



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

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN EL CANTÓN
SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI

TRABAJO DE TITULACIÓN

PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER
EL TÍTULO DE INGENIERA EN ECOTURISMO

AUTORA: JESENIA CAROLINA PORRAS TENORIO

RIOBAMBA – ECUADOR

2016

Derechos de Autor de Copyright

©2016, Jesenia Carolina Porras Tenorio

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

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN EL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, de responsabilidad de la señorita Jesenia Carolina Porras Tenorio, ha sido minuciosamente revisado, por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

ING. PATRICIA TIERRA

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Patricia Tierra', is written over a horizontal line.

ING. CARLOS CAJAS

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Carlos Cajas', is written over a horizontal line.

Riobamba, enero de 2016

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jesenia Carolina Porras Tenorio, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, enero de 2016



Jesenia Carolina Porras Tenorio

C.I.: 050363773-8

DEDICATORIA

A mis padres Julia Tenorio y Orlando Porras, los pilares de mi vida, por mantenerse unidos a pesar de las dificultades, y entregarnos su vida mediante su esfuerzo diario, para ver a mí y a mis hermanos crecer y convertirnos en grandes profesionales, sin sus enseñanzas y su ejemplo no hubiese logrado dar este paso tan importante en mi vida.

A mis hermanos Rola y Azu, por nunca soltarme y darme su ayuda en los momentos más difíciles.

Y, a mi abuelita querida Presentación Tenorio por su ternura e infinita generosidad.

Los amo.

AGRADECIMIENTO

A Dios por demostrarme que existe y no dejar que pierda la fe en Él.

A mi familia por su cariño infinito. “Todo lo que soy es por y gracias a ustedes”.

A la ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO y a mi Politécnica querida, por formarme profesionalmente y por enseñarme amar mi carrera.

Un agradecimiento profundo a mis profesores guías PATRICIA TIERRA Y CARLITOS CAJAS, no solo por ayudarme en la realización del trabajo, sino por haber sido excelentes maestros y amigos en el aula.

A la familia que elegí, a mis amigas, gracias por ser el brazo extendido, la risa, el llanto, por las aventuras y experiencias compartidas, porque con cada una he vivido momentos únicos e irrepetibles, transformándose en amistad eterna, las quiero mucho LISSS, XIME, MACA, DELIA, CARITO, ELI y mi hermanita MILU.

Y a todas las personas que se han cruzado por mi vida, dejándome grandes lecciones y buenos momentos, pero sobre todo aquellas que aún se encuentran a mi lado, después de conocer lo bueno y lo malo que hay en mí.

CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	i
LISTA DE FIGURAS	v
LISTA DE TABLAS	vii
LISTA DE ANEXOS	viii
I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN EL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. JUSTIFICACIÓN	2
B. OBJETIVOS	3
1. Objetivo general	3
2. Objetivos específicos.....	3
C. HIPOTESIS	3
1. Hipótesis de trabajo	3
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	4
A. TURISMO	4
B. ECOTURISMO	4
C. DESARROLLO SOSTENIBLE	5
D. RECREACIÓN	6
E. ESTUDIO DE VIABILIDAD	6
1. Aspectos del estudio de factibilidad.....	7
F. VIABILIDAD COMERCIAL	8
1. Estudio de mercado	8
G. VIABILIDAD TÉCNICA.....	12
1. Tamaño	12
2. Localización del proyecto	13
3. Ingeniería del proyecto	13
4. Proceso productivo	14
H. VIABILIDAD AMBIENTAL	15
1. Impacto ambiental	15

2.	Impacto sociocultural	15
3.	Matriz de Lázaro Lagos.....	16
I.VIABILIDAD LEGAL ADMINISTRATIVA		16
1.	Estudio legal	16
2.	Estudio administrativo.....	17
J. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA		17
1.	Análisis financiero.....	17
2.	Análisis económico	26
IV. MATERIALES Y MÉTODOS		29
A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR		29
1.	Localización	29
2.	Ubicación geográfica.....	30
3.	Límites.....	30
4.	Características climáticas	30
5.	Clasificación ecológica.....	30
6.	Características del suelo	31
7.	Materiales y equipos.....	31
B. METODOLOGÍA		32
1.	Determinación de la viabilidad comercial del proyecto	32
2.	Determinación de la viabilidad técnica del proyecto	35
3.	Determinación de la viabilidad ambiental del proyecto	37
4.	Análisis de la viabilidad legal administrativa del proyecto.....	39
5.	Determinación de la viabilidad económica financiera del proyecto	40
V. RESULTADOS		42
A. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL		42
1.	Análisis de la demanda.....	42
2.	Análisis de la oferta.....	58
3.	Análisis de la competencia	66
4.	Confrontación de la oferta - demanda	75
B. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.....		78
1.	Tamaño del proyecto	78
2.	Localización del proyecto	81
3.	Tipología de construcción	86
4.	Diseño técnico	87

5. Determinación del proceso productivo.....	111
6. Estudio de mercadotecnia.....	124
C. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD AMBIENTAL	141
1. Descripción de los componentes ambientales susceptibles a impactos	141
2. Identificación de las actividades que pueden causar impacto	143
3. Evaluación de la matriz ambiental de Lázaro Lagos.....	147
4. Plan de manejo ambiental.....	152
D. ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD LEGAL ADMINISTRATIVA	157
1. Estudio legal	157
2. Estudio administrativo.....	171
E. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO.....	187
1. Análisis financiero.....	187
2. Análisis económico	192
VI. CONCLUSIONES	194
VII. RECOMENDACIONES	196
VIII. RESUMEN	197
IX. SUMMARY	198
X. BIBLIOGRAFÍA	199
XI. ANEXOS.....	203

