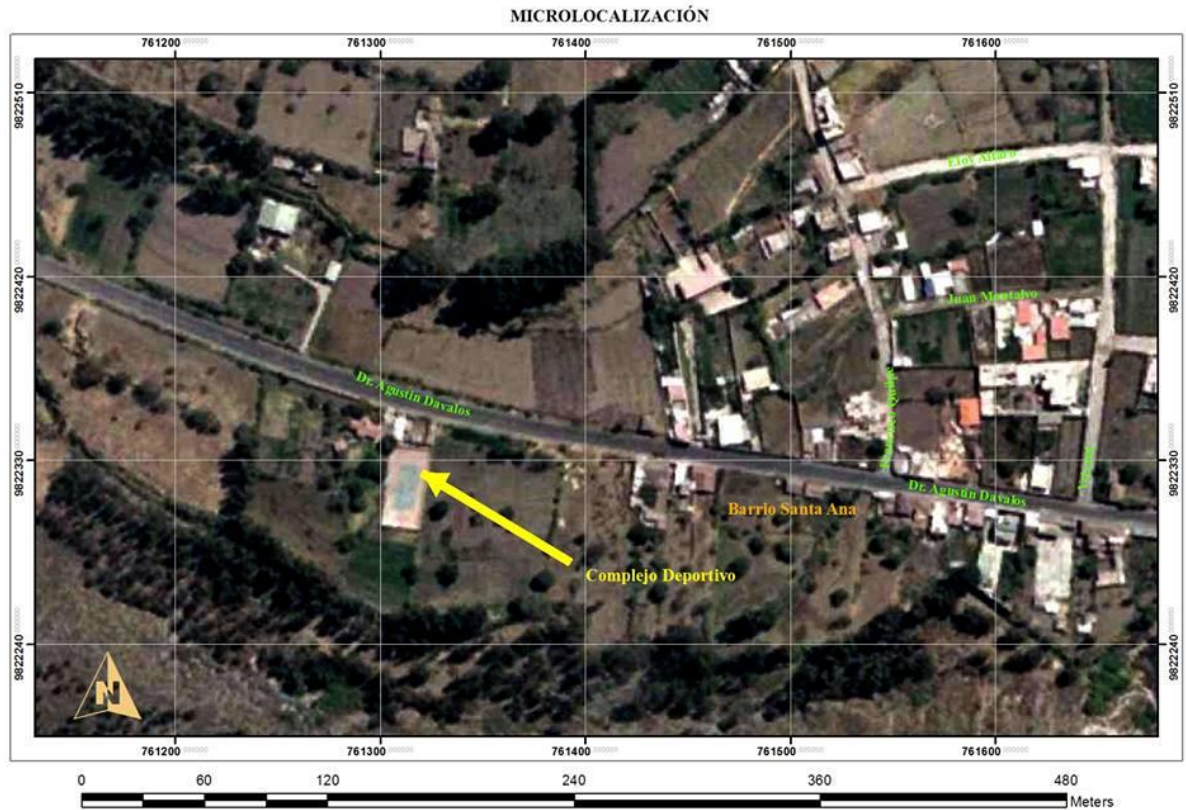


Gráfico No 35. Macrolocalización



**b. Microlocalización**



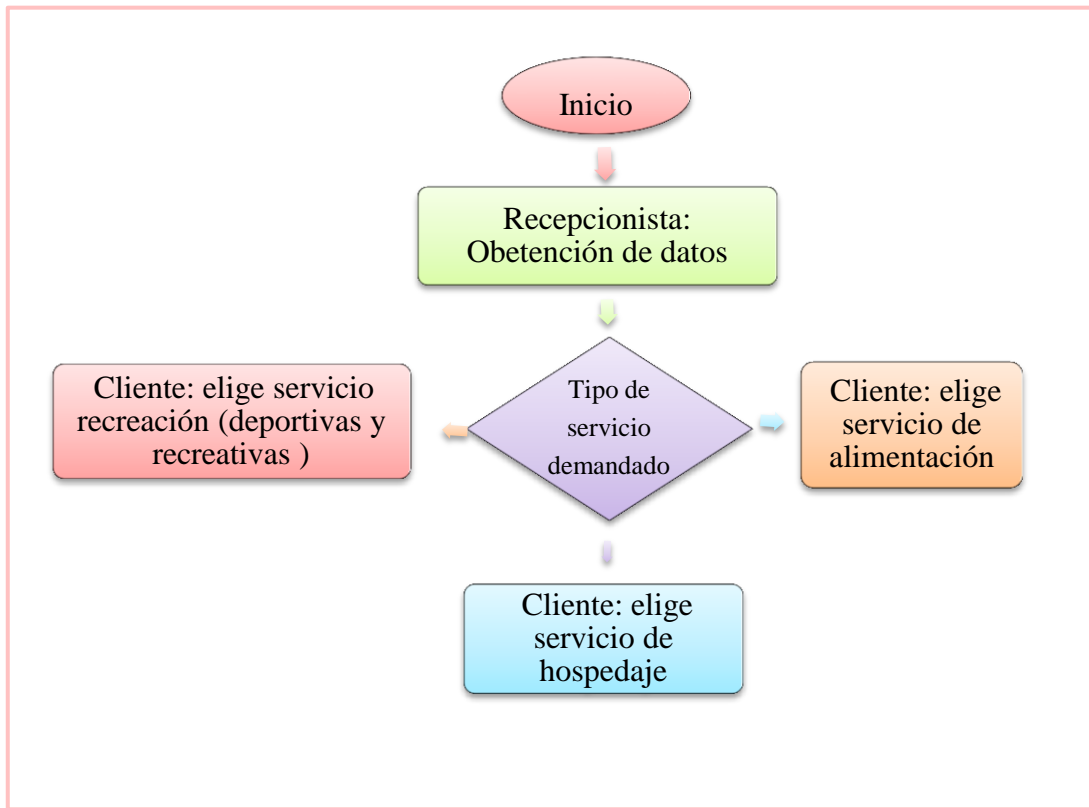
**Gráfico No 36. Microlocalización**

El complejo deportivo recreacional y turístico estará ubicado en el Barrio Santa Ana, perteneciente al cantón Guano.

**3. Proceso de producción**

**a. Flujograma del proceso productivo general de los servicios del proyecto turístico**

El presente proyecto por ser una empresa turística se basa en la producción de tres servicios principales: alimentación, hospedaje y recreación o entretenimiento cuyas características principales son las siguientes: flexibilidad, pues deben ser adaptados rápidamente al deseo del cliente; importancia del factor humano, debido a que los servicios los prestan los trabajadores por cuanto la capacitación, estado de ánimo, etc. son clave para asegurar el éxito de la prestación del servicio.