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3	Matriz para el flujo de caja.....	25
Tabla 2-3	Matriz para el estado de resultados	26
Tabla 3-4	Ecosistema presente en el cantón Salcedo	30
Tabla 4-5	Distribución de la edad de los turistas nacionales.....	42
Tabla 5-5	Distribución del género de los turistas nacionales	43
Tabla 6-5	Distribución del lugar de procedencia de los turistas nacionales.....	43
Tabla 7-5	Distribución de la ocupación de los turistas nacionales.....	44
Tabla 8-5	Distribución del nivel de educación de los turistas nacionales	44
Tabla 9-5	Distribución del motivo de viaje de los turistas nacionales	45
Tabla 10-5	Distribución de acompañamiento de viaje de los turistas	45
Tabla 11-5	Distribución de temporada de viaje de los turistas nacionales.....	46
Tabla 12-5	Distribución del nivel de aceptación del proyecto por los turistas nacionales	46
Tabla 13-5	Distribución de áreas y servicios turísticos preferidos por los turistas nacionales	47
Tabla 14-5	Distribución de las actividades turísticas preferidas por los turistas nacionales	47
Tabla 15-5	Distribución del tipo de comida preferida por turistas nacionales	48
Tabla 16-5	Distribución del valor de la entrada del centro recreacional dispuesto a pagar por turistas nacionales	48
Tabla 17-5	Distribución de los medios de comunicación preferidos por los turistas nacionales	49
Tabla 18-5	Distribución de la edad de los turistas extranjeros	49
Tabla 19-5	Distribución del género de turistas extranjeros	50
Tabla 20-5	Distribución del país de procedencia de los turistas extranjeros.....	50
Tabla 21-5	Distribución de la ocupación de los turistas extranjeros	51
Tabla 22-5	Distribución del nivel de educación de los turistas extranjeros	52
Tabla 23-5	Distribución del motivo de viaje de los turistas extranjeros	52
Tabla 24-5	Distribución de acompañamiento de viaje de los turistas extranjeros.....	53
Tabla 25-5	Distribución de temporada de viaje de los turistas extranjeros.....	53

Tabla 26-5	Distribución del nivel de aceptación del proyecto por los turistas extranjeros	54
Tabla 27-5	Distribución de áreas y servicios turísticos preferidos por los turistas extranjeros	54
Tabla 28-5	Distribución de las actividades preferidas por los turistas extranjeros ...	55
Tabla 29-5	Distribución del tipo de comida preferida por turistas extranjeros	55
Tabla 30-5	Distribución del valor de la entrada del centro recreacional dispuesto a pagar por turistas extranjeros	56
Tabla 31-5	Distribución de los medios de comunicación preferidos por los turistas extranjeros	56
Tabla 32-5	Matriz de identificación de los atractivos turísticos del cantón Salcedo.	59
Tabla 33-5	Resumen de atractivos turísticos del cantón Salcedo	60
Tabla 34-5	Líneas de productos turísticos del cantón Salcedo	64
Tabla 35-5	Oferta sustitutiva - Complejo turístico Paraíso de María	67
Tabla 36-5	Oferta sustitutiva - Complejo turístico Manantial de vida	68
Tabla 37-5	Oferta sustitutiva - Complejo turístico Príncipe San Miguel	69
Tabla 38-5	Oferta complementaria – Hostería Rumipamba de las Rosas	70
Tabla 39-5	Oferta complementaria – Hostería El Surillal	71
Tabla 40-5	Oferta complementaria – Hostería Los Molinos de Yanayacu	72
Tabla 41-5	Oferta complementaria – Hostería El Imperio Real	73
Tabla 42-5	Distribución del número de clientes anuales de la competencia	75
Tabla 43-5	Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años	76
Tabla 44-5	Proyección de la oferta potencial para los próximos 5 años	76
Tabla 45-5	Demanda insatisfecha proyectada	77
Tabla 46-5	Proyección de la demanda objetivo	77
Tabla 47-5	Número de clientes proyectado	78
Tabla 48-5	Número de clientes por producto (demanda nacional)	79
Tabla 49-5	Número de clientes por producto (demanda extranjera)	80
Tabla 50-5	Distribución de las áreas del centro recreacional turístico	93
Tabla 51-5	Presupuesto de instalaciones para en centro recreacional	105
Tabla 52-5	Activos fijos del área productiva	119
Tabla 53-5	Materia prima para el área de alimentación	120
Tabla 54-5	Insumos de aseo y limpieza para el área productiva	121
Tabla 55-5	Materiales e insumos para el área productiva	122

Tabla 56-5	Mano de obra directa para el área productiva	123
Tabla 57-5	Mano de obra indirecta para el área productiva	123
Tabla 58-5	Servicios básicos	123
Tabla 59-5	Inversiones diferidas para el área productiva	124
Tabla 60-5	Precios de la competencia	130
Tabla 61-5	Valor diferencial y resultado del precio dispuesto a pagar por la demanda	130
Tabla 62-5	Estrategias de comercialización	132
Tabla 63-5	Estructura del spot publicitario para radio y televisión.....	135
Tabla 64-5	Activos fijos para el área comercial	139
Tabla 65-5	Talento humano para el área comercial.....	140
Tabla 66-5	Gasto por publicidad	140
Tabla 67-5	Materiales e insumos para el área comercial.....	140
Tabla 68-5	Inversiones diferidas para el área comercial	141
Tabla 69-5	Evaluación de la matriz ambiental de Lázaro Lagos.....	147
Tabla 70-5	Matriz de cuantificación de la matriz de Lázaro Lagos	150
Tabla 71-5	Plan de manejo ambiental	152
Tabla 72-5	Análisis de las leyes	157
Tabla 73-5	Funciones de la asamblea	174
Tabla 74-5	Funciones del cabildo.....	174
Tabla 75-5	Manual de funciones del administrador	174
Tabla 76-5	Manual de funciones del responsable de comercialización y ventas	175
Tabla 77-5	Manual de funciones del chef	177
Tabla 78-5	Manual de funciones del ayudante de cocina	179
Tabla 79-5	Manual de funciones del mesero	179
Tabla 80-5	Manual de funciones del piscinero	180
Tabla 81-5	Manual de funciones del encargado de recreación	181
Tabla 82-5	Manual de funciones del/la masajista	182
Tabla 83-5	Manual de funciones del guía	183
Tabla 84-5	Manual de funciones del guardia	184
Tabla 85-5	Talento humano.....	185
Tabla 86-5	Materiales e insumos para el área administrativa.....	185
Tabla 87-5	Activos fijos para el área administrativa.....	185
Tabla 88-5	Requisitos para formar la empresa	186

Tabla 89-5	Requisitos para el funcionamiento del centro recreacional.....	186
Tabla 90-5	Procesos de selección del personal.....	186
Tabla 91-5	Proceso de inducción del talento humano para la empresa.....	187
Tabla 92-5	Estudios	187
Tabla 93-5	Inversiones del proyecto.....	187
Tabla 94-5	Usos de fondo y fuentes de financiamiento del proyecto.....	188
Tabla 95-5	Depreciación de activos fijos	189
Tabla 96-5	Amortización de inversiones nominales.....	189
Tabla 97-5	Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.....	190
Tabla 98-5	Estructura de ingresos	190
Tabla 99-5	Estado de resultados	191
Tabla 100-5	Flujo de caja del proyecto	191
Tabla 101-5	Cálculo del punto de equilibrio	192
Tabla 102-11	Establecimientos de alojamiento del cantón Salcedo.....	207
Tabla 103-11	Establecimientos de alojamientos y bebidas del cantón Salcedo	208
Tabla 104-11	Establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento.....	210
Tabla 105-11	Cálculo del costo- receta trucha asada.....	211
Tabla 106-11	Cálculo del costo- receta trucha al vapor	212
Tabla 107-11	Cálculo del costo- receta papas con cuy.....	213
Tabla 108-11	Cálculo del costo- receta caldo de gallina criolla.....	214
Tabla 109-11	Cálculo del costo- receta choclos con habas y queso	215
Tabla 110-11	Cálculo del costo- receta colada morada y empanadas de viento	216
Tabla 111-11	Cálculo del costo- receta jugos naturales	217
Tabla 112-11	Cálculo del costo- receta chicha de jora.....	218
Tabla 113-11	Cálculo del costo- receta postre delicia de babaco.....	219
Tabla 114-11	Cálculo del costo- receta postre moras calientes.....	220
Tabla 115-11	Análisis de costos de camping	221
Tabla 116-11	Cálculo del precio de camping	221
Tabla 117-11	Análisis de costos: Presupuesto de componentes estructurales-canopy	221
Tabla 118-11	Análisis de costos: Presupuesto de equipos de protección personal para canopy	222
Tabla 119-11	Cálculo del precio de canopy	222
Tabla 120-11	Análisis de costos para ciclismo.....	223
Tabla 121-11	Cálculo del precio para ciclismo	223

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1-4	Mapa del cantón Salcedo.....	29
Figura 2-5	Mapa de ubicación geográfica del cantó Salcedo	82
Figura 3-5	Mapa de ubicación geográfica de la comuna de Yanayacu	84
Figura 4-5	Ortofoto del predio para el proyecto	85
Figura 5-5	Plano general de implantación del proyecto	88
Figura 6-5	Plano del área administrativa y restaurante.....	89
Figura 7-5	Plano del área de pesca recreativa.....	90
Figura 8-5	Plano del área de piscina	91
Figura 9-5	Plano del área de spa	92
Figura 10-5	Diseño arquitectónico del restaurante	95
Figura 11-5	Diseño arquitectónico de la zona de juegos	96
Figura 12-5	Diseño arquitectónico del área de pesca deportiva	96
Figura 13-5	Diseño arquitectónico de estaciones de descanso	97
Figura 14-5	Diseño arquitectónico del área de piscina	98
Figura 15-5	Diseño arquitectónico del spa	100
Figura 16-5	Diseño arquitectónico del área de picnic/parrilladas.....	101
Figura 17-5	Estructura para el museo	104
Figura 18-5	Flujograma del servicio de alimentación	112
Figura 19-5	Flujograma del servicio de piscina y spa	113
Figura 20-5	Flujograma de la actividad de canopy.....	114
Figura 21-5	Flujograma de la actividad de pesca recreativa.....	115
Figura 22-5	Flujograma de la actividad de camping.....	116
Figura 23-5	Flujograma de la actividad de caminata guiada	117
Figura 24-5	Flujograma de la actividad de ciclismo.....	118
Figura 25-5	Logotipo del centro recreacional turístico.....	125
Figura 26-5	Gama cromática del centro recreacional turístico	126
Figura 27-5	Versiones – positivo de la marca.....	127
Figura 28-5	Versiones – negativo de la marca.....	127
Figura 29-5	Tarjeta de presentación.....	128
Figura 30-5	Hoja membretada	128

Figura 31-5	Carpeta corporativa	129
Figura 32-5	Cd corporativo.....	129
Figura 33-5	Página web para el centro recreacional turístico.....	134
Figura 34-5	Página de Facebook para el centro recreacional turístico	135
Figura 35-5	Diseño de camiseta.....	137
Figura 36-1	Diseño de destapadores y llaveros	137
Figura 37-1	Diseño del bosas ecológicas.....	138
Figura 38-1	Diseño de cuaderno y esfero	138
Figura 39-1	Organigrama estructural.....	172
Figura 40-1	Organigrama funcional.....	173

ÍNDICE DE ANEXOS

1	Formatos de encuesta dirigida para turistas nacionales y extranjeros.....	203
2	Establecimientos turísticos del cantón Salcedo.....	207
3	Costos de las recetas para el área de alimentación.....	211
4	Análisis de costos y cálculo del precio para camping.....	221
5	Análisis de costos y cálculo del precio para canopy.....	221
6	Análisis de costos y cálculo del precio para ciclismo.....	223

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL TURÍSTICO EN EL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI

II. INTRODUCCIÓN

El turismo usualmente representa una gran oportunidad para experimentar nuevas culturas, tradiciones y para maravillarse con las bondades que la naturaleza provee. En Ecuador esta actividad, en la actualidad demuestra una tendencia de crecimiento constante, el arribo de turistas extranjeros al país creció en un 7,42% durante 2013, al registrar 1'364.057 arribos, superando así el crecimiento mundial que, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, es del 4%. (MINTUR. 2014). Por lo que este potencial turístico resulta atractivo para realizar inversiones.

La invaluable riqueza natural y cultural del país, así como la acertada aplicación de políticas turísticas ha dado como resultado que el Ecuador durante los dos últimos años, consiga destacados reconocimientos a nivel internacional principalmente en los World Travel Awards; uno de los certámenes más importantes del mundo en cuanto a destinos y atractivos turísticos. Además se alcanzó el 1'500.000 de visitas en 2014, cifra record para el país. Este incremento en el número de visitas ha permitido mejorar la economía del país convirtiendo al turismo en la tercera fuente de ingresos no petroleros. (MINTUR. 2014)

En la provincia de Cotopaxi, los principales productos turísticos son el Parque Nacional Cotopaxi, la Laguna del Quilotoa, los Illinizas, entre otros sitios naturales, además es reconocida por sus fiestas como los danzantes de Pujilí, la fiesta de la "La Mama Negra" y una variedad gastronómica típica como las chugchucaras, las allullas, el queso de hoja y los helados de Salcedo.

El cantón Salcedo ubicado al sur de la provincia de Cotopaxi, es considerado una ciudad de paso. Sin embargo cuenta con varios atractivos turísticos importantes como el Parque Nacional Llanganates, la laguna de Yambo y otros sitios naturales que cuentan con potencial para el desarrollo de la actividad turística, por lo que es importante

trabajar en nuevos proyectos que contribuyan a la apuesta del país por un turismo sostenible, responsable y sobre todo, que involucre a la comunidad local.

En este contexto, para llevar a cabo un proyecto de inversión en turismo, es necesario y fundamental realizar un estudio de factibilidad que evalúe las condiciones de viabilidad comercial, técnica, ambiental y financiera; esto facilitará a las personas naturales o jurídicas la toma de decisiones relativa a la ejecución del proyecto.