**Gráfico No 37. Flujograma general de producción de servicios turísticos**

1) Servicio de alojamiento

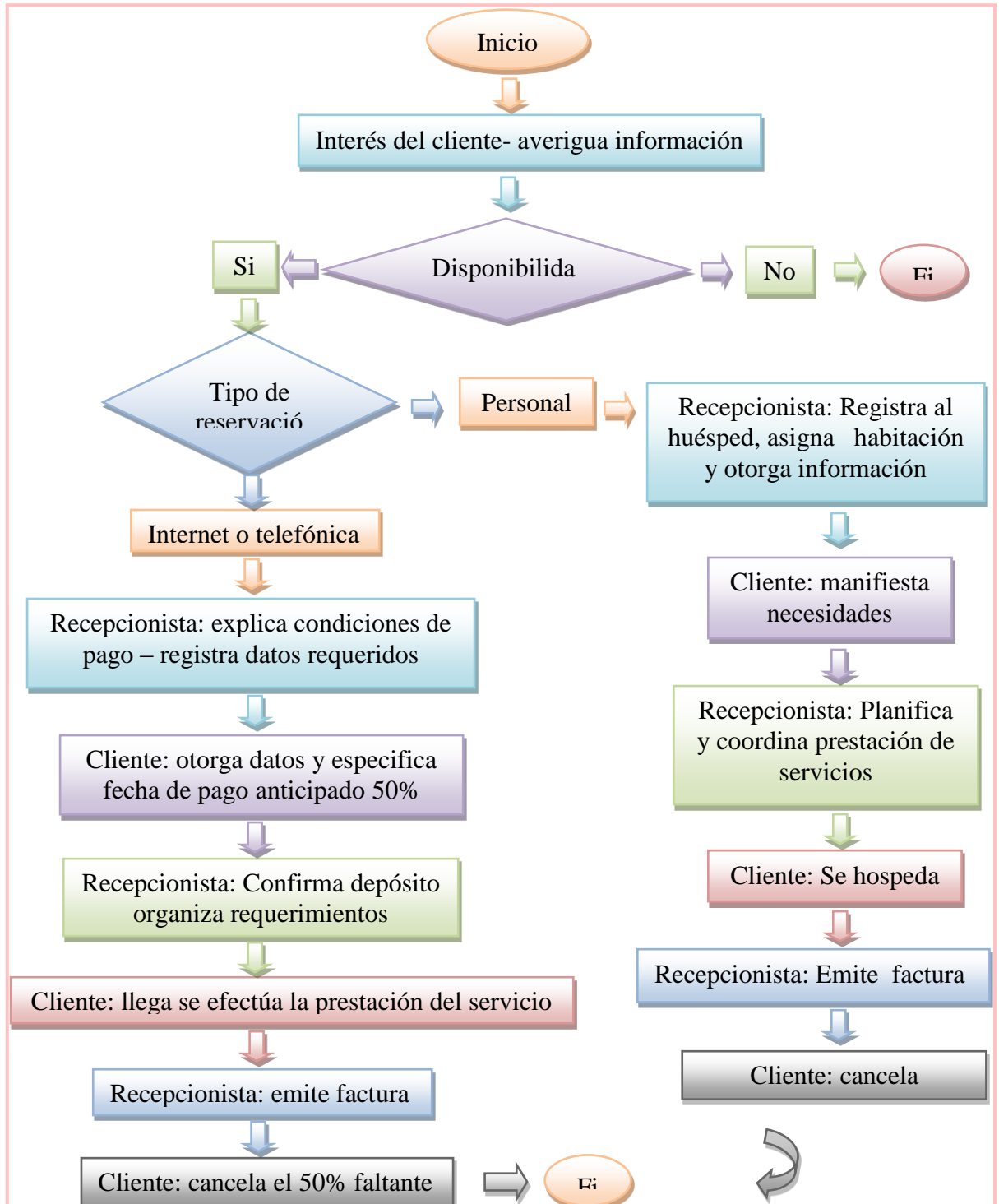


Gráfico No 38. Flujograma del servicio de alojamiento

## 2) Servicio de alimentación

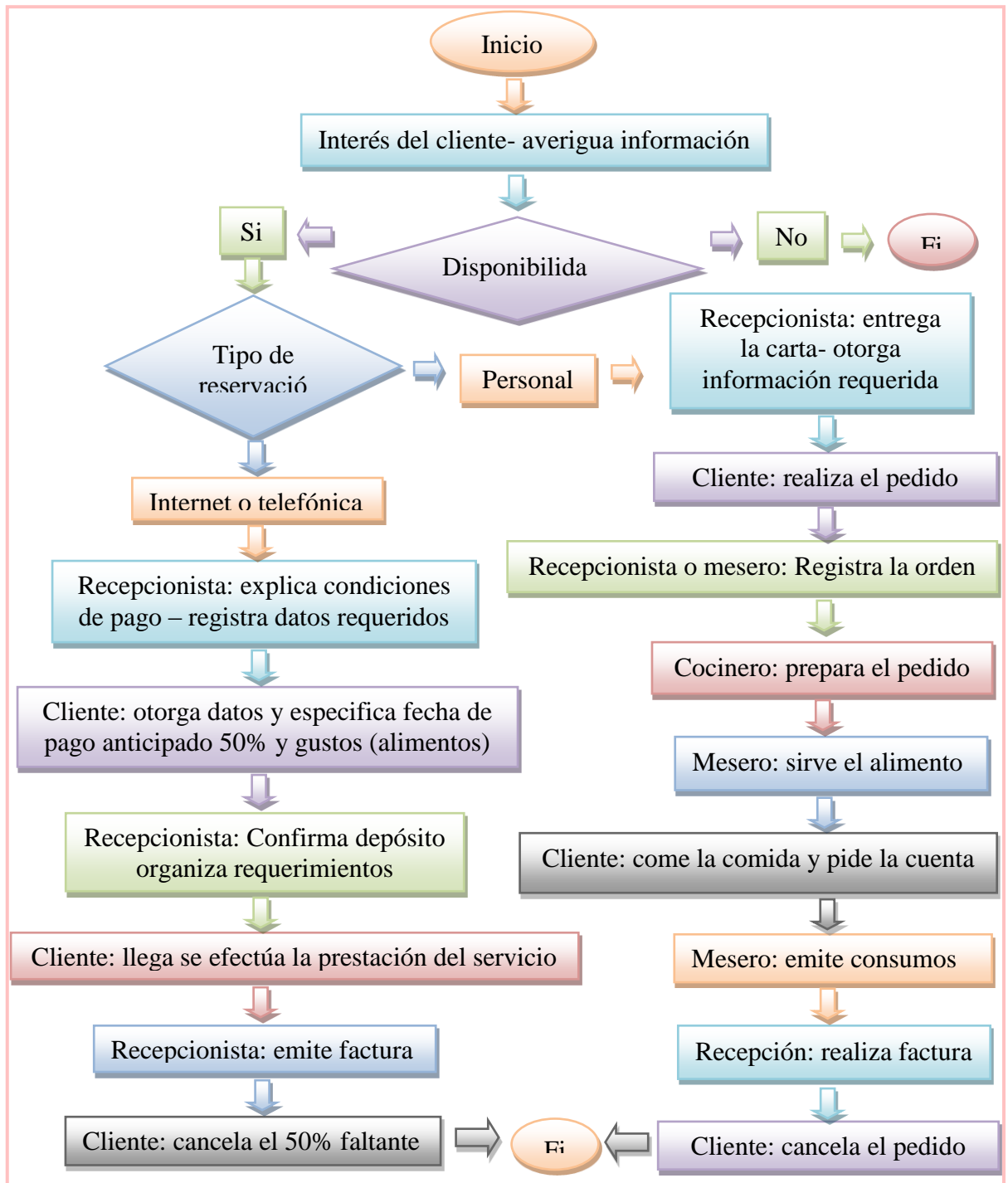
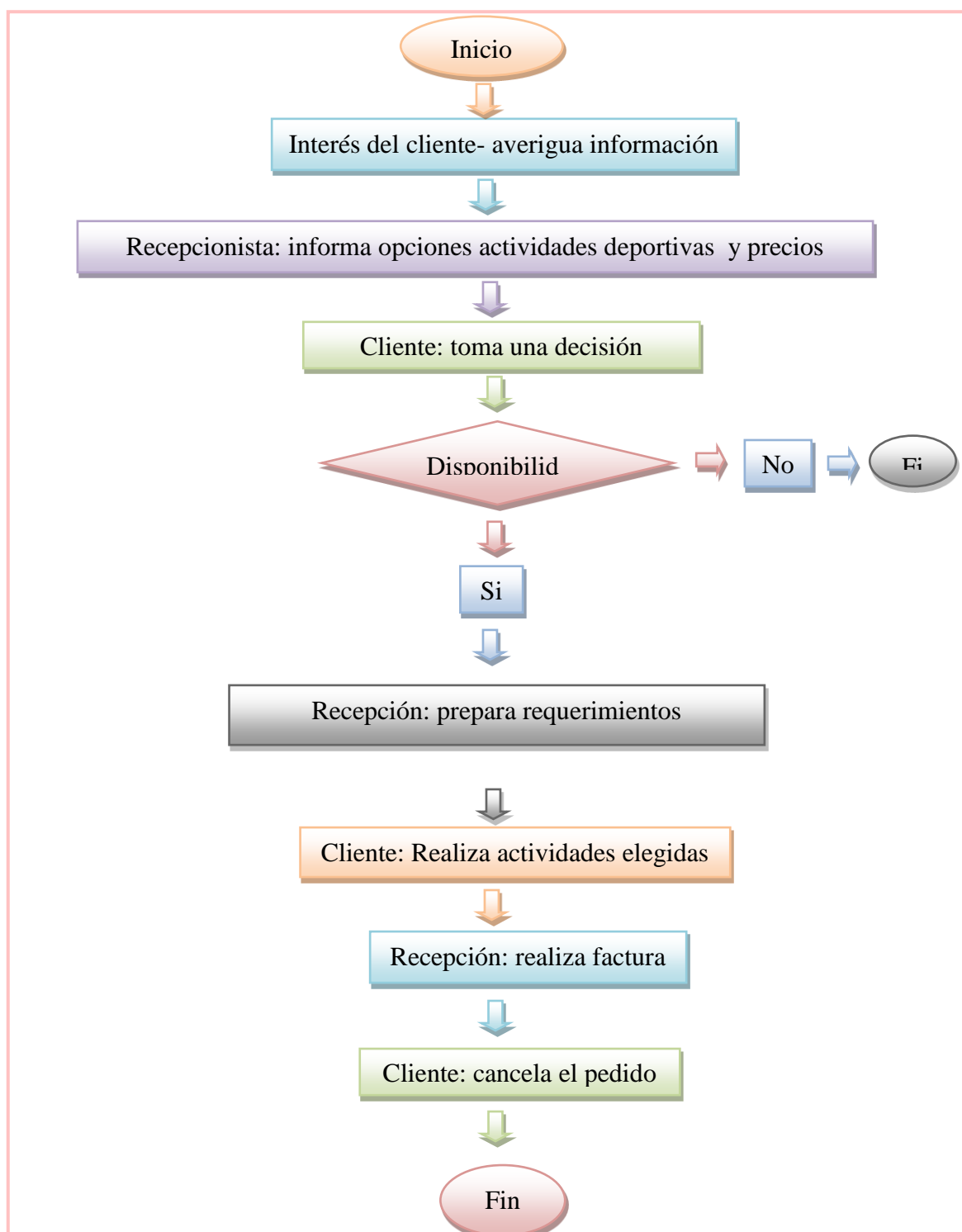


Gráfico No 39. Flujograma del servicio de alimentación

### 3) Servicio de recreación y entretenimiento



**Gráfico No 40. Flujograma del servicio de recreación y entretenimiento**

**b. Requerimiento de instalaciones**

**1) Necesidades de construcción**

Se identificaron las necesidades de construcción en función de los requerimientos básicos y de las características dimensionales de los recursos físicos que se pretenden colocar en las construcciones.

**Cuadro # 65. Necesidades de construcción**

Terreno I	<p><b>Área de Hospedaje</b></p> <p>1 habitación doble</p> <p>5 habitaciones cuádruple:      1 camas de 2 plazas (medidas 1,90cm. x1,35 cm.)</p> <p style="padding-left: 150px;">1 litera</p> <p style="padding-left: 150px;">1 velador pequeño ( 35cmx40cm)</p> <p style="padding-left: 150px;">1 ropero pequeño</p> <p style="padding-left: 150px;">1 mesa pequeña (redonda de 40cm de diámetro)</p> <p style="padding-left: 150px;">2 sillas</p> <p>6 baños (uno en cada habitación)</p>
	<p>1 área de recepción: un juego de muebles</p> <p style="padding-left: 150px;">1 counter (2m x 1,18cm.)</p>
	<p>1 dormitorio privado</p>
	<p><b>Área de Entretenimiento</b></p> <p>1 área de restaurante donde quepan: 10 mesas de 0.70 cm x 0.70cm</p> <p style="padding-left: 150px;">40 sillas de 0,35cm x0,37</p> <p>1 cocina mediana</p> <p>Camerinos</p>
	<p><b>Área de Recreación</b></p> <p>1 Cancha de futbol ,1 cancha de fulbito,1 cancha de tenis1 cancha de ecua vóley</p> <p>Readecuación área de camping.</p>

**c. Requerimiento de mano de obra para el área productiva**

**Cuadro # 66. Requerimiento de mano de obra para el área productiva**

CARGO	Nº	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
Responsable área de recreación	1	300	3600	437,40	300,00	264,00	150,00	300,00	5054,40
Ayudante General	1	300	3600	437,40	300,00	264,00	150,00	300,00	5054,40
								TOTAL	10,118,80

**d. Requerimiento de materia prima e insumos, suministros para el proyecto**

**1) Requerimiento de materia prima para el servicio de alojamiento y recreación**

**f. Insumos de limpieza**

**Cuadro # 67. Insumos de limpieza**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Esponja mixta estrella salvaunas 10g	2	0,59	1,18	14,16
Estropajo de alambre estrella x 3 unds	1	0,79	0,79	9,48
Cloro jalón	2	5	10	120
Limpiador pato tanque purificante pastilla 48 g	7	2,79	19,53	234,36
Desinfectante jalón kalipto	1	5	5	60
Detergente deja 1000 g floral	2	2,49	4,98	59,76
Jabón de lavar lavatodo 6 250 g x 2 unds	4	1,04	4,16	49,92
Lavavajilla en crema axion 900 g limón	1	2,79	2,79	33,48
Sub Total				581,16
10% imprevistos				58,12
<b>COSTO ANUAL</b>				<b>639,28</b>

## g. Insumos para el servicio de alojamiento

Cuadro # 68. Insumos para el servicio de alojamiento

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papel higiénico multiahorro x 12 rollos	5,00	2,99	14,95	179,40
Shampoo en sachet	60,00	0,10	6,00	72,00
sub Total				251,40
<b>10% imprevistos</b>				25,14
<b>COSTO ANUAL</b>				<b>276,54</b>

## h. Requerimiento activos fijo

## 1) Requerimiento equipos

Cuadro # 69. Requerimiento equipos

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
<b>Área de Hospedaje</b>			
Secador de cabello Oster	4	26,97	107,88
Plancha oster	3	34	102,00
Lavadora	1	600	600,00
<b>Sub total 1</b>			<b>809,88</b>
<b>Área de Recreación</b>			
Parlante amplificador profesional	1	268	268,00
Cortadora Cesped 4 Tiempos Makita	1	495	495,00
<b>Sub total 2</b>			<b>763,00</b>
TOTAL			<b>1572,88</b>
10% Imprevistos			157,288
COSTO TOTAL			<b>1730,17</b>



2) **Requerimientos muebles y enseres****Cuadro # 70. Requerimientos muebles y enseres**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
<b>Área de Esparcimiento</b>			<b>1336</b>
Mesas de madera lacadas (0,70cm X0,70 cm)	10	25	250
Sillas de madera con espaldar	40	23	920
Mesas para niños	1	36	36
Sillas de plástico	20	6,5	130
<b>Área de Hospedaje</b>			<b>4678</b>
Camas de 2 plazas 1,90 X1,35	7	110	770
Literas de madera de 1 plaza	5	160	800
Roperos de madera	7	15	105
Peinadores (colocación repisa de madera y marco para espejo)	7	18	126
Mesas redondas (40 cm de diámetro)	8	24	192
Veladores de madera (35cmx40cm)	15	37	555
Sillas de madera (para las habitaciones)	14	25	350
Colchones de 2 plazas chaide chaide 27cm. (1,35X1,90)	8	110	880
colchones de 1 y media plaza (1,05X1,90)	10	90	900
<b>Área de Recreación</b>			<b>1542,00</b>
Guarda pelotas	2	34	68,00
Pelota de Ecuavoley	5		0,00
Tablilla para los puntos de juego	2	18	36,00
Balones de futbolito	4	35	140,00
Pelotas de tenis	1	8	8,00
Raquetas de tenis Wilson	4	100	400,00
Bolas de tenis (2 pelotas pen 1 wilson)	2	24	48,00
Carpas coleman para 5 a 6 personas	1	230	230,00
Balón de futbol mikasa ft 5	2	50	100,00
Carpas coleman para 4 personas	2	160	320,00
Sleeping bestway 1.80 m	6	25	150,00
chalecos de diferenciación	12	3,5	42,00
<b>Sub total</b>			
<b>TOTAL</b>			<b>7556,00</b>
10% Imprevistos			755,6
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>8311,60</b>

3) **Requerimiento de menaje****Cuadro # 71. Requerimiento de menaje**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
<b>Área de Hospedaje</b>			
Basureros pequeños de plástico	10	2	20,00
alfombra	9	4	36,00
cortinas para el baño	9	5	45,00
cortinas habitaciones de 2 m.	12	14	168,00
Almohadas de plumón	25	2,2	55,00
cobijas	25	12	300,00
colchas	25	18	450,00
sábanas el juego de 2 plazas	22	15	330,00
Sábanas el juego de 1 plaza y media	22	12	264,00
Toallas	20	4	80,00
Espejos para las peinadoras (60 cm. x 50xm.)	7	3,8	26,60
Espejos redondos (40cm de diámetro)	7	6	42,00
Armadores (paquete de 10 unidades)	20	1	20,00
lámparas	6	12,47	74,82
<b>Sub total 1</b>			<b>1911,42</b>
<b>Área de Recreación</b>			
<b>Herramientas para el mantenimiento</b>			
Manguera 20m	4	16	64
Pala jardinera	4	4,8	19,2
Azadón mediano	1	10,87	10,87
fumigadora	1	27	27
Tijeras de jardín	2	4,8	9,6
Rastrillo	2	4,1	8,2
Podadora	1	5	5
botas de caucho	1	12	12
<b>Sub total 2</b>			<b>155,87</b>
<b>TOTAL</b>			<b>2067,29</b>
10% Imprevistos			206,729
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>2274,02</b>

#### 4) Requerimiento de menaje para aseo y limpieza

**Cuadro # 72. Requerimiento de menaje para aseo y limpieza**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Botella con atomizador	2	0,99	1,98
Cepillo para lavar ropa	2	1	2,00
Trapeadores	4	2,89	11,56
Guantes master de caucho negro	6	1,39	8,34
Pala para basura pica	2	0,99	1,98
Destapa cañerías	2	2	4,00
Escobas	6	2,54	15,24
Escobillas	3	2	6,00
Kit de aseo (guantes, lavacararas,etc)	2	10	20,00
<b>TOTAL</b>			71,10
10% Imprevistos			7,11
<b>COSTO TOTAL</b>			78,21

#### i. Requerimiento de combustible

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

**Cuadro # 73. Requerimiento de combustible**

COMBUSTIBLE	CANTIDAD	CONTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gasolina Extra	20 galones (al mes)	1,48	29,60	355,20

**j. Servicios Básicos**

Actualmente la tarifa del kilovatio/hora se ubica en 0,15 ctv.

**Cuadro # 74. Consumo mensual aparente de energía eléctrica**

<b>Carga</b>	<b>Potencia</b>	<b>tiempo/uso (horas/día)</b>	<b>tiempo uso horas/sema</b>	<b>consumo mensual (Kwh)</b>	<b>consumo (usd)</b>
foco Ahorrador (40 focos)	20	6		46,80	7,02
Computador	300	5		45,00	6,75
Ducha	3000	0,5		45,00	6,75
Refrigerador	300	24		216,00	32,40
Cortadora de cesped	1300		3	0,00	0,00
Plancha	1000		3	12,00	1,80
Secadora	700	0,6		12,60	1,89
Licuadaora	200	0,3		1,80	0,27
Mini componente	100	6		18,00	2,70
Batidora	100	0,3		0,90	0,14
<b>Costo Total Mensual</b>					<b>59,72</b>

**Cuadro # 75. Costo Mensual de Servicios Básicos**

<b>SERVICIO</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Energía eléctrica	59,72	716,58
agua	40	480,00
Teléfono convencional	25	300,00
Teléfono celular	10	120,00
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>1616,58</b>

**D. ESTUDIO DE ADMINISTRATIVO LEGAL**

**6. Estructura organizativa de la empresa**

**1) Área administrativa**

**a) Cargos y funciones del área administrativa**

**Cuadro # 76. Manual de funciones del Administrador**

<b>Título del puesto</b>	Administrador
<b>Áreas de responsabilidad</b>	Administrativa
<b>Tiempo de trabajo</b>	Ocho horas al día
<b>Tareas inherentes al puesto:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Administrar la operación de la empresa desde el punto de vista de planeación, dirección, organización y funcionamiento.</li> <li>. Administrar el área financiera del establecimiento con el fin maximizar los beneficios y la rentabilidad de la empresa.</li> <li>. Preparar, revisar y aprobar presupuestos de las diferentes áreas y secciones con el fin de garantizar el uso, seguimiento y control de ingresos y egresos.</li> <li>. Promover políticas de mercadeo y venta local, nacional e internacionalmente.</li> <li>. Ejecutar y apoyar políticas de manejo del recurso humano y selección de personal.</li> <li>. Ejercer control y seguimiento a las demás áreas que conforman la empresa.</li> <li>. Presentar propuestas generales variadas con el objetivo de mejorar la gestión y el funcionamiento de la empresa ante la junta directiva.</li> <li>. Propender y promover políticas de gestión de calidad en todas las áreas del establecimiento y especialmente en servicio al cliente y huéspedes que permitan el fortalecimiento de la imagen empresarial.</li> <li>. Fomentar el equilibrio de los procesos productivos y comerciales que suceden en la operación hotelera con el cuidado del entorno ecológico y la responsabilidad social que de la actividad se genera, acorde con las normas de sostenibilidad.</li> </ul>	
<b>Otras ocasionales:</b>	
Colaborar en el área de reservación en caso de ser requerido.	
<b>Dependencia:</b>	
Área administrativa.	

**b) Políticas de remuneración del área administrativa**

**Cuadro # 77. Remuneración del personal administrativo**

CARGO	N°	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
Administrador	1	400	4800,00	583,20	400,00	264,00	200,00	400,00	6647,20
TOTAL									6647,20

**2) Área comercial**

El manual de funciones y las políticas de remuneración del área comercial ver cuadro # 47 y cuadro #48.

**3) Área productiva**

**a) Servicio de alimentación**

El área de alimentación del Complejo será arrendado a 450 dólares mensuales bajo los siguientes lineamientos de funcionamiento:

**Cuadro # 78. Lineamientos de arrendamiento del área de alimentación**

<b>Lineamientos de arrendamiento del área de alimentación</b>
· La organización, manipulación e higiene de la cocina en general, materia prima e insumos alimenticios deberán ser manejados de la mejor manera.
· Los alimentos deberán estar basados en una dieta rica en proteínas, carbohidratos y vitaminas.

b) **Servicio de recreación y entretenimiento y hospedaje**

• **Cargos y funciones del área productiva**

**Cuadro # 79. Manual de funciones ayudante general**

<b>Título del puesto</b>	Auxiliar general
<b>Áreas de responsabilidad</b>	Alojamiento – Área de recreación
<b>Tiempo de trabajo</b>	8 horas al día
<b>Tareas inherentes al puesto:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaborar en el área de hospedaje en la limpieza y organización de las habitaciones</li> <li>- Limpieza y mantenimiento de canchas deportivas</li> <li>- Limpieza general de bodegas.</li> <li>- Responsable de los equipos y equipamiento del área recreativa.</li> <li>- Mantener la organización dentro del complejo deportivo y turístico</li> </ul>	
<b>Otras ocasionales:</b>	
Colaborar en las demás áreas abiertamente en caso de requerirlo.	
<b>Dependencia:</b>	
Área productiva.	

**Cuadro # 80. Manual del responsable del área de recreación y hospedaje**

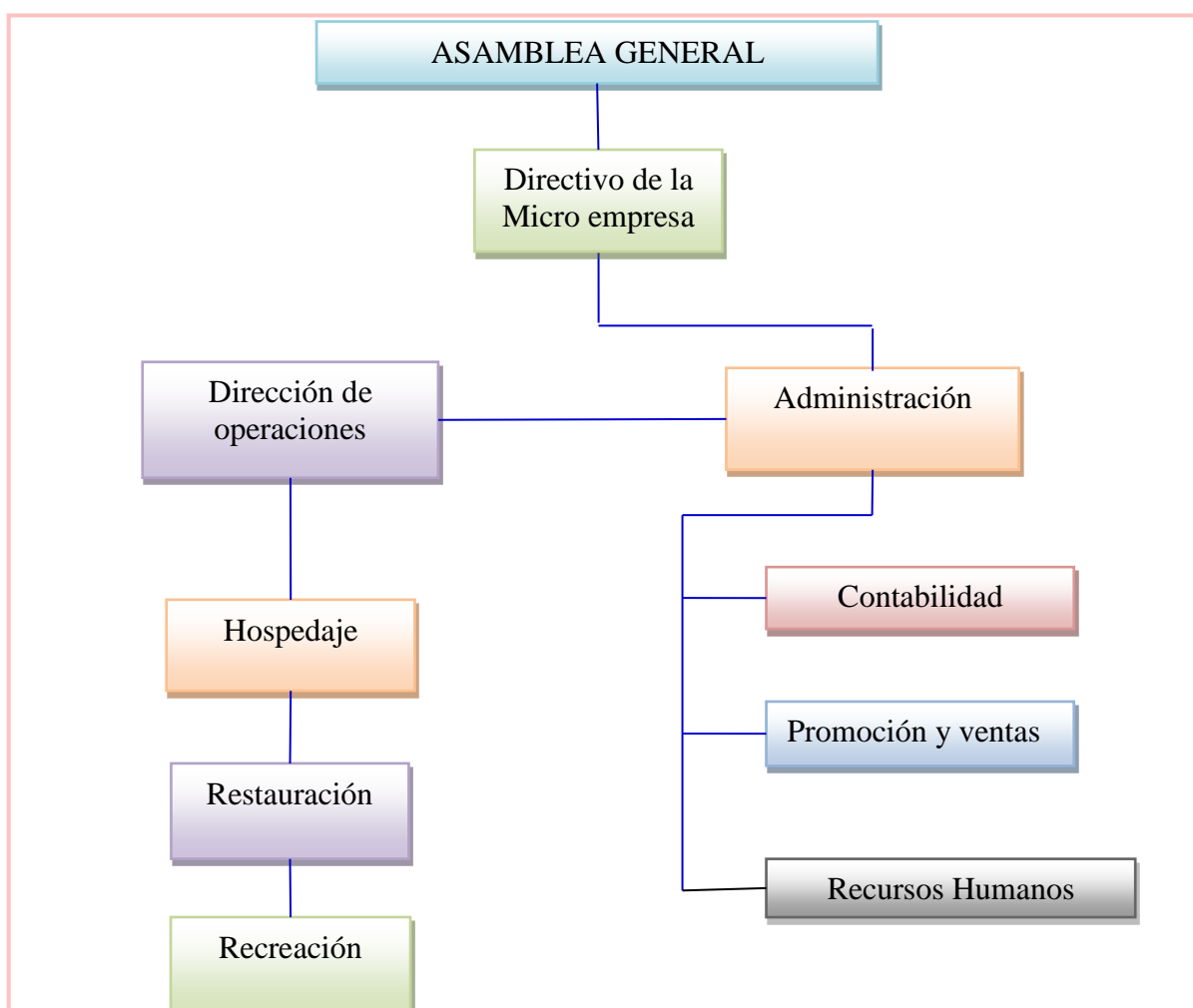
<b>Título del puesto</b>	Responsable área de recreación y hospedaje
<b>Áreas de responsabilidad</b>	Área de Recreación
<b>Tiempo de trabajo</b>	8 horas al día
<b>Tareas inherentes al puesto:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Controlar ingresos y disponibilidad</li> <li>- Llevar un registro de ingresos</li> <li>- Controlar y verificar el tiempo de uso de las canchas deportiva.</li> <li>- Proveer de los equipos necesarios en caso se ser requeridos.</li> <li>- Coordinar con el área de alimentación lo requerido</li> </ul>	
<b>Otras ocasionales:</b>	
Colaborar abiertamente en caso de ser requerido en las demás áreas de la empresa.	
<b>Dependencia:</b>	
Área Productiva.	

- **Políticas de remuneración para el área comercial**

**Cuadro # 81. Remuneración del área productiva**

CARGO	N°	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
Responsable del área de recreación y hospedaje	1	300	3600	437,40	300,00	264,00	150,00	300,00	5054,40
Ayudante General	1	300	3600	437,40	300,00	264,00	150,00	300,00	5054,40
								TOTAL	10108,8

**7. Organigrama de la empresa**



**Gráfico No 41. Organigrama de la empresa**



## **8. Viabilidad legal**

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

#### **1) Constitución política de la República del Ecuador**

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

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

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

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

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

#### **2) Ley de turismo**

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

a. Alojamiento;

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

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

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

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

### **3) Reglamento general de aplicación a la Ley de Turismo**

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

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

**b) Del registro único de turismo**

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

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

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

**c) De la licencia única anual de funcionamiento**

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

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

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

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

#### **4) Reglamento General de actividades turísticas**

**a)** Art. 31.- **Complejos vacacionales.**- son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

No se regulan por este reglamento los complejos vacacionales instalados con fines de asistencia social y sin ánimo de lucro, por corporaciones de derecho privado o instituciones del Estado. Estas últimas estarán obligadas, únicamente, a comunicar con anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañando una memoria descriptiva de sus características, capacidad en plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios y régimen de funcionamiento.

**b)** Art. 32.- **Servicios en los complejos vacacionales.**- Para que un alojamiento sea considerando complejo vacacional deberá prestar como mínimo los siguientes servicios:

- De hospedaje y complementarios:
  - Servicio de recepción.
  - Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
  - Servicio de comedor.
  - Servicio telefónico.
  - Servicio de lavandería y planchado.

- Servicio de asistencia médica.
- Servicio de venta de “souvenirs” y artículos de uso frecuente, así como revistas y periódicos.
- Servicio de vigilancia durante el día y la noche de todo el recinto del establecimiento; y

- Servicios de carácter deportivo:

- Se facilitará a los clientes los artículos necesarios para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.
- En las playas o piscinas existirá el servicio de salvamento.

Las comidas serán servidas dentro del horario señalado en el reglamento al que se refiere el artículo 34, el mismo que comprenderá como mínimo un periodo de dos horas para cada una de las comidas principales. Dentro de este horario, deberán establecerse dos turnos en los complejos vacacionales de dos y una estrellas.

En los complejos vacacionales, cualquiera que sea su categoría, podrá utilizarse en el comedor el sistema de autoservicio.

La asistencia médica será prestada con cargo a los clientes que lo soliciten. En todo caso, el médico realizará una visita diaria, cuyo horario deberá figurar en la recepción y en el exterior de la enfermería.

El servicio de vigilancia estará encomendado a personal especializado, en número suficiente, personal al que corresponderá custodiar todo el recinto del establecimiento, especialmente durante la noche, cuidando que no se introduzcan personas extrañas y que los huéspedes cumplan las prescripciones del reglamento al que se refiere el artículo 34.

**b) Art. 33.- Tarifas en los complejos vacacionales.-** Los complejos vacacionales cobrarán una tarifa especial por persona como remuneración por el hospedaje diario, tarifa en la que estará comprendida, además del alojamiento, la pensión alimenticia y el uso y goce normal de todas las instalaciones y servicios del establecimiento, con excepción de las siguientes:

- Campo de golf.
- Pista de tenis.
- Bolos.
- Alquiler de caballos, embarcaciones y demás material y equipo deportivo.

El Ministerio de Turismo autorizará el cobro de un valor adicional por la utilización de los citados servicios o de otros que a su criterio no se encuentren incluidos dentro de la tarifa por hospedaje.

**d) Art. 34.- Reglamento interno de los complejos vacacionales.-** En todos los complejos vacacionales existirá un reglamento de régimen interno, que deberá ser aprobado por el Ministerio de Turismo, figurará en un lugar destacado de la recepción y contendrá las disposiciones a las que deberán sujetarse los huéspedes.

En el reglamento se determinarán las condiciones de funcionamiento del alojamiento, los derechos y deberes de los clientes, los horarios de los diferentes servicios y más regulaciones para la utilización de los mismos.

## **5) Reglamento General de Microempresa Asociativas**

Mediante Acuerdo N° 0014, publicado en el Registro Oficial N° 524 de febrero 15 del 2005, se expide el Reglamento de Aprobación de Microempresas Asociativas, este reglamento regula la aprobación y concesión de personería jurídica, a las corporaciones, previstas en el Título XXIX del Libro del Código Civil, que para los fines del mismo, se denomina “Microempresas Asociativas”

Microempresa es una unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho formales o informales que se dedican a la producción, servicio y/o comercio, en los subsectores de alimentos, cerámica, confecciones – textil, cuero y calzado, electrónico – radio – tv, gráfico, hotelería- restaurantes – turismo, químico – plástico, materiales de construcción, maderero, metalmecánica, servicios profesionales, transporte de servicio público y cuidado de carreteras y otros.