A. JUSTIFICACIÓN

Salcedo, es un cantón con vocación productiva, agropecuaria y ambiental que lo convierte en un centro de acopio agrícola y enclave comercial a nivel regional.

En el marco del Plan Nacional del Buen Vivir, la realización de este proyecto se justifica en uno de los objetivos nacionales que es “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, en el que se menciona el impulso al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera, además del fortalecimiento de las organizaciones comunitarias. (PNBV.2013-2017)

Popular por la elaboración de helados de sabores y pinol, el cantón cuenta varios sitios naturales y manifestaciones culturales con potencial turístico, sin embargo aún no se ha desarrollado en su totalidad. Al verse afectada por la construcción de un paso lateral, la ciudad ha quedado aislada disminuyendo significativamente el ingreso de visitantes, por lo cual las autoridades deben trabajar en el fortalecimiento de la actividad turística.

Partiendo del interés e iniciativa de las autoridades locales por desarrollar la actividad turística, se propone el estudio de factibilidad para la implementación de un centro recreacional turístico para el descanso, aventura y contemplación en un entorno rodeado de naturaleza, lejos del ruido de la ciudad, lo que constituye una oferta innovadora para satisfacer las necesidades de turistas nacionales y extranjeros.

El proyecto pretende además contribuir al desarrollo de la comunidad local, mediante la asociatividad, procurando servicios complementarios intermedios para la comodidad y

satisfacción del turista, además de la producción de bienes para la venta, como artesanías y otros productos, lo que permitirá garantizar la sostenibilidad turística y ambiental.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo general

Determinar la factibilidad para la implementación de un centro recreacional turístico en el cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

2. Objetivos específicos

- a. Determinar la viabilidad comercial del proyecto.
- b. Determinar la viabilidad técnica del proyecto.
- c. Establecer la viabilidad ambiental.
- d. Definir la viabilidad legal administrativa.
- e. Analizar la viabilidad económica financiera.

C. HIPOTESIS

1. Hipótesis de trabajo

Existe la factibilidad para la implementación de un centro recreacional turístico en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, el cual contribuirá a la diversificación de la actividad turística del sector.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

La OMT (2008) señala:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Menciona que estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (p.1)

Boullón (1985) refiere:

El turismo como una actividad económica por una serie de bienes y servicios, que deben estar interrelacionadas (Transporte, hospedaje, alimentación, visita, etc.) y que solo es posible producirlas en determinadas localizaciones geográficas que cuentan con aptitud turística (denominados atractivos turísticos) a los cuales se traslada el turista o consumidor. (p.1)

B. ECOTURISMO

Es aquel segmento especializado del turismo responsable, que promueve y apoya la conservación de la naturaleza y los valores culturales de los destinos, los interpreta para el cliente, favorece el mejoramiento socioeconómico de las comunidades locales y que persigue sensibilizar y satisfacer, de manera ética, a los clientes. Mantiene sus actividades con un diseño y a una escala apropiada al entorno y pone a sus clientes en contacto directo y personal con la naturaleza y la cultura local. (CANAECO, 2004, p.1)

Crosby & Moreda (1996) mencionan:

El Ecoturismo es una modalidad del turismo en áreas, en el que el paisaje es la principal variable, como punto de confluencia entre los factores ambientales y los antrópicos, y

cuyo objetivo es la integración del visitante en el medio humano y natural. Señala además que la población local suele tomar parte en diversos aspectos concernientes a la recepción de los turistas. (p.23)

C. DESARROLLO SOSTENIBLE

El desarrollo sostenible se orienta hacia la satisfacción de necesidades humanas, que presentan una triple dimensión, y estas son las que pueden ser satisfechas por un medio ambiente equilibrado, las que satisface la actividad económica eficiente y las que se satisfacen en el seno de una sociedad equitativa. Por tanto se puede entender al desarrollo sostenible como un área de intersección de tres sostenibilidades, la económica, ecológica y la social. (Vega, 2009, p.106)

El desarrollo sostenible puede ser definido como "un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades" (ONU, 2000, p.1). Implica un cambio muy importante en cuanto a la idea de sustentabilidad, principalmente ecológica, y a un marco económico que pone también el énfasis en contexto social del desarrollo.

De acuerdo a las tres dimensiones básicas del desarrollo sostenible, una expresión adecuada y necesaria del desarrollo sostenible es "la economía de mercado ecológica y social".

Utiliza al mercado como medio eficaz para la creación de bienestar, se compromete con el objetivo de la justicia social mediante normas de compensación y diseña todos los procesos económicos desde un principio, de manera que las bases de la existencia puedan ser aseguradas. Se trata no solo de proteger el medio ambiente y naturaleza por medio de medidas defensivas que curen los síntomas, sino de convertir esta defensa en un factor al que se le apunte en el diseño del futuro, que reconozca y proteja la naturaleza en su valor propio y en su dimensión diversa. (Lapso & Daad, 2003, p. 12, 13)

D. RECREACIÓN

Según Chacón (2006):

La recreación se refiere a la práctica de actividades socialmente aceptables realizadas en forma voluntaria durante el tiempo libre y por medio de las cuales las personas pueden desarrollarse tanto en el plano físico como en el social, emocional y mental, señala también que la recreación es una actividad placentera en la que todos sus participantes incurren en forma voluntaria y de la cual reciben satisfacción de forma inmediata. (p.131)

Wiswell (2003) define:

La recreación como una vivencia de disfrute y desarrollo para la promoción del ser humano y su potencialización, es decir proyección al máximo de sus habilidades, capacidades, aptitudes y destrezas, reconociéndolo como un actor fundamental de su proyecto de vida particular y comunitario. (p.1)

Aguilar (2006) afirma:

La recreación es una experiencia de ocio socialmente aceptada y que da satisfacción al individuo, quien participa voluntariamente en ella. Define específicamente este concepto como “una actividad con un propósito vista como asistencia individual para tener experiencias positivas en el ocio que ayuda a renovar el espíritu, recuperar energías y rejuvenecer como individuo”. La recreación también está unida con tipos específicos y actividades tales como juegos, artes, artesanías, recreación al aire libre y otros. (p.1)

La recreación es necesaria para todo ser humano, sin distinción de clase social, edad o sexo. Además, la recreación involucra tanto actividades pasivas como activas; así como actividades mentales, físicas y estéticas. Incluye juegos y deportes, así como música, baile, drama, literatura, pasatiempos, excursiones, etcétera. (Chacón, 2006, p.131)

E. ESTUDIO DE VIABILIDAD

Un estudio de viabilidad consiste en “la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos” (Vega, 2006, p. 1).