## 9. Reglamento de la empresa

Se realizaron los Estatutos de la Microempresa Asociativa con la asesoría de un abogado, y en base al Código Civil Ecuatoriano y el Reglamento General de Microempresas Asociativas. Este documento se encuentra en el (Anexo N° 05)

## 10. Requisitos legales para la constitución

### Cuadro # 82. Requisitos legales para la constitución

<b>Registro Único de Turismo</b>
Este pago se realizará una sola vez
Solicitud dirigida al Ministerio de Turismo (Director)
Constitución legal de la empresa
Representación legal de la entidad
Acta de Constitución
<b>Licencia Única Anual de Funcionamiento de Establecimientos Turísticos</b>
Solicitud dirigida al Señor Alcalde del Cantón.
Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo.
Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo provincial
Patente municipal.
Copia certificada del RUC.
Lista de precios del establecimiento turístico.
Formulario actualizado de la planta turística.
<b>Patente Municipal</b>
Copia de la cédula y papeleta de votación
Copia de RUC.
Copia permiso de cuerpo de bomberos
Copia del título del predio donde se ubica la actividad
Formulario "Solicitud patente"
Certificado factibilidad Gestión Ambiental.
<b>Constitución como una Microempresa Asociativa</b>
Solicitud de aprobación al Ministro de Trabajo.
Acta constitutiva, original y copia, con los datos completos de fundadores, nombramiento directorio provisional y firmas de los socios.

Dos ejemplares del estatuto certificados por el secretario.
Dos ejemplares de la lista de todos los socios.
Certificado de apertura de cuenta de integración de capital (400dólares)
<b>Inscripción del RUC</b>
Formulario RUC 01-A lleno con los datos de la compañía
Original y copia de la escritura de constitución de la compañía
Original y copia del nombramiento del representante legal
Original y copia de la cedula de ciudadanía del representante legal
Planilla anual de pago de servicios
Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC

## 11. Obligaciones fiscales

### a **Obligaciones por única vez**

#### **Cuadro # 83. Obligaciones por única vez**

<b>Obligaciones</b>	<b>Costo</b>
Registro Único de Turismo	<b>50,00</b>
Apertura de una cuenta en el Banco Nacional de Fomento con un valor de 400 dólares como requisito para ser una Microempresa Asociativa	<b>400,00</b>
Otras instituciones	<b>200,00</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>650,00</b>

### b **Obligaciones anuales**

#### **Cuadro # 84. Obligaciones anuales**

<b>Obligaciones</b>	<b>Costo</b>
Licencia anual de funcionamiento	<b>100,00</b>
Otras instituciones	<b>100,00</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>200,00</b>



## E. ESTUDIO AMBIENTAL

Mediante la aplicación de la matriz de Leopold se realizó la evaluación de impacto ambiental con el fin de lograr determinar las acciones o actividades a implementarse a razón de ese presente proyecto.

### 1. Área a evaluar

El área total directa a ser evaluada consiste en un terreno de 3876,71m<sup>2</sup> perteneciente al cantón Guano, cuyas características se encuentran descritas en el diagnostico turístico del presente proyecto.

### 2. Elaboración de la matriz de Leopold

Como primer paso, utilizando la lista de verificación sugerida por el método se procedió a determinar 15 las acciones que ejercerá el proyecto sobre el área, así como también se identificaron los 14 elementos o componentes que pueden ser afectados con cualquier tipo de las acciones anteriores. Para determinar la relación de causalidad entre las acciones y los factores ambientales a cada fila (componente ambiental) de la matriz se confrontó con cada una de las columnas (acciones), y tras es respectivo análisis trazando una línea en la celdilla se identificó un total de 86 interacciones.

Después se procedió a la evaluación individual, asignando los valores de magnitud e importancia junto con el signo + o - de ser una acción o positiva o negativa respectivamente. Se utilizó la escala del 1 al 10 y parámetros de calificación propuesta por Leopold:

**Cuadro # 85. Parámetros de evaluación ambiental matriz de Leopold**

MAGNITUD			IMPORTANCIA		
Calificación	Intensidad	Afectación	Calificación	Duración	Influencia
1	Baja	Baja	1	Temporal	Puntual
2	Baja	Media	2	Media	Puntual
3	Baja	Alta	3	Permanente	Puntual
4	Media	Baja	4	Temporal	Local

5	Media	Media	5	Media	Local
6	Media	Alta	6	Permanente	Local
7	Alta	Baja	7	Temporal	Regional
8	Alta	Media	8	Media	Regional
9	Alta	Alta	9	Permanente	Regional
10	Muy Alta	Alta	10	Permanente	Nacional

**Fuente:** ENTRIX, 2005

Seguidamente para determinar la agregación de resultados que nos da el valor que causó mayor impacto en el ambiente y si éste fue positivo o negativo, se procedió de la siguiente manera: se multiplicó el valor de la magnitud con el de la importancia de cada celdilla y se sumó algebraicamente tanto vertical como horizontalmente. Finalmente para obtener el porcentaje de afectación al medio de cada acción y componente ambiental se procedió a plantar una regla de tres simple tomando como referencia que el 100% será el valor máximo de afectación al medio de las acciones y componentes (multiplicación del total de interacciones de cada fila y columna por 100 que en este caso es el valor de cada celda, puesto que el valor máximo de la importancia y de la magnitud es +/-10), de esta manera que encontró el porcentaje de afectación al medio para cada valor de agregación de resultados (multiplicación de la magnitud con la importancia y adición algebraica de estos resultados).

El máximo valor de afectación al medio es de 4800 unidades (total de interacciones de la matriz 48 multiplicado por +/-100 unidades) cuando todos los impactos presenten las características más adversas (-) o beneficiosas (+), de esta manera el valor resultante para el desarrollo del proyecto es de + 659 que representa un impacto porcentual positivo de + 13,7 %.

ACCIONES		Transformación del terreno y construcciones			Procesamiento complejo deportivo turístico y recreacional			Modificación del terreno	Renovación de recursos	Capacitación								
		Construcción de la planta e instalaciones turísticas	Construcción de canchas deportivas	Readecuación área de camping	Actividades deportivas	Actividades recreativas(camping)	Servicios turísticos (hospedaje y alimentación)			Belleza escénica	Reciclaje de residuos							
ELEMENTOS												Afectaciones positivas	Afectaciones Negativas	Total de afectaciones	Valor de cada celda	Valor máximo de afectación al medio	Agregación de Resultados	Porcentaje de afectación al medio (%)
Tierra	Suelos	-1/1	-1/1	+1/2					+6/3			2	2	4	100	400	18	4,5
Procesos	Erosión	-1/1	-1/1			-1/1						0	3	3	100	300	-3	-1,0
Flora	Arboles	-1/1	-1/1	+3/3								2	1	3	100	300	7	2,3
	Arbustos	-1/1	-1/1	+3/3								2	1	3	100	300	7	2,3
	Hierbas		-1/1			+2/2						1	1	2	100	200	3	1,5
Fauna	Pájaros	-1/1	-1/1									0	2	2	100	200	-2	-1,0
Turismo	Turismo	+8/3	+10/3	+3/3	+10/6	+10/3	+10/3	+10/6		+6/3	+3/2	9	0	9	100	900	270	30,0
Interés estético y escénico	Vistas escénicas	+6/3	+10/3	+3/3	+10/6		+9/1	+9/3	+9/3			7	0	7	100	700	180	25,7
	Naturaleza			+6/3								1	0	1	100	100	18	18,0
Nivel cultural	Estilos de vida				+10/3	+9/1			+6/3		+6/1	4	0	4	100	400	63	15,8
	Salud y seguridad				+10/3		+6/1		+5/3			3	0	3	100	300	51	17,0
	Empleo	+6/1	+6/1	+2/1	+3/3		+3/3			+3/3	+6/1	7	0	7	100	700	47	6,7
Afectaciones positivas		3	3	7	5	3	4	2	4	2	3							
Afectaciones negativas		5	6	0	0	1	0	0	0	0	0							

Total de interacciones	8	9	7	5	4	4	2	4	2	3			48				
Valor de cada celda	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100							
Valor máximo de Afectación al medio	800	900	700	500	400	400	200	400	200	300					4800		
Agregación de resultados	46	60	58	189	42	54	87	78	27	18						659	<b>13.7</b>
Porcentaje de afectación Al medio. (%)	5,8	6,7	8,3	37,8	10,5	13,5	43,5	19,5	13,5	6,0							

**Cuadro # 86. Matriz de Leopold- Proyecto Complejo deportivo recreacional y turístico**

### 3. Jerarquización y representación de los porcentajes de afectación al medio

El valor porcentual fue representado en los siguientes rangos de significación.

**Cuadro # 87. Rango del porcentaje de afectación**

RANGO	PORCENTAJE DE AFECTACIÓN
80 - 100	(+) Muy significativo
60 - 80	(+) Significativo
40 - 60	(+) Medianamente Significativo
20 - 40	(+) Poco Significativo
0 - 20	(+) No Significativo
0 - 20	(-) No Significativo
20 - 40	(-) Poco significativo
40 - 60	(-) Medianamente Significativo
60 - 80	(-) Significativo
80 - 100	(-) Muy Significativo

**Fuente:** ENTRIX, 2005

#### a. Acciones del proyecto

Las acciones a ejecutarse en el proyecto son positivas y afectarán en el siguiente porcentaje: belleza escénica 43.5 %, actividades deportivas 37.8 %, reciclaje de residuos 19.5 %, servicios turísticos (hospedaje y alimentación) 13.5%, capacitación al personal 13.5 %, actividades recreativas (camping) 10.5 %, readecuación área de camping 8.3 %, construcción de canchas deportivas 6.7%, talleres con la localidad 6% y construcción de la planta e instalaciones turísticas 5.8 %.

**Cuadro # 88. Porcentaje de afectación al medio producido por las acciones del proyecto**

RANGO	ACCIONES	AFECTACIÓN AL MEDIO POR ACCIÓN (%)	VALOR
20 - 40	Belleza escénica	43.5%	(+)poco significativo
20 - 40	Actividades deportivas	37.8 %	(+)poco significativo
0 - 20	Reciclaje de residuos	19.5 %	(+)no significativo
0 - 20	Servicios turísticos (hospedaje y alimentación)	13.5 %	(+)no significativo
0 - 20	Capacitación al personal	13.5 %	(+)no significativo

0 - 20	Actividades recreativas(camping)	10.5 %	(+)no significativo
0 - 20	Readecuación área de camping	8.3 %	(+)no significativo
0 - 20	Construcción de canchas deportivas	6.7 %	(+)no significativo
0 - 20	Talleres con la localidad	6 %	(+)no significativo
0 - 20	Construcción de la planta e instalaciones turísticas	5.8 %	(+)no significativo

**b. Componentes o factores ambientales**

Los componentes ambientales serán afectados positivamente en los siguientes porcentajes: turismo 30 %, vistas escénicas 25.7 %, naturaleza 18 %, salud y seguridad 17%, estilos de vida 15.8 %, suelos 4.5 %, arboles 2.3 %, arbustos 2.3 %, hierbas 1.5 %, pájaros -1 % y erosión -1 %.

**Cuadro # 89. Afectación al medio en porcentajes por factor ambiental**

RANGO	FACTORES AMBIENTALES	AFECTACIÓN AL FACTOR AMBIENTAL (%)	VALOR
20-40	Turismo 30 %		(+)poco significativo
20-40	Vistas escénicas 25.7 %		(+) poco significativo
0-20	Naturaleza 18 %		(+)no significativo
0-20	Salud y seguridad 17%		(+)no significativo
0-20	Estilos de vida 15.8 %		(+)no significativo
0-20	Suelos 4.5 %		(+)no significativo
0-20	Arboles 2.3 %		(+)no significativo
0-20	Arbustos 2.3 %		(+)no significativo
0-20	hierbas 1.5 %		(+)no significativo
0-20	Pájaros -1 %		(+)no significativo
0-20	Erosión -1 %		(+)no significativo

**4. Interpretación de resultados**

Teniendo en cuenta que siempre es preferible evitar el impacto a que corregirlo se realizó el análisis de cada uno de los porcentajes más representativos de la matriz de Leopold, con la

finalidad de rescatar las ventajas y analizar las principales razones de la afectación de las acciones en los componentes ambientales y de esta manera plantear las respectivas medidas de mitigación, compensación, o correctoras según sea el caso.

**a. Análisis de la afectación de los componentes ambientales**

**1) Vista escénica**

Este elemento ambiental será afectado positivamente en un 25.7% debido a que las construcciones se realizarán utilizando materiales amigables con el ambiente. Por otro lado la implementación del Centro Deportivo Recreacional y Turístico dará una mejor vista al sector y procurara directa e indirectamente el desarrollo del sector.

**2) Turismo**

Este elemento ambiental será afectado en diferentes etapas conforme avance el proceso de posicionamiento en el mercado del complejo deportivo recreacional y turístico. En este sentido con la llegada de turistas la localidad se dará a conocer turísticamente lo cual ayudará en la dinamización de la economía local, estas afluencias de visitantes incitara a que la gente emprenda nuevas empresas turísticas comunitarias. Siendo muy consientes de que la incorporación de una empresa turística en la localidad implica la adquisición de derechos y obligaciones se buscará el beneficio mutuo con a través de la gestión de obras u otros servicios que se requieran.

La capacitación al personal será una acción clave dentro del proyecto, junto con planificación de talleres de capacitación por parte del personal del complejo turístico a la gente de la localidad, en temas que ellos creyeren convenientes con respecto al desarrollo turístico comunitario.

Los problemas que se puedan suscitar serán resueltos mediando conflictos a través del diálogo.

### **3) Naturaleza**

Existe un espacio destinado a la realización de actividades recreativas como el camping, este será readecuado de la mejor manera propiciando la re incorporación de pequeños nichos ecológicos de aves, insectos y mamíferos de la zona.

### **4) Salud**

En este sentido la creación del complejo deportivo recreacional y turístico directa o indirectamente fomentara un aporte positivo del 17% en la salud de los turistas puesto que se constituye en un espacio de fomento deportivo y cuidado de la salud en cuanto al expendio de alimentación saludable. Por otro lado como empresa turística se pretende realizar campañas de salud con actividad deportiva y alimentación saludable.

### **5) Empleo**

Efectivamente este factor será el que más beneficie a la localidad pues se pretende que el personal que labore en el complejo sea quienes forman parte de la localidad. Todas las acciones del proyecto generan fuentes temporales o permanentes de empleo.

### **6) Estilos de vida**

El complejo deportivo recreacional y turístico creara un patrón positivo en los estilos de vida en todas aquellas personas interesadas en visitar el atractivo puesto que se fomentara una cultura deportiva, alimentación saludable y cuidado de la naturaleza.



## F. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA

### 1. Análisis Financiero

#### a. Inversiones del Proyecto

**Cuadro # 90. Inversiones del Proyecto**

<b>RUBRO</b>	<b>Inversión realizada</b>	<b>Inversión por realizar</b>	<b>Total de la inversión</b>
<b>Inversiones Fijas</b>	<b>93739,17</b>	<b>109286,90</b>	<b>202526,07</b>
Terrenos	22919,17		22919,17
Vehículo	14000,00		14000,00
construcciones existentes	55000,00		55000,00
Cancha de futbol		45000,00	45000,00
sala de conferencias		10000,00	10000,00
Construcción centro de operación turística		14000,00	14000,00
Área de hospedaje y camerinos		27000,00	27000,00
Equipo de computo	1320,00		1320,00
Muebles y enseres		9003,50	9003,50
Equipos		1851,17	1851,17
Menaje		2352,23	2352,23
Materiales de oficina		80,00	80,00
<b>Activos Diferidos</b>		<b>2289,00</b>	<b>2789,00</b>
Gasto de organización y constitución		1500,00	1500,00
Gasto por estudios de factibilidad	500,00		500,00
Gastos de promoción		680,00	680,00
Imprevistos		109,00	109,00
<b>Capital de trabajo</b>		<b>38919,34</b>	<b>38919,34</b>
Insumos de mantenimiento		639,28	639,28
Preparación curso vacacional		13482,70	13482,70
Insumos alojamiento		276,54	276,54
Mano de obra Directa		15173,20	15173,20
Mano de obra Indirecta		6647,20	6647,20
Contingencias		728,65	728,65
servicios básicos		1616,58	1616,58
combustible		355,20	355,20
<b>TOTAL</b>	<b>93739,17</b>	<b>150495,24</b>	<b>244234,41</b>

**b. Fuentes y Usos del Proyecto**

**Cuadro # 91. Fuentes y Usos del Proyecto**

<b>RUBRO</b>	<b>Uso de fondos</b>	<b>Capital propio</b>
Inversiones Fijas	202526,07	202526,07
Terrenos	22919,17	22919,17
Vehículo	14000,00	14000,00
construcciones existentes	55000,00	55000,00
Cancha de futbol	45000,00	45000,00
sala de conferencias	10000,00	10000,00
Construcción centro de operación turística	14000,00	14000,00
Área de hospedaje y camerinos	27000,00	27000,00
Equipo de computo	1320,00	1320,00
Muebles y enseres	9003,50	9003,50
Equipos	1851,17	1851,17
Menaje	2352,23	2352,23
Materiales de oficina	80,00	80,00
<b>Activos Diferidos</b>	<b>2789,00</b>	<b>2789,00</b>
Gasto de organización y constitución	1500,00	1500,00
Gasto por estudios de factibilidad	500,00	500,00
Gastos de promoción	680,00	680,00
Imprevistos	109,00	109,00
<b>Capital de trabajo</b>	<b>38919,34</b>	<b>38919,34</b>
Insumos de mantenimiento	639,28	639,28
Preparación curso vacacional	13482,70	13482,70
Insumos alojamiento	276,54	276,54
Mano de obra Directa	15173,20	15173,20
Mano de obra Indirecta	6647,20	6647,20
Contingencias	728,65	728,65
Servicios básicos	1616,58	1616,58
Combustible	355,20	355,20
<b>TOTAL</b>	<b>244234,41</b>	<b>244234,41</b>

**c. Clasificación de las Inversiones**

**Cuadro # 92. Inversiones en Activos Fijos**

<b>INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Terrenos	22919,17
Vehículo	14000,00
Construcciones existentes	55000,00
Cancha de futbol	45000,00
sala de conferencias	10000,00
Construcción centro de operación turística	14000,00
Área de hospedaje y camerinos	27000,00
Equipo de computo	1320,00
Muebles y enseres	9003,50
Equipos	1851,17
Menaje	2352,23
Materiales de oficina	80,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>202526,07</b>

**Cuadro # 93. Inversiones en Activos Diferidos**

<b>INVERSIONES ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>Valor</b>
Gasto de organización y constitución	1500,00
Gasto por estudios de factibilidad	500,00
Gastos de promoción	680,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2789,00</b>

**Cuadro # 94. Capital de Trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Insumos de mantenimiento	639,28
Preparación curso vacacional	13482,70
Insumos alojamiento	276,54
Mano de obra Directa	15173,20
Mano de obra Indirecta	6647,20
Contingencias	728,65
Servicios básicos	1616,58
Combustible	355,20
<b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>38919,34</b>

**Cuadro # 95. Total de la inversión**

<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
ACTIVOS FIJOS	202526,07
ACTIVOS DIFERIDOS	2789,00
CAPITAL DE TRABAJO	38919,34
<b>TOTAL</b>	<b>244234,41</b>

**d. Financiamiento del Proyecto****Cuadro # 96. Financiamiento del Proyecto**

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
APORT COMUN (Inv. realizada)	91919,17
APORTACIÓN EN EFECTIVOSOCIO A	76157,62
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO B	76157,62
TOTAL APORTE SOCIOS	152315,24
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>244234,41</b>

**e. Depreciación de Activos Fijos**

**Cuadro # 97. Depreciación de Activos Fijos**

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACION ANUAL	VALOR SALVAMENTO	% DEPRECIACIÓ.	AÑO DE DEPRECIACION	AÑOS
Vehículo	14000,00	350	10500,00	25%	5	10
Construcciones	133200,00	666	126540,00	5%	20	10
Equipo de computo	1320,00	132	0,00	100%	3	10
Muebles y enseres	9003,50	90	8103,15	10%	10	10
Equipos	1851,17	37	1480,93	20%	5	10
Menaje	2352,23	118	1176,11	50%	10	10



**g. Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto**

**Cuadro # 99. Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto**

<b>1. COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>Mano de obra directa</b>	15.173,20	16.993,98	19.033,26	21.317,25	23.875,32	26.740,36	29.949,21	33.543,11	37.568,28	42.076,48
<b>Insumos de mantenimiento</b>	639,28	715,99	801,91	898,14	1.005,91	1.126,62	1.261,82	1.413,24	1.582,82	1.772,76
<b>Preparación curso vacacional</b>	13.482,70	15.100,62	16.912,70	18.942,22	21.215,29	23.761,12	26.612,46	29.805,95	33.382,67	37.388,59
<b>Insumos alojamiento</b>	276,54	309,72	346,89	388,52	435,14	487,36	545,84	611,34	684,70	766,87
<b>Contingencias</b>	728,65	816,09	914,02	1.023,70	1.146,54	1.284,13	1.438,22	1.610,81	1.804,10	2.020,60
<b>Gasto combustible</b>	355,20	397,82	445,56	499,03	558,91	625,98	701,10	785,23	879,46	985,00
<b>Depre de construcción</b>	666,00	745,92	835,43	935,68	1.047,96	1.173,72	1.314,57	1.472,31	1.648,99	1.846,87
<b>Deprec. Vehículo</b>	350,00	392,00	439,04	491,72	550,73	616,82	690,84	773,74	866,59	970,58
<b>Deprec de muebles y enseres</b>	90,04	100,84	112,94	126,49	141,67	158,67	177,71	199,04	222,92	249,67
<b>Deprec de equipos</b>	37,02	41,47	46,44	52,02	58,26	65,25	73,08	81,85	91,67	102,67
<b>Deprec menaje</b>	117,61	131,72	147,53	165,24	185,06	207,27	232,14	260,00	291,20	326,15
	<b>31916,23</b>	<b>35746,18</b>	<b>40035,72</b>	<b>44840,01</b>	<b>50220,81</b>	<b>56247,31</b>	<b>62996,99</b>	<b>70556,62</b>	<b>79023,42</b>	<b>88506,23</b>
<b>2. COSTOS DE ADMINISTRACION</b>										
<b>Sueldos y salarios</b>	6.647,20	7.444,86	8.338,25	9.338,84	10.459,50	11.714,64	13.120,39	14.694,84	16.458,22	18.433,21
<b>Servicios básicos</b>	1.616,58	1.810,57	2.027,84	2.271,18	2.543,72	2.848,97	3.190,84	3.573,74	4.002,59	4.482,90
<b>Útiles de oficina</b>	100,00	112,00	125,44	140,49	157,35	176,23	197,38	221,07	247,60	277,31
<b>Gasto licencia anual</b>	106,00	118,72	132,97	148,92	166,79	186,81	209,23	234,33	262,45	293,95
<b>Deprec de equip de computo</b>	132,00	147,84	165,58	185,45	207,70	232,63	260,54	291,81	326,83	366,05
	<b>8601,78</b>	<b>9633,99</b>	<b>10790,07</b>	<b>12084,88</b>	<b>13535,07</b>	<b>15159,28</b>	<b>16978,39</b>	<b>19015,80</b>	<b>21297,69</b>	<b>23853,41</b>
<b>3. COSTO DE VENTAS</b>										
<b>Gasto promoción</b>	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00
	<b>680,00</b>	<b>680,00</b>	<b>680,00</b>	<b>680,00</b>	<b>680,00</b>	<b>680,00</b>	<b>680,00</b>	<b>680,00</b>	<b>680,00</b>	<b>680,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>41198,01</b>	<b>46060,18</b>	<b>51505,80</b>	<b>57604,89</b>	<b>64435,88</b>	<b>72086,58</b>	<b>80655,37</b>	<b>90252,42</b>	<b>101001,11</b>	<b>113039,64</b>

**h. Estructura de Ingresos**

**Cuadro # 100. Estructura de Ingresos**

Producto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Hospedaje	36100,80	39710,88	43681,97	48050,16	52855,18	58140,70	63954,77	70350,25	77385,27	85123,80
Arriendo	5400,00	5400,00	5400,00	5400,00	5400,00	5400,00	5400,00	5400,00	5400,00	5400,00
Recreación	82878,30	91166,13	100282,75	110311,02	121342,12	133476,34	146823,97	161506,37	177657,01	195422,71
<b>TOTAL</b>	<b>124379,10</b>	<b>136277,01</b>	<b>149364,72</b>	<b>163761,19</b>	<b>179597,31</b>	<b>197017,04</b>	<b>216178,74</b>	<b>237256,61</b>	<b>260442,28</b>	<b>285946,50</b>

**i. Estado de Resultados**

**Cuadro # 101. Estado de Resultado**

RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>Ventas netas</b>	124379,10	136277,01	149364,72	163761,19	179597,31	197017,04	216178,74	237256,61	260442,28	285946,50
<b>- Costos de producción</b>	31.916,23	35.746,18	40.035,72	44.840,01	50.220,81	56.247,31	62.996,99	70.556,62	79.023,42	88.506,23
<b>= Utilidad Bruta</b>	<b>92.462,87</b>	<b>100.530,83</b>	<b>109.328,99</b>	<b>118.921,18</b>	<b>129.376,49</b>	<b>140769,73</b>	<b>153181,75</b>	<b>166699,99</b>	<b>181418,86</b>	<b>197440,27</b>
<b>-Costos de administración</b>	8.601,78	9.633,99	10.790,07	12.084,88	13.535,07	15.159,28	16.978,39	19.015,80	21.297,69	23.853,41
<b>-Costos de ventas</b>	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00
<b>= Utilidad operativa</b>	<b>83.181,09</b>	<b>90.216,84</b>	<b>97.858,92</b>	<b>106.156,30</b>	<b>115.161,43</b>	<b>124.930,45</b>	<b>135.523,37</b>	<b>147.004,20</b>	<b>159.441,17</b>	<b>172.906,86</b>
<b>= Utilidad neta antes de rep de utilidades</b>	<b>83.181,09</b>	<b>90.216,84</b>	<b>97.858,92</b>	<b>106.156,30</b>	<b>115.161,43</b>	<b>124.930,45</b>	<b>135.523,37</b>	<b>147.004,20</b>	<b>159.441,17</b>	<b>172.906,86</b>
<b>-Reparto de utilidades 15%</b>	12477,16	13532,53	14678,84	15923,44	17274,21	18739,57	20328,50	22050,63	23916,18	25936,03
<b>= Utilidad neta antes de impuestos</b>	<b>70.703,93</b>	<b>76.684,31</b>	<b>83.180,08</b>	<b>90.232,85</b>	<b>97.887,21</b>	<b>106.190,88</b>	<b>115.194,86</b>	<b>124.953,57</b>	<b>135.524,99</b>	<b>146.970,83</b>
<b>_Impuestos 12%</b>	8484,47	9202,12	9981,61	10827,94	11746,47	12742,91	13823,38	14994,43	16263,00	17636,50
<b>= Utilidad neta</b>	<b>62.219,46</b>	<b>67.482,20</b>	<b>73.198,47</b>	<b>79.404,91</b>	<b>86.140,75</b>	<b>93.447,98</b>	<b>101.371,48</b>	<b>109.959,14</b>	<b>119.261,99</b>	<b>129.334,33</b>