El estudio de factibilidad es un conjunto de actividades que se llevarán a cabo para determinar las condiciones y los recursos o disponibilidades que deben confluír para realizar el proyecto y solucionar el o los problemas que se busca atender.

Esta definición destaca el hecho de que, para realizar un proyecto con éxito, se requiere que confluír en el proyecto y su entorno, una serie de condiciones materiales y humanas. Por tanto analizar lo que se requiere y lo que existe para ejecutar un proyecto de forma idónea, constituye el eje central del estudio de factibilidad. (Zúñiga *et al*, 2003, p.117-118)

Kendall *et al*. (2005) menciona:

Que la viabilidad de los proyectos de sistemas se evalúa de tres maneras principales: operativa, técnica y económicamente, y señala que el estudio de viabilidad no consiste en un estudio completo de los sistemas. Más bien se trata de recopilar suficientes datos para que los directivos, a su vez, tengan los elementos necesarios para decidir si debe procederse a realizar un estudio de sistemas. (p.52)

1. Aspectos del estudio de factibilidad

Para analizar la viabilidad del proyecto se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- La capacidad de organización y gestión de los actores involucrados.
- Las características económicas y ambientales del contexto del proyecto.
- Las características culturales y sociales del contexto del proyecto.
- Los requerimientos de instalaciones, equipos e insumos adecuados.
- La disponibilidad y capacidad técnica y profesional del recurso humano.
- Las posibilidades de financiamiento y la modalidad de recuperación de la inversión.
- La concordancia con políticas y estrategias ambientales. (Zúñiga *et al*. 2003, p.52)

F. VIABILIDAD COMERCIAL

La viabilidad comercial permite determinar si el producto realmente satisface una necesidad sentida o latente de los consumidores, de manera que se puedan cumplir las previsiones de ventas.

Para Casani *et al.* 2009:

El análisis de la viabilidad comercial de la idea incluye es estudio de mercado y del sector de actividad en que se pretende implantar, para poder desarrollar un plan de marketing que nos permita elaborar un plan de ventas que es la clave determinante de todo plan de negocio. (p.319)

1. Estudio de mercado

Casani *et al.* (2009) menciona: “Para estudiar la naturaleza de la demanda es necesario realizar una investigación de mercado, sobre las características del consumidor y su comportamiento, que nos permita conocer aspectos como la localización, cuantificación, capacidad adquisitiva, o hábitos de consumo” (p.319).

Es un estudio que tiene por objetivo el conocimiento de todas las variables del mercado que puedan afectar a la empresa: producto, servicio, competencia, distribución microentorno, etc.

Los estudios de mercado pretenden, a partir de una serie de informaciones, prever la respuesta del mercado antes de lanzar el producto y planear las mejores estrategias comerciales. Cualquier análisis de mercado debe contar como mínimo, los siguientes aspectos: Volumen de mercado y el tipo; tendencias del futuro; distribución geográfica; características del mercado; segmentación del mercado; el cliente; canales de distribución; sector; competencia; Stakeholders. (García & Bória, 2005, p.42)

El estudio de mercado es el conjunto de investigaciones que permiten la obtención, el registro y el análisis de los hechos relacionados con la transferencia y la venta de bienes y servicios del fabricante al consumidor. El éxito de la empresa depende del conocimiento del mercado, por lo que es importante tener en cuenta que solo se debe

producir lo que el mercado demanda y primero se debe identificar las necesidades de los clientes, para luego proceder al diseño del bien o servicio que se les va a ofertar. El estudio de mercado permite conocer: ¿qué?, ¿por qué?, ¿cuánto?, ¿dónde? y ¿cómo?, los resultados de estas preguntas fundamentan gran parte la formulación del proyecto de inversión. (Hamilton & Pezo. 2005, p. 36-54)

a. Análisis de la demanda

Es 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 los clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda, etc. (Baca, 2001, p.17-45)

La demanda está conformada por la cantidad de unidades que podrá comercializar el proyecto una vez implementado. Es decir, nos interesa el comportamiento de los consumidores en el futuro, para poder determinar las necesidades no satisfechas y sus expectativas. El proceso de análisis de la demanda comprende la naturaleza de los consumidores y las tendencias de la demanda. (Hamilton & Pezo, 2005, p. 36-54)

1) Segmentación del mercado

Identifica la dinámica del mercado, definidas las características del producto y descubierta la conducta de los consumidores, el siguiente paso es definir si se desarrolla un producto para todos los usuarios o un producto destinado a segmentos específicos del mercado.

El proceso de segmentación de mercado consiste en subdividir el mercado en grupos homogéneos de consumidores con necesidades y criterios de compra similares, de manera que el producto se configura con los atributos indispensables para satisfacer con precisión las expectativas del segmento. En general la segmentación se basa en criterios demográficos, psicográficos, socioeconómicos, geográficos y conductuales. (Hamilton & Pezo, 2005, p.17-45)

Consiste en dividir el mercado en grupos de clientes similares según sus necesidades, características, hábitos, entre otros. De esta manera se pueden hacer planes específicos para cada grupo. Las variables de segmentación más usuales son las geográficas, demográficas, personales, familiares, psicológicas, conductuales. (García & Bória, 2005, p. 43)

2) Muestra

Arboleda (1998) señala:

En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, lo que hacemos es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe de reflejar las similitudes y diferencias en la población, ejemplificar las características de la misma

a) Tamaño de la muestra

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presentan vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener. (Arboleda, 1998)

Para obtener información primaria se debe centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), después identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra. La muestra se define mediante la fórmula propuesta por Canavos:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

(p.q)= Probabilidad de ocurrencia

z = constante de posibilidad de error

e = margen de error

b. Análisis de la oferta

El análisis de la oferta se realiza para conocer quiénes son las empresas competidoras o negocios que venden productos similares al nuestro y los beneficios que brindan. Tiene como objetivos registrar los segmentos que aún quedan sin atender y definir cómo se va a enfrentar la competencia.

Hamilton & Pezo (2005) señalan: “El estudio de la oferta comprende los competidores potenciales, la competencia actual, los productos sustitutos y los productos complementarios” (p.36-54).