**j. Balance General**

**Cuadro # 102. Balance General**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Activo corriente (capital de trabajo)	4496,94	-16259,71	-9375,40	-2037,55	5790,45	14147,86	23076,66	32621,73	42830,96	53755,39	65449,29
Activo fijo	202526	202526	202526	202526	202526	202526	202526	202526	202526	202526	202526
Depreciación acumulada (-)		1392,67	2785,34	4178,01	5570,68	6963,35	8356,02	9748,69	11141,36	12534,03	13926,70
Ac. diferi (valor anual de amort)	2289,00	2.060,10	1831,20	1602,30	1373,40	1144,50	915,60	686,70	457,80	228,90	0,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>209312,00</b>	<b>186933,79</b>	<b>192196,53</b>	<b>197912,80</b>	<b>204119,24</b>	<b>210855,08</b>	<b>218162,31</b>	<b>226085,81</b>	<b>234673,47</b>	<b>243976,32</b>	<b>254048,66</b>
Patrimonio	244234,41	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		62.219,46	67.482,20	73.198,47	79.404,91	86.140,75	93.447,98	101.371,48	109.959,14	119.261,99	129.334,33
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>244234,41</b>	<b>186933,79</b>	<b>192196,53</b>	<b>197912,80</b>	<b>204119,24</b>	<b>210855,08</b>	<b>218162,31</b>	<b>226085,81</b>	<b>234673,47</b>	<b>243976,32</b>	<b>254048,66</b>

**k. Flujo de Caja**

**Cuadro # 103. Flujo de Caja**

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS +		124379,10	136277,01	149364,72	163761,19	179597,31	197017,04	216178,74	237256,61	260442,28	285946,50
VALOR SALVAMENTO +											147800,20
COSTO DE PRODUCCION -		31916,23	35746,18	40035,72	44840,01	50220,81	56247,31	62996,99	70556,62	79023,42	88506,23
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN -		8601,78	9633,99	10790,07	12084,88	13535,07	15159,28	16978,39	19015,80	21297,69	23853,41
COSTOS VENTAS -		680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00
AMORT. ACTIVOS DIFERIDOS -		228,90	228,90	228,90	228,90	228,90	228,90	228,90	228,90	228,90	228,90
UTILIDADES ANTES DE REP. UT. E IMP.		82952,19	89987,94	97630,02	105927,40	114932,53	124701,55	135294,47	146775,30	159212,27	320478,16
REPARTO DE UTILIDADES -		12477,16	13532,53	14678,84	15923,44	17274,21	18739,57	20328,50	22050,63	23916,18	25936,03
UTILIDADES ANTES DE IMPU.		70475,03	76455,41	82951,18	90003,95	97658,31	105961,98	114965,96	124724,67	135296,09	294542,13
IMPUESTO -		8484,47	9202,12	9981,61	10827,94	11746,47	12742,91	13823,38	14994,43	16263,00	17636,50
UTILIDAD NETA		61990,56	67253,30	72969,57	79176,01	85911,85	93219,08	101142,58	109730,24	119033,09	276905,63
DEPRECIACIONES +		1392,67	1.392,67	1.392,67	1.392,67	1.392,67	1.392,67	1.392,67	1.392,67	1.392,67	1.392,67
AMORT. ACTIVOS NOMINALES +		228,90	228,90	228,90	228,90	228,90	228,90	228,90	228,90	228,90	228,90
INVERSIÓN MAQUINARIA EQUIPO -	3171,17										
INVERSIÓN TERRENO Y OBRA FÍSICA -	173919,17										
INVERSIÓN OTROS -	25435,73										
INVERSIÓN ACTIVO NOMINAL -	2289,00										
INVERSIÓN CAPITAL TRABAJO -	4496,94	4496,94									
RECUPERACIÓN CAPITAL TRABAJO +											4496,94
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>209312,00</b>	<b>59115,19</b>	<b>68874,87</b>	<b>74591,14</b>	<b>80797,58</b>	<b>87533,42</b>	<b>94840,65</b>	<b>102764,15</b>	<b>111351,81</b>	<b>120654,66</b>	<b>278527,20</b>

## I. Punto de Equilibrio

**Cuadro # 104. Costos fijos y costos variables del primero, segundo y tercer año**

RUBROS	AÑOS 2013			AÑOS 2014			AÑOS 2015		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	15482,36	16433,87	31916,23	17340,25	18405,93	35746,18	19421,08	20614,65	40035,72
Gasto de Venta		680,00	680,00		680,00	680,00		680,00	680,00
Gastos Administrativos		8601,78	8601,78		9633,99	9633,99		10790,07	10790,07
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	15482,36			17340,25			19421,08		
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>		25715,65			28719,93			32084,72	
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>15482,36</b>	<b>25715,65</b>	<b>41198,01</b>	<b>17340,25</b>	<b>28719,93</b>	<b>46060,18</b>	<b>19421,08</b>	<b>32084,72</b>	<b>51505,80</b>

**Cuadro # 105. Costos fijos y costos variables del cuarto, quinto y sexto año**

RUBROS	AÑOS 2016			AÑOS 2017			AÑOS 2018		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	21751,61	23088,40	44840,01	24361,80	25859,01	50220,81	27285,21	28962,09	56247,31
Gasto de Venta		680,00	680,00		680,00	680,00		680,00	680,00
Gastos Administrativos		12084,88	12084,88		13535,07	13535,07		15159,28	15159,28
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	21751,61			24361,80			27285,21		
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>		35853,29			40074,08			44801,37	
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>21751,61</b>	<b>35853,29</b>	<b>57604,89</b>	<b>24361,80</b>	<b>40074,08</b>	<b>64435,88</b>	<b>27285,21</b>	<b>44801,37</b>	<b>72086,58</b>

**Cuadro # 106. Costos fijos y costos variables del cuarto, quinto y sexto año**

RUBROS	AÑOS 2019			AÑOS 2020			AÑOS 2021		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	30559,44	32437,55	62996,99	34226,57	36330,05	70556,62	38333,76	40689,66	79023,42
Gasto de Venta		680,00	680,00		680,00	680,00		680,00	680,00
Gastos Administrativos		16978,39	16978,39		19015,80	19015,80		21297,69	21297,69
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	30559,44			34226,57			38333,76		
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>		50095,93			56025,85			62667,35	
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>30559,44</b>	<b>50095,93</b>	<b>80655,37</b>	<b>34226,57</b>	<b>56025,85</b>	<b>90252,42</b>	<b>38333,76</b>	<b>62667,347</b>	<b>101001,11</b>

**Cuadro # 107. Costos fijos y costos variables del décimo año**

RUBROS	AÑOS 2022		
	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	42933,81	45572,42	88506,23
Gasto de Venta		680,00	680,00
Gastos Administrativos		23853,41	23853,41
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	42933,81		
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>		70105,83	
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>42933,81</b>	<b>70105,83</b>	<b>113039,64</b>

**Cuadro # 108. Totalidad de costos fijos y costos variables del proyecto**

COSTOS VARIABLES	271695,90
COSTOS FIJOS	446143,99
COSTO TOTAL	717839,88
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>1950220,50</b>

**1) Determinación del punto de equilibrio**

$$\text{Punto de equilibrio ventas} = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS TOTAL}}}$$

**446143,6073**

**2. Evaluación Financiera**

**a. Valor Actual Neto**

**1) Datos para el cálculo del valor actual neto**

**Cuadro # 109. Flujo de efectivo**

AÑOS	FLUJO EN EFECTIVO
0	-209312,00
1	59115,19
2	68874,87
3	74591,14

4	80797,58
5	87533,42
6	94840,65
7	102764,15
8	111351,81
9	120654,66
10	278527,20
Tasa mínima de rendimiento r=12%	

**Cuadro # 110. Cálculo del valor actual neto**

Años	Flujo de efectivo	Factor de actualización	Flujo efectivo actualizado	Flujo efectivo actualizado acumulado
0	-209312,00	1	-209312,00	-209312,00
1	59115,19	0,89285714	52781,42	-156530,58
2	68874,87	0,79719388	54906,62	-101623,96
3	74591,14	0,71178025	53092,50	-48531,46
4	80797,58	0,63551808	51348,32	2816,86
5	87533,42	0,56742686	49668,81	52485,67
6	94840,65	0,50663112	48049,22	100534,90
7	102764,15	0,45234922	46485,28	147020,18
8	111351,81	0,40388323	44973,13	191993,31
9	120654,66	0,36061002	43509,28	235502,59
10	278527,20	0,32197324	89678,30	325180,89
<b>VAN: 325180,89</b>				

**b. Período de Recuperación del Capital**

Período de Recuperación de la inversión: 3 años y 6 meses, en donde los egresos son igual a los ingresos, a partir de este período, los ingresos superan a los egresos.

**c. Relación Costo Beneficio**

**Cuadro # 111. Relación Costo Beneficio**

<b>R B/C</b>	<b>1,66</b>
INGRESOS ACTUALIZADOS	1011400,79
COSTOS ACTUALIZADOS	365610,129
INVERSION	244234,41

**d. Tasa Interna de Retorno**

**Tasa interna de retorno** = TIR (flujo de caja de año 1 + flujo de caja de año 2....)

La tasa de rentabilidad del dinero que se mantendrá en el proyecto es de 36%

## **VI. CONCLUSIONES**

**A.** El diagnóstico turístico del cantón, nos demuestra que las características exclusivas del mismo como: el clima, el Chimborazo, el paisaje, la calidez de su gente, cultura, saberes y tradiciones; forman un conjunto de ventajas innatas que conjuntamente con un adecuado desarrollo de proyectos turísticos, se consolidaría en un lugar que satisfaga plenamente las tendencias actuales del turista.

**B.** El estudio de mercado nos demuestra que, de los 80.000 turistas que visitaron el cantón Guano, el 96% correspondiente a 52.640 turistas nacionales y el 98% equivalente a 23.520 turistas extranjeros manifestaron que les gustaría que existiera un Complejo turístico deportivo y recreacional en el barrio Santa Ana, cuyos servicios requeridos con los siguientes: recreación y entretenimiento 48%, hospedaje 29 %, alimentación 23%. El servicio de recreación abarca las siguientes actividades: fútbol 23%, ecua vóley 20%, fulbito 19%, camping 14% y tenis 12%. Las preferencias de los turistas se inclinan por degustar comida nutritiva 45%, típica de la zona 33% y ecuatoriana 20%. Con una cuota objetiva de mercado de 50% de la demanda insatisfecha nuestros clientes potenciales serían un total de 13080 turistas al año.

**C.** En función del perfil del turista, el tamaño del proyecto y demás requerimientos técnicos que conlleva el adecuado funcionamiento de un complejo turístico deportivo y recreacional se determinó la construcción de una cancha de fútbol, sala de conferencias, centro de operación turística y un área de hospedaje y camerinos.

**D.** El marco legal para el funcionamiento del complejo deportivo y recreacional se encuentra amparado Mediante el Acuerdo N° 0014, publicado en el Registro Oficial N° 524 de febrero 15 del 2005, en donde se expide el Reglamento de Aprobación de Microempresas Asociativas bajo responsabilidad del Ministerio de Relaciones Laborales. La empresa estará dividida en tres áreas principales administrativa, productiva y comercial.

**E.** El análisis ambiental realizado utilizando la matriz propuesta por Leopold, nos demuestra que existe un total de 4800 unidades cuando todos los impactos presenten las



características más adversas positivas o negativas, de esta manera el valor resultante para el desarrollo del proyecto es de + 659 que representa un impacto porcentual positivo de + 13,7 %.

**F.** El estudio económico y la evaluación financiera del presente proyecto nos demuestra la factibilidad y rentabilidad económica tras el análisis de las siguientes cifras: una vez actualizado los ingresos y egresos se espera un valor actual neto positivo de 114.266,86 dólares americanos, que significa que el proyecto arroja beneficios aún después de cubrir los costos de oportunidad de otras alternativas de inversión. El TIR es de 28% frente a la tasa mínima de 12%. El período de recuperación del capital es en 4 años 11 meses. La relación costo- beneficio es de 1,53 lo que significa que por cada dólar invertido se ganará 53 centavos.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- A.** El estudio de este proyecto y su posible ejecución debe realizarse como el reflejo de consensos en la comunidad y trabajo en equipo.
  
- B.** Gestionar apoyo gubernamental a través de instituciones del estado como el Banco Nacional de fomento, Ministerio de Turismo, Ministerio de Relaciones Laborales a su vez establecer una fuerte coordinación que beneficie en cuanto a apoyo técnico, o económico mediante la dotación de créditos para el desarrollo de microempresas.
  
- C.** Es indispensable que para el éxito de este proyecto de fortalezca las relaciones interinstitucionales, puesto que el fortalecimiento de la empresa será reflejado cuando se alcance un paulatino desarrollo turístico en la zona el cual dinamice la economía, mejore la productividad, y se emprendan nuevas ideas de proyectos.
  