En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado. Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio. (Blanco, 2008, p.1)

c. Análisis de la competencia

La competencia es la concurrencia en un mismo mercado de diferentes oferentes de bienes o servicios. Así como hay que conocer el mercado y los consumidores, se debe conocer quiénes son los competidores más próximos, cómo trabajan, cómo son los productos que ofrecen, cuál es el precio, cuál es su grado de aceptación, ventas estimadas, cuota de mercado, puntos fuertes y débiles. Con estos datos es más fácil tomar decisiones sobre los propios productos y su posible situación en el mercado. (García & Bória, 2005, p.44)

Según Koch (2009):

Para investigar y analizar la competencia se debe recabar información sobre muestra representativa ubicación, cuántos son, productos que ofrecen, quiénes son sus clientes, por qué le compran, qué piensa sus clientes de sus productos, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución, etc. (p.1)

d. Confrontación 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, 2002, p.25)

G. VIABILIDAD TÉCNICA

De acuerdo a Casani *et al.* (2009) la viabilidad técnica: “Permite determinar si se dispone de la tecnología adecuada y la capacidad y conocimientos necesarios para realizar la fabricación de los productos o la prestación de los servicios” (p.319).

En el estudio de la viabilidad técnica se define y se justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto; además, se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación. (Fernández, 2007, p. 32-47)

Herrera (2001) señala: “El estudio técnico busca verificar la posibilidad técnica de producción del bien o servicio que se quiere crear”.

Este estudio debe contemplar los siguientes aspectos:

1. Tamaño

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, entre otros. (SAPAG, 2007, p. 486)

Fernández (2007) afirma que “El tamaño de la planta está definido por la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que se desea satisfacer. Aquí se establece una conexión con el estudio de mercado y el mercado objetivo del proyecto” (p.32-47).

El tamaño de un proyecto en su capacidad instalada, se expresa en unidades de producción por año, esta determinación es difícil porque las técnicas existentes para su determinación son iterativas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo.

2. Localización del proyecto

La ubicación más adecuada será, la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido para el proyecto, como cubrir la mayor cantidad de población posible o lograr una alta rentabilidad. La selección de la localización se define en dos ámbitos que son la macro localización, donde se elige la región o zona; y la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

Los principales factores que influyen en la ubicación del proyecto son:

- Mercado que se desea atender.
- Transporte y accesibilidad de los usuarios.
- Regulaciones legales que pueden restringir la posibilidad de instalar una empresa en una zona de exclusividad residencial o los planos reguladores municipales que limitan la construcción en altura. (SAPAG. 2007, p.486)

“Se define la macro y micro localización del proyecto en función de la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra disponible, así como la infraestructura disponible” (Fernández. 2007, p. 32-47).

3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto depende de los procesos productivos a emplearse para producir un bien o servicio o la mezcla de estos. Se puede decir que, técnicamente, existen diversos procesos productivos opcionales, unos son automatizados y otros

manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital, de la disponibilidad de materias primas, de la disponibilidad de mano de obra, de la disponibilidad de tecnología, etc. Están englobados otros estudios, como son el análisis y la selección de los equipos necesarios, según la tecnología seleccionada; la distribución física de tales equipos en la planta, así como la propuesta de la distribución general, en la que por fuerza se calculan todas y cada una de las áreas que formarán la empresa o del proyecto.

4. Proceso productivo

Monllor (1994) señala que:

Se habla de proceso productivo, cuando existe un procedimiento de transformación de unos cuantos elementos determinados en un producto específico, dicha transformación se efectúa mediante una actividad humana determinada, utilizando para ello determinados instrumentos de trabajo. (p. 224-226)

El proceso productivo significa incorporar utilidad a las cosas. Dicha utilidad de las cosas se presenta desde que se obtienen los recursos naturales hasta que se consumen o utilizan. Entendido así el proceso productivo, cada paso tiene una utilidad. A la que los recursos naturales se les llama: unidad fundamental. A ésta se agrega la utilidad de forma; después, la de lugar; y, por último, las de tiempo. (Zorrilla, 2004, p. 36)

Baca (2010) refiere:

A los procesos de producción dentro de la ingeniería de proyectos, y señala que el proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura. (p. 89-93)

H. VIABILIDAD AMBIENTAL

1. Impacto ambiental

Fernández (2007) menciona que un estudio de impacto ambiental: “Busca demostrar cuales son los efectos para el ambiente que se derivan del desarrollo del proyecto y las medidas de mitigación que se tomarán” (p. 32-47)

Los estudios 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 & Acuña, 2003, p. 159)

Los estudios de impacto ambiental, son instrumentos de gestión que contienen una descripción de la actividad propuesta y de los efectos directos o indirectos previsibles de dicha actividad en el medio ambiente físico y social, a corto y largo plazo, así como la evaluación técnica de los mismos. Deben indicar las medidas necesarias para evitar o reducir el daño a niveles tolerables e incluirá un breve resumen del estudio para efectos de su publicidad.

2. Impacto sociocultural

El turismo supone, en definitiva, establecer relaciones entre sociedades y culturas muy diferentes. Podemos esperar que esta interrelación tenga también efectos positivos y negativos. A continuación, se considera los siguientes impactos sociales y culturales:

- Los impactos sociales son los cambios provocados en la vida de la gente que reside en los destinos turísticos, y se asocia al contacto directo entre residentes y turistas.
- Los impactos culturales son los cambios provocados en las artes, útiles, costumbres, rituales y arquitectura de la comunidad local, cambios a largo plazo resultantes del desarrollo turístico. Los impactos culturales pueden afectar a la memoria colectiva y provocar una pérdida de identidad. (Moraguez, 2006, p.1)

3. Matriz de Lázaro Lagos

La Matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de las matrices de Leopold y Batelle – Columbus, todo gracias al ingenio del científico cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa. (Cajas. s.a.)

La Matriz de Lázaro Lagos está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, Aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de los componentes mencionados sean terminadas se han determinado nueve criterios (Caballero, 2006).

I. VIABILIDAD LEGAL ADMINISTRATIVA

Según Casani *et al.* (2009) el estudio de viabilidad administrativo legal: “Permite determinar si se reúnen los requisitos necesarios y no existen impedimentos legales para el desarrollo del proyecto” (p.319).

1. Estudio legal

“En la viabilidad legal de un proyecto se determina la existencia o inexistencia de normas que pudieran restringir la realización del proyecto o condicionar su materialización al cumplimiento de algunos requisitos mínimos para poder implementarlo” (SAPAG, 2007, p. 486).

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, 2001)

2. Estudio administrativo

El componente administrativo permite lograr los objetivos que persigue el negocio. No basta con tener definido el proceso productivo para un buen desempeño institucional, la eficacia de los resultados exige que se definan la estructura organizacional óptima y los planes de trabajo administrativo y que se determinen, en función de estos, los requerimientos de recursos humanos, materiales y financieros. (SAPAG. 2007, p. 486)

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 estación 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.

J. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA

“Permite determinar si el proyecto va a producir los recursos económicos suficientes que permitan hacer frente a los gastos que origine, generando un excedente o beneficio empresarial” (Casani *et al.*, 2009, p. 319).

1. Análisis financiero

El análisis financiero permite determinar por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.

La información utilizada en este estudio proviene de dos fuentes: el estudio de mercado por medio del que se determinan los posibles ingresos del proyecto en función a las ventas proyectadas por el precio. Por su parte el estudio técnico nos suministra información relativa a las inversiones, costos de operación, costos de producción, depreciaciones, etc. (Fernández, 2007)

Azquieta (1994) señala que:

Los principales aspectos que debe considerar este estudio son:

- Determinación afinada del monto de inversión inicial, incluyendo el capital de trabajo inicial
- Determinación de las alternativas de financiamiento para la inversión inicial y el análisis respectivo.
- Estimación de los flujos netos de fondos para la evaluación.
- Monto de la inversión inicial

a. La inversión inicial

Azquieta (1994) afirma:

“La inversión inicial tiene tres componentes: activos fijos, activos nominales y capital de trabajo inicial”.

1) Activos fijos

Incluyen terrenos, obras físicas (edificios, estacionamientos, bodegas, etc.), equipamiento (máquinas, muebles, herramientas, vehículos, etc.), instalaciones complementarias (conexión a la red de agua potable, desagües, red eléctrica, etc.).

2) Activos nominales

Gastos de organización (gastos legales, diseño del sistema de información administrativo, supervisión de la instalación, etc.), gastos de puesta en marcha (por ejemplo, pruebas preliminares de los equipos), gastos de capacitación, patentes y licencias (permisos y patentes municipales, uso de marca, etc.), imprevistos (generalmente se estima un porcentaje del total).

3) Capital de trabajo inicial

El mismo Azquieta (1994) indica:

El capital de trabajo inicial es el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos circulantes (bienes o derechos de relativa fácil liquidación, tales como dinero en efectivo y en bancos, materias primas, cuentas por cobrar, etc.) para la operación normal del proyecto durante su ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

b. Determinación y análisis de las alternativas de financiamiento

Azquieta (1994) indica:

“Las alternativas de financiamiento para la inversión inicial pueden provenir de fuentes propias o de fuentes externas”.

1) Fuentes propias

Aportes de los socios en las sociedades de personas, emisión de acciones en las sociedades anónimas y/o presupuesto público en las organizaciones gubernamentales o estatales.

2) Fuentes externas

Créditos de Bancos e instituciones financieras (nacionales o extranjeros); créditos de organismos nacionales de fomento y/ o créditos de organismos internacionales.

En el caso de un proyecto de corte privado, una vez operando el proyecto, caben otras posibilidades internas (por ejemplo, utilidades después de impuestos) y externas (por ejemplo, emisión de bonos).

c. Determinación de los flujos netos de fondos para la evaluación

Para Azquieta (1994) el flujo neto de fondos de un proyecto está compuesto por:

- Egresos de fondos por inversión inicial.
- Ingresos y egresos de fondos de operación.
- Valor de recuperación de los activos del proyecto al fin de su vida útil.

Nótese que aquí no se habla de "gastos" sino de "egresos de fondos" y no se habla de "ingresos" sino de "ingresos de fondos", lo cual indica que se está trabajando con "salidas de dinero" y "entradas de dinero" y no con conceptos contables.

Los únicos aspectos contables que se deberá considerar en este punto son las amortizaciones de gastos de organización y puesta en marcha y las depreciaciones de activo fijo físico (excepto los terrenos), los cuales si bien no son flujos efectivos de dinero afectan a los flujos netos de fondos, debido a su efecto en los impuestos a pagar por concepto de impuesto a las utilidades.

1) Inversión

Se denomina inversión al monto de recursos que en forma de capital requiere el proyecto para materializarse y poder iniciar operaciones, así como aquellas erogaciones que se requieren durante su funcionamiento para reponer activos fijos obsoletos o para permitir ampliaciones en la planta productiva original. A esta última se la conoce también como reinversiones.

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. (Hernández, 2001)

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos, herramientas y otros. Se le llama "fijo" porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello ocasione problemas a sus actividades productivas (a diferencia del activo circulante). (Baca, 2001, p. 17-45)

Se entiende por activo intangible el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperativos y de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como luz, teléfono, agua, corriente trifásica y servicios notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación del personal dentro y fuera de la empresa, etc. (Baca, 2001, p. 17-45)

2) Cronograma de inversiones

Capitalizar el costo de un activo significa registrarlo en los libros contables como un activo.

No existen normas que regulen el tiempo en que debe registrarse un activo, de modo de correlacionar los fines fiscales con los contables, lo cual provoca diferencias entre ambos criterios. Por tanto, el tiempo ocioso durante el cual el equipo no presta servicios mientras se instala, no se capitaliza (no se registra) de ordinario, tanto por razones conservadoras como para reducir el pago de impuestos.

Para controlar y planear mejor lo anterior, es necesario construir un cronograma de inversiones o un programa de instalación del equipo. Este es simplemente un diagrama de Gantt, en el que, tomando en cuenta los plazos de entrega ofrecidos por los proveedores y de acuerdo con los tiempos que se tarde el instalar como el poner en marcha los equipos, se calcula el tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable. Por lo anterior se recomienda, en una evaluación, elaborar dicho diagrama. (Baca, 2001, p. 17-45)

3) Estructura del capital

Hernández (2001) menciona que se denomina estructura del capital: “A la forma como se distribuye la inversión total de un proyecto entre sus posibles orígenes financieros, clasificándose inicialmente en dos grandes rubros: aportación propia o riesgo y participación de crédito”.

El capital de trabajo requerido por un proyecto es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes.

Capital de trabajo = Activo corriente – Pasivo corriente

Arboleda (1999) menciona:

Para calcularlo se deben definir las necesidades mínimas que requiere el proyecto en cuanto a activos corrientes y pasivos corrientes se refiere. Además se debe conocer para cada uno de los períodos de análisis del proyecto, el valor total de las siguientes partidas:

a) Activos corrientes

- Cuentas por cobrar
- Existencias o inventarios
- Materiales e insumos
- Productos en proceso
- Productos terminados
- Repuestos
- Dinero en efectivo en caja y bancos

b) Pasivo corriente

- Cuentas por pagar

d. Costos de operación y de financiación

“Los costos de operación y de financiación se deben calcular como costos totales y como costos unitarios. Estos costos se dividen en tres categorías principales” (Arboleda, 1999).