- D.** Constituir a la empresa en una especie de apoyo en cuanto a capacitación a los pobladores en diferentes ámbitos y en el apoyo técnico para emprender otras alternativas turísticas.

## VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: realizar un estudio de factibilidad de un complejo turístico deportivo y recreacional en el barrio Santa Ana, la Matriz, cantón Guano, provincia de Chimborazo. Mediante un diagnóstico situacional se obtuvo información base para el desarrollo del proyecto, el estudio de mercado definió a través de la fórmula de Canavos el universo a estudiar, encuestas marcaron el perfil del turista, analizamos la oferta complementaria y sustitutiva. Confrontamos oferta vs demanda finalizando con un análisis mercadotécnico. El estudio técnico determinó el tamaño de la empresa, procesos de operación, número de clientes proyectado, flujogramas del proceso productivo, requerimientos de: instalaciones, mano de obra, materia prima, maquinaria, equipos, mobiliario y diseño arquitectónico. En el estudio ambiental empleamos la matriz de Lázaro Lagos para la identificación, predicción y evaluación de impactos ambientales. El estudio administrativo legal definió las áreas del proyecto conjuntamente con el organigrama estructural y funcional, se analizó la Constitución Política de la República del Ecuador y la Ley de Turismo para el marco legal. Con la evaluación financiera del proyecto, se conoció su rentabilidad mediante el flujo de caja actualizado, valor actual neto, el período de recuperación del capital, la relación beneficio-costos y la tasa interna de retorno. Concluimos que el estudio económico y la evaluación financiera demuestran la factibilidad y rentabilidad económica, pues el proyecto arroja beneficios aún después de cubrir costos de oportunidad de otras alternativas de inversión. El TIR es de 36% frente a la tasa mínima de 12%. El período de recuperación del capital es en 3 años 6 meses. La relación costo- beneficio es de 1,66 lo que significa que por cada dólar invertido se ganará 66 centavos.



## **IX. ABSTRACT**

This research proposes to carry out a feasibility study of a tourist and sport recreational resort in Santa Ana la Matriz neighborhood, Guano canton, Chimborazo province. By making a situational analysis, it was possible to gather Information to carry out the Project; the universe was defined by using the Canavos formula and the market study, the surveys defined the tourist profile and the complementary and substitutive supply was also analyzed. The supply and demand was compared and a marketing analysis was also obtained. The technical study determined the range of the company, operational processes, prospective number of customers, productive processes charts, and requirements such as: facilities, labor force, raw material, machinery, equipment, furnishing and architectural design. For the environmental study, the Lázaro Lagos Matrix was used in order to identify, predict and evaluate the environmental impacts. The legal administrative study defined the areas of the project with the functional and structural chart; the Ecuadorian political constitution and tourism law were also analyzed to establish the legal aspect. With the financial evaluation of the project, it was possible to know its profitability by means of an updated cash flow, net present value, capital recovery period, benefit-cost ratio, and the internal rate of return. It is concluded that the economic study and the financial evaluation shows the feasibility and profitability, since this project shows benefits even after affording the opportunity cost of another investment alternatives. The IRR (internal rate of return) is 36% in relation to the minimal rate 12%. The capital recovery period is 3 years and six months. The Benefit-cost relation is 1.66, it means that each invested dollar will get a' profit of 66 cents.





## **X. BIBLIOGRAFÍA**

1. BACA, G. 2001. "Evaluación de Proyectos". 4ta ed. México. Editorial Mc GrawHill; México, D.F. 13-82p
2. BOLLÓN Roberto. El Sistema Turístico. OEA/CICATUR. Mexico.1978
3. CANTER, L. 1998. Manual de Evaluación de Impacto Ambiental. Ed. McGraw – Hill/Interamericana de España, S.A.U. 2da. ed. 841 p.
4. CASTRO, J. 2005 "La Calidad como Herramienta de Gestión del Turismo Cultural" Unidad de Turismo Urbano y Cultural, Valencia, España.
5. CONTRERAS, C. 2005 "Estudio de Mercado". Consultado 6 oct. 2008. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
6. CUARTAS, F. 2008. "Evaluación Económica y Financiera de los Proyectos". Consultado 6 oct. 2008. Disponible en: <http://www.gacetafinanciera.com>
7. "Deporte" Consultado 29 enero del 2012. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte\(desambiguaci%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte(desambiguaci%C3%B3n))
8. "Deporte y turismo" consultado el 23 de mayo del 2012. Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd137/el-deporte-como-producto-turistico.htm>
9. "Ecuavoley" Consultado 29 enero del 2012. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Ecuav%C3%B3>
10. "Escalada Deportiva" Consultado 29 enero del 2012. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Escalada>

11. “Excursionismo” Consultado 29 enero del 2012. Disponible en:  
<http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Excursi%C3%B3>
12. INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL, “Análisis FODA”, Secretaria Técnica, Dirección de planeación y organización .2002
13. FIGUEREDO, y OTROS. 2002. “Modulo I. Marco Legal e Institucional para el Turismo en Colombia” Bogota-Colombia.
14. “Fútbol” Consultado 29 enero del 2012. Disponible en:  
<http://es.wikipedia.org/wiki/F%C3%BAtbol>
15. GRATEROL, M. 1997. “Proyectos de Inversión”. Venezuela.
16. GUERRERO, P. 2002. “Guía Etnográfica” Quito, Ecuador. Ediciones Abya – Yala. 2002.
17. HERNANDEZ, J. “Modelo de Proyectos de Inversión” Consultado 8 oct. 2009. Disponible en: <http://www.slideshare.net/GestioPolis.com/modelo-de-proyectos-de-inversion>
18. LUNA Rafael; Chávez Damaris. Guía para estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticas. Guatemala. 2001
19. MENESES, E. 2001. “Preparación y Elaboración de Proyectos”. 3era ed. Quito – Ecuador. 215 p.
20. “Natación” Consultado 29 enero del 2012. Disponible en:  
<http://es.wikipedia.org/wiki/Nataci%C3%B3n>
21. OMT, (Organización Mundial de Turismo). 1999. “Guía para administradores locales: Desarrollo turístico Sostenible”. Madrid - España. 216 pg

22. PÁEZ, C. 1996. Introducción a la Evaluación de Impacto Ambiental. CAAM Ed, CREARIMAGEN. 104 p.
23. RATO, N 2001. “Proyecto de Turismo Cultural para la Provincia de Catamarca – Depto. Andalgalá - Argentina” Foro Virtual de Antropología Naya
24. RODRÍGUEZ, F. 2001. “Estudio técnico”. Consultado 6 oct. 2008. Disponible en: <http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico1.htm>.
25. TORRES, L. 1996. Manual de Gestión Ambiental. s/ed. s/Ed. Vigo, España. 181 p.
26. “Satisfacción del cliente” Consultado 20 de enero del 2012. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos5/cliente/cliente.shtml>
27. “Tenis de Campo” Consultado 29 enero del 2012. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Tenis>
28. VALDIVIESO, L. 2000. “Texto Básico de Administración de Empresas”. Riobamba-Ecuador. 34-35p.



## **XI. ANEXOS**

**Anexo 01:** Instrumento – Encuesta en Español



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

La presente encuesta se realiza para la elaboración de un Estudio de Factibilidad de un complejo turístico deportivo y recreacional en el cantón Guano provincia de Chimborazo

1. **Género:** a. M ( ) b. F ( )
2. **Edad:** .....
3. **Ciudad/provincia:** ..... 4. **Ocupación:**  
.....
5. **Nivel educativo:** a. Primaria ( ) b. Secundaria ( ) c. Universitaria ( ) d. Otros.....
6. **Nivel de ingresos económicos mensuales:**  
a. < 200 usd b. 201 a 400 usd c. 401 a 600 usd d. 601 a 800 usd e > 801usd
7. **Acompañado de cuantas personas viaja usted?.....**
8. **Cuando decide viajar lo hace a través de:** a. Agencia de viajes ( ) b. Independiente ( )
9. **Le gustaría que cerca en el cantón Guano exista un complejo turístico deportivo y recreacional?**  
a. Si ( ) b. No ( )
10. **Qué servicios utilizaría**  
a. Alimentación ( ) b. Hospedaje ( ) c. Recreación y entretenimiento ( )
11. **En qué tipo de actividades Agroecoturística le gustaría participar?**
  - a. Fútbol ( )
  - b. Ciclismo ( )
  - c. Ecuavóley ( )
  - d. Tracking ( )
  - e. Fútbol ( )
  - f. Hacking ( )
  - g. Tenis ( )

h. Camping ( )

**12. Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en esta Hostería**

a. uno ( ) b. dos ( ) c. tres ( ) d. más de tres ( )

**13. Qué medios de comunicación utiliza para informarse acerca de nuevos sitios turísticos**

a. Internet ( )

b. Prensa ( )

c. Guías turísticas ( )

d. Radio ( )

e. Televisión ( )

f. Amigos/familiares ( )

g. Otros.....

**14. Qué tipo de comida le gustaría degustar?**

a. Típica de la zona ( ) b. Ecuatoriana ( ) c. Internacional ( ) d. Comida nutritiva ( )

**15. En promedio, cuánto estaría dispuesto a gastar por día por los servicios turísticos?**

a. < 10 usd ( ) b. 11 a 20 usd ( ) c. 21 a 30usd ( ) d. más de 31 usd ( )

**16.Cuál es su forma de pago?**

a. Efectivo ( ) b. Tarjeta de crédito ( ) c. cheque ( )

**17. Le gustaría que se organice campamentos vacacionales para niños de 11 a 17 años?**

a. Si ( ) b. No ( )

*Gracias por su colaboración!*

**Anexo 2: Instrumento - Encuesta en Inglés**



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO**  
**NATURAL RESOURCES FACULTY**  
**ECOTOURISM ENGINEERING**

This is a survey to determine the feasibility of a sports and recreational holiday resort in Guano canton of Chimborazo province.

1. **Gender:** a. Male ( )      b. Female ( )      2. **Age:** .....
3. **Country / State:** .....      4. **Profession :** .....
5. **Educational level:** a. School ( )   b. High School ( )   c. University ( )   d. Other.....
6. **What is your income per month:**  
a. \$ 401 to 600   b. \$ 601 to 800   c. > \$ 801usd
7. **How many people came with you?.....**
8. **When you decide to travel, do you use:** a. Travel agency ( )   b. Independent ( )
9. **Would you like to find a sports and recreational holiday resort in Guano?**  
a. Yes ( )   b. No ( )
10. **Which touristic services will you use ?**  
a. Lodging ( )      b. Food ( )      c. Recreation and entertainment ( )
11. **What kind of agro – ecotourism activities, would you like to participate in?**  
a. Football ( )  
b. Cycling ( )  
c. Tracking ( )  
d. Fulbito ( )  
e. Hacking ( )  
f. Volleyball ( )  
g. Camping ( )  
h. Tennis ( )
12. **What is the maximum period of time that would you spend on these activities**  
a. one day ( )   b. two days ( )   c. three days ( )   d. more than three days ( )

**13. How do you find information about new tourist attractions**

- a. Internet ( )
- b. Tour guides ( )
- c. Friends /family ( )
- d. Other.....

**14. What kind of food would you like to eat?**

- a. Typical of the community ( ) b. Ecuadorian food ( ) c. International ( )
- d. Nutritious food ( )

**15. How much money per day would you spend for the tourism services during your visit?**

- a. < \$ 10 ( ) b. \$ 11 to 20 ( ) c. \$ 21to 30 ( ) d. más de \$31 ( )

**16. How do you prefer to pay ? a. cash ( ) b. credit card ( ) c. check ( )**

Thanks a lot...!

**Anexo N°03:** Estatutos del complejo deportivo recreacional y turístico “life holiday resort”

## **MICRO EMPRESA ASOCIATIVA “life holiday resort”**

### **ESTATUTO**

#### **CAPÍTULO PRIMERO**

##### **DENOMINACIÓN Y DOMICILIO**

**Art. 1.** Se funda en la ciudad de Riobamba, cantón Guano y se constituye legalmente adoptando a su vez personería jurídica la Microempresa Asociativa “life holiday resort”, conformada por los socios fundadores y los que con posterioridad a este hecho adquieran la calidad de socios.

**Art. 2.** La Microempresa Asociativa “life holiday resort” es una empresa productora de servicio en el ámbito hotelería – turismo de derecho privado, con fines de lucro, está integrada por personas con visión emprendedora dentro del marco de sustentabilidad y sostenibilidad, amantes de la naturaleza y el fomento deportivo, puede incluir como socio a otra persona natural o jurídica siempre que laboren en esta misma actividad y que hayan expresado por escrito su deseo de integración y cuya solicitud haya sido aprobada en Asamblea para otorgarles la calidad de los socios.

**Art. 3.** El domicilio principal de la Microempresa Asociativa “life holiday resort”, está en el Barrio Santa Anita, perteneciente al cantón Guano, provincia de Chimborazo.

**Art. 4.** La Microempresa Asociativa “life holiday resort”, se constituye con una duración indefinida o hasta que la mayoría de los socios reunidos en Asamblea decidan su desilusión y la ratifiquen en una segunda asamblea.

**Art. 5.** La Microempresa Asociativa “life holiday resort”, se rige en las disposiciones del Libro Primero, Capítulo XXX, del Código Civil, por estos Estatutos y por las demás normas

internas que se dicte la misma microempresa, siendo siempre la mayor agente de decisión la Asamblea de los socios.

## **CAPÍTULO SEGUNDO**

### **FINES, OBJETIVOS, Y MEDIOS**

#### **Art. 6. Objetivo Principal:**

Establecer una unidad económica de producción de servicios turísticos de calidad dentro de un marco responsable, sostenible y sustentable enfocados principalmente al fomento deportivo, a través de la cual consolidar las nuevas tendencias de turismo.

#### **Art. 8. Son fines de la Microempresa Asociativa “life holiday resort”**

1. Servir de apoyo referencial al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores locales; a través de: creación de fuentes temporales y fijas de empleo; capacitaciones a los pobladores locales en el ámbito deportivo, turístico, etc.; gestión con entidades públicas y privadas.
2. Fomentar las actividades deportivas - recreativas a fin de lograr un desarrollo integral del ser humano.
3. Incentivar una cultura de alimentación saludable.
4. Constituirse en una microempresa asociativa sostenible que contrate mano de obra local, apoye proyectos de desarrollo social y cultural.
5. Dinamizar la economía local, adquiriendo productos locales.
6. Producir servicios turísticos asegurando la calidad de los mismos, a través de la aplicación de técnicas adecuadas de operación de servicios turísticos.
7. Desarrollar e implantar innovadoras ventajas y estrategias competitivas.
8. Fomentar actividades relacionadas con el respeto a la naturaleza: senderismo, observación de aves, fotografía de naturaleza, etc.
9. Fomentar que el turista abandone el vehículo y realice sus excursiones en medios de transporte ecológicos: a pie, a caballo, en bicicleta.
10. Potenciar en la zona, la existencia de otras iniciativas rurales sostenibles

**Art. 8.** Medios. Para el cumplimiento de sus objetivos la Microempresa Asociativa “life holiday resort” recurrirá a todos los medios permitidos por la ley.

### **CAPÍTULO TERCERO**

#### **MIEMBROS**

**Art. 9.** La Microempresa Asociativa “life holiday resort”, tendrá cuatro clases de miembros llamados socios:

**1.** Socios fundadores, aquellos que suscribiesen el acta constitutiva,

Activos, aquellos que con posterioridad soliciten por escrito ante el directorio pertenecer a la Microempresa Asociativa “life holiday resort”. Para ser socio activo ser socio activo deberá ponerse al día con el pago de la cuota respectiva.

**Art. 10.** Los ingresos, renunciaciones y expulsión de los socios, constará en el Libro de registros de Socios que se llevará en la Administración junto con la solicitud de admisión y aceptación de admisión, renuncia u otras novedades, incluyendo cursos, hojas de vida del socio, etc. Informe que será presentado al Ministerio de Relaciones Laborales, de conformidad con los artículos 12 y 13 del Reglamento para la Aprobación de Microempresas Asociativas.

**Art. 11. SON DEBERES DE LOS SOCIOS:**

Trabajar por la consolidación y el desarrollo de la Microempresa Asociativa ““life holiday resort”

- 1.** Acatar, cumplir y hacer cumplir los estatutos y el reglamento interno.
- 2.** Realizar los trabajos asignados con la eficiencia y eficacia, así como desempeñar los cargos y comisiones con esfuerzo y responsabilidad para los cuales hayan sido designados.
- 3.** Cumplir las obligaciones económicas ordinarias y extraordinarias que fije la Asamblea General.
- 4.** Asistir y participar en las Asambleas ordinarias y extraordinarias.



**Art. 12. SON DERECHOS DE LOS SOCIOS**

1. Los socios fundadores y los activos participarán con voz y voto en las deliberaciones de la Asamblea General.
2. Elegir y ser Electo democráticamente para desempeñar dignidades, cargos o comisiones del directorio u otros que requiera la Asamblea, para lo cual es necesario estar al día en el pago de aportaciones económicas ordinarias y extraordinarias, y no haber sido sancionado por incumplimiento del estatuto y el reglamento interno.
3. Utilizar el nombre y difundir el trabajo realizado por la microempresa en reuniones.
4. Solicitar y recibir información, capacitación u otros servicios que preste la microempresa.
5. Presentar al directorio sugerencias o micro proyectos con relación a los intereses de la microempresa.

**Art. 13. PERDIDA DE LA CALIDAD DE SOCIO**

1. Renuncia voluntario aceptada por el Directivo
2. Expulsión, y,
3. Fallecimiento.

**CAPÍTULO CUARTO**  
**ÓRGANOS DE GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN**

**Art. 14.** La Microempresa Asociativa “life holiday resort”, está gobernada por la Asamblea General y por el Directivo.

**DE LA ASAMBLEA GENERAL**

**Art. 15.** La Asamblea General es la máxima autoridad, se conforma con los socios fundadores y activos y por los socios honorarios y patrocinadores.

**Art. 16.** La Asamblea General será ordinaria y extraordinaria en cuanto las circunstancias y necesidades lo requieran.

**Art. 17.** La Asamblea Ordinaria se reunirá cada tres meses en el lugar y fecha que señala el directorio. La Extraordinaria por convocatoria de el/la Presidente, del Directorio o a petición de las dos terceras partes de sus socios.

**Art.18.** El Quórum funcionará con la asistencia de la mitad más uno de los socios fundadores y activo. Si en la primera convocatoria no existiera el quórum necesario, se instalará una hora más tarde con el número de socios presentes. Esta circunstancia se hará constar en el Acta de la Asamblea.

**Art. 19.** La Asamblea será presidida por el Presidente de La Microempresa Asociativa “life holiday resort”.

**Art. 20.** Las decisiones de tomarán por mayoría de votos, esto es la mitad más uno de los asistentes.

**Art. 21. SON ATRIBUCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL:**

1. Aprobar y reformar el presente estatuto de la Microempresa y someterlos a consideración de Ministerio de Relaciones Laborales.
2. Velar por el cumplimiento de los objetivos de la Microempresa.
3. Elección del Presidente, Vicepresidente, Secretario y Tesorero.
4. Fijar las cuotas ordinarias y extraordinarias de aporte de los socios.
5. Aceptar o rechazar el ingreso de nuevos socios.
6. Conocer y aprobar los informes semestrales y anuales del Presidente y Tesorero sobre las actividades desarrolladas y el estado de situación.
7. Tomar las decisiones que fueran convenientes para la buena marcha y progreso de la microempresa.
8. Sancionar las faltas de los Directivos y socios, conocer de sus apelaciones de conformidad con el respectivo reglamento y dictar la resolución correspondiente.

## **DEL DIRECTORIO**

**Art. 22.** El Directorio es el organismo directivo permanente de la Microempresa, durará en sus funciones dos años y podrá ser reelegido por un periodo similar.

Está integrado por:

1. Presidente
2. Vicepresidente
3. Secretario
4. Tesorero

**Art. 23.** El Directorio se reunirá una vez al mes y siempre se que considere necesario hará reunión extraordinaria del Directorio.

**Art. 24.** Para la reunión del Directorio se requiere mínimo de tres de sus miembros y las decisiones deberán tomarse por mayoría de votos, contando con quien presida la reunión.

### **Art. 25. SON FUNCIONES DE EL/LA PRESIDENTE DEL DIRECTORIO:**

1. Presidir los actos oficiales y extra oficiales de la Microempresa.
2. Convocar y Presidir las reuniones del Directorio y d las Asambleas, de acuerdo con las disposiciones del estatuto y del Reglamento interno y citar a reuniones cuantas veces sean necesarias.
3. Representar legalmente, judicial y extra judicial para toda clase de asuntos.
4. Legalizar las actas, las comunicaciones, trámites legales, inserciones de nuevas organizaciones a afiliarse.etc.
5. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones del presente estatuto y reglamento interno y las resoluciones de la Asamblea General.
6. Custodiar y administrar fielmente los bienes muebles de la Microempresa.
7. Presentar por escrito ante la Asamblea General, el informe semestral y el informe anual de su gestión y el informe general de su gestión al culminar el mandato.

8. Autorizar los gastos de la Microempresa de acuerdo al presupuesto.
9. Responsabilizarse de la marcha administrativa del la Microempresa Asociativa.

#### **Art. 26. SON FUNCIONES DEL VICEPRESIDENTE**

1. Subrogar a el/la presidente con todas sus atribuciones en caso de urgencia la representación legal en caso de falta y ausencia temporal.
2. Desempeñar la función de Coordinador (a) General en la ejecución de los proyectos, programas y la organización de las distintas actividades.
3. Elaborar el plan de actividades y el presupuesto anual junto con el el/la Tesorero (a), para su presentación ante el Directorio y la Asamblea.
4. Colaborar con el presidente en el desempeño de sus obligaciones para lograr una buena administración de la microempresa.

#### **Art. 27. SON FUNCIONES DE EL/LA SECRETARIO/A**

1. Estar presente en todas las reuniones del Directorio y de la Asamblea General.
2. Preparar en coordinación con el Presidente y el Vicepresidente, el orden del día de las reuniones, redactar y suscribir con el Presidente (a) las actas de las mismas.
3. Llevar al día el libro de acta correspondiente.
4. Redactar y suscribir las convocatorias y comunicaciones para las asambleas, reuniones ordinarias y extraordinarias de la Microempresa, así como la correspondencia ordinaria, de conformidad con lo que acuerde el directorio.
5. Organizar y custodiar el archivo de la Microempresa en forma eficiente.
6. Expedir las certificaciones que soliciten los interesados.
7. Llevar un archivo de cada asociado, donde se guarden fotocopias de las hojas de vida, las certificaciones y diplomas de cada asociado.
8. Colaborar con el Tesorero, con la finalidad de facilitar la buena marcha administrativa de la Microempresa.
9. Gestionar, promocionar, justificar proyectos y programas; y las demás funciones que sean asignadas por la Asamblea.

**Art. 28. SON FUNCIONES DE EL/LA TESORERO/A**

1. Custodiar los bienes de la Microempresa.
2. Responsabilizar de los recursos económicos que aporten los socios.
3. Suscribir, conjuntamente con la Presidencia los documentos o comprobantes, firmas los cheques bancarios y verificar los pagos de conformidad con los acuerdos del Directorio.
4. Preparar y conservar los comprobantes de pago.
5. Elaborar los respectivos informes económicos trimestrales y presentar ante el Directorio mensualmente o cuando la Asamblea General lo solicite.
6. Preparar el presupuesto anual, junto con el/la vicepresidente/a para ser aprobados por la Asamblea General.
7. Preparar los respectivos informes de ingresos y gastos que serán presentados ante la Asamblea General.
8. Llevar registro de las cuentas y cuotas de la Microempresa y de la situación de cada asociado.

**CAPÍTULO QUINTO  
DE LAS SANCIONES****Art. 29. EL DIRECTORIO PODRÁ APLICAR LAS SIGUIENTES SANCIONES:**

1. Amonestación verbal o escrita
2. Suspensión.
3. Multas.
4. Expulsión.

**Art. 30.** Las amonestaciones serán en público y en privado.

**Art. 31.** Serán merecedores de multas los socios que faltaren o llegaren atrasados a: Asambleas, trabajos, eventos, entre otros.

**Art. 32. EL DIRECTORIO PODRÁ APLICAR LA SUSPENSIÓN DE SEIS MESES CUANDO:**

1. Realizar actividades divisionistas en contra de la Microempresa.
2. Por sentencia judicial que establezca pena contra el Asociado.
3. Atente contra la vida institucional de la Microempresa o de sus socios.

Art. 33. De las Sanciones impuestas por el directivo se podrá apelar ante el organismo inmediato superior, dentro del término de cinco días hábiles, contados a partir de la notificación.

**CAPÍTULO SEXTO  
PATRIMONIO ECONÓMICO**

**Art. 34. EL PATRIMONIO ECONÓMICO DE LA MICROEMPRESA ASOCIATIVA “LIFE HOLIDAY RESORT” SON LOS SIGUIENTES:**

1. El capital de integración de la Microempresa Asociativa consistente en cuatrocientos dólares, depositados en el Banco Nacional de Fomento como cuenta de integración de capital.
2. Las cuotas ordinarias y extraordinarias y las que cancelen los nuevos socios por su admisión.
3. El producto de las multas que se impusieron a los socios.
4. El producto de venta de servicios turísticos que producirá la Microempresa.
5. Otros ingresos no previstos.

**Art. 35.** Las cuotas ordinarias y en general los ingresos que no tengan un fin específico serán reinvertidas en el patrimonio social de la Microempresa Asociativa.

**Art. 36.** El ejercicio económico va de 01 de enero al 31 de diciembre de cada año.

**Art. 37.** La administración, bajo su responsabilidad, instrumentará los mecanismos tendientes a la total recaudación de las aportaciones ordinarias y extraordinarias de los socios. Cada

socio tendrá un registro de aportaciones, en el que se determinará el monto de su contribución económica, ingresos que serán reinvertidos en función del bien patrimonial de la Microempresa. Cada año se revisarán los registros de aportación de los socios y se facultará a la Administración para hacer los reajustes de las recaudaciones que serán controladas por el Presidente.

## **CAPÍTULO SÉPTIMO**

### **DEL PROCESO DE DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN**

**Art. 38.** La Microempresa Asociativa “life holiday resort” se disolverá en caso de que la Asamblea General lo acuerde, por el voto unánime de sus socios y tal decisión sea ratificada en una segunda Asamblea. En este caso, se reunirán en Asamblea General para determinar el proceso a seguir y plantear acuerdos de liquidación de la Microempresa en función de las aportaciones económicas y del trabajo realizado a favor de la Microempresa.

## **CAPÍTULO OCTAVO**

### **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

**Art. 39.** Los presentes Estatutos entrarán en vigencia desde la fecha de su aprobación por parte del Ministerio de Relaciones Laborales.

**Art. 40.** Para la reforma del presente Estatuto se requerirá el análisis y aprobación de la Asamblea General.