1) Costos de ventas (o de la producción vendida)

- Materiales e insumos (costos variables)
- Mano de obra directa (en general, costos variables)

- Gastos generales de fabricación (en general, costos fijos)
- Depreciación. (Arboleda, 1999)

2) Gastos operativos

- Gastos generales de administración
- Gastos generales de ventas
- Gastos generales de distribución
- Amortización de diferidos. (Arboleda, 1999)

3) Costos financieros

- Intereses sobre créditos de los abastecedores
- Intereses sobre préstamos bancarios. (Arboleda, 1999)

e. Costos unitarios

Para un proyecto de bien o servicio único, los costos unitarios se calculan dividiendo los costos totales entre el número de unidades que se prevé producir en el período de tiempo en consideración.

Generalmente se adoptan modelos lineales para expresar los costos totales de operación y financiación, para cuya definición se deben analizar los costos de operación, clasificándolos en fijos y variables. (Arboleda, 1999)

El conocimiento del costo unitario es importante porque al compararlo con el precio de venta es posible estimar la ganancia por unidad de bien o servicio; y al compararlo con los costos unitarios de otros empresarios se tiene una buena idea de la situación competitiva del proyecto en estudio, concluye el autor.

1) Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en el cual los ingresos provenientes de las ventas son iguales a los costos de operación y de financiación. Este punto también se denomina umbral de rentabilidad.

El punto de equilibrio se puede definir también en términos de unidades físicas producidas, o del nivel de utilización de la capacidad, en el cual son iguales los ingresos por concepto de ventas y los costos de operación y de financiación. (Arboleda, 1999)

2) Costos fijos

“Son aquellos cuya magnitud no depende del volumen total de producción ni del nivel de utilización de un proceso o servicio dado” (Arboleda, 1999).

3) Costos variables

Son aquellos que dependen del nivel de producción, y no necesariamente en forma proporcional.

Es muy común considerar, en muchos casos en forma errónea, que los costos variables son los que varían proporcionalmente con el nivel de producción, pero no siempre es así. Existen costos que se mantienen constantes para volúmenes de producción entre límites dados y otros que varían con el volumen de producción; es decir, dependen del total de unidades que se produzcan

f. Depreciación

“La depreciación se define como el desgaste, el deterioro, el envejecimiento y la falta de adecuación u obsolescencia que sufren los bienes tangibles a medida que pasa el tiempo” (Arboleda, 1999).

g. Amortización

De acuerdo con el derecho tributario, la amortización es una deducción a que tienen derecho “los contribuyentes que al fundar, instalar o ampliar una empresa industrial o agropecuaria, efectúan gastos directos o indirectos constitutivos de inversiones necesarias con fines de ganancia”.

La amortización de los gastos preoperativos se hace en un término mínimo de 5 años, a no ser que se demuestre que dada la índole de la actividad o su duración, la amortización debe hacerse en un plazo inferior.

Muñoz, (2003) indica: “En resumen que para realizar el análisis financiero es necesario calcular las inversiones, realizar el análisis de uso y fuentes de financiamiento, depreciaciones de activos fijos, amortizaciones de intangibles, amortización de la deuda”.

El mismo autor señala que se requiere hacer la estructura de costos y gastos, el cálculo de ingresos, con estos elementos se debe calcular el flujo de caja, el período de recuperación del capital. Señala además que para el análisis financiero es importante determinar el punto de equilibrio para las unidades vendidas, para el precio, para el porcentaje de producción, para el ingreso.

Para este tipo de análisis existen dos estados financieros importantes: el estado de resultados, llamado también de pérdidas y ganancias y el balance general.

Muñoz, (2003) acota que: “Para el análisis financiero se pueden calcular ratios de liquidez, solvencia y rentabilidad entre otros”.

h. Estado financiero flujo de caja neto proyectado

Para realizar el cálculo se puede emplear la siguiente matriz:

Tabla 1-3: Matriz para el flujo de caja

Flujo de caja proyectado	AÑOS					
	(0)	1	2	3	4	5
Fuentes						
Ingresos por ventas						
Ingresos por intereses ganados						
Usos						
Compra de activos fijos						
Compra de activos intangibles						
Capital de trabajo neto						
Costos y gastos de operación						
Total usos						
(=) Flujo de caja antes de impuestos						
15 % de participaciones a trabajadores						

Utilidad antes de impuestos						
25 % de Impuesto a la renta						
Utilidad neta						
(+) Valor de salvamento						
Flujo neto efectivo						

Fuente: MUÑOZ. 2003.

i. Estado financiero (estado de resultados)

Para elaborar el estado de resultados que facilite conocer si con el proyecto se obtendrán pérdidas o ganancias se puede emplear la siguiente matriz:

Tabla 2-3: Matriz para el estado de resultados

Estado de resultados	AÑOS					
	1	2	3	4	5	6
RUBROS						
INGRESOS						
(-) Costos de producción						
(=) Utilidad bruta en ventas						
(-) Gasto de ventas						
(=) Utilidad neta en ventas						
(-) Gastos de administración						
(=) Utilidad en operación						
(-) Gastos de financiamiento						
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores						
(-) 15 % participación a trabajadores						
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta						
(-) 25 % Impuesto a la renta						
(=) Utilidad neta						
(+) Depreciación						
UTILIDAD						

Fuente: MUÑOZ. 2003.

2. Análisis económico

“Es una herramienta para analizar la contribución de un proyecto al bienestar nacional, teniendo en cuenta el objetivo de eficiencia. Busca medir el aporte neto de un proyecto al bienestar de toda la colectividad nacional; es decir, teniendo en cuenta la economía nacional en su conjunto. El objetivo de eficiencia está asociado al mayor nivel de bienestar posible dados los recursos disponibles en un determinado momento. (Arboleda, 1999)

a. Métodos para la evaluación económica

El mismo autor comenta que los métodos utilizados para la evaluación económica de proyectos son similares a los métodos en la evaluación financiera de proyectos, la diferencia radica en el objetivo que se busca con la evaluación, en la primera busca medir la contribución del proyecto al bienestar de la sociedad, mientras que la segunda se orienta a la medición de la contribución que el proyecto hace a la riqueza del inversionista. Los métodos más utilizados son:

1) Valor presente neto económico a una tasa social de descuento VPNE (d)

Es igual a la diferencia entre los excedentes netos positivos (beneficios del proyecto), en cada uno de sus períodos, y los excedentes netos negativos (perjuicios del proyecto) en cada período, ambos actualizados mediante la tasa social de descuento.

$$VPNE(d) = \sum_{t=0}^n (B_t - C_t)/(1+d)^t$$

2) Tasa interna de retorno económico, TIRE

Es la tasa social de descuento que hace que el valor presente neto económico del proyecto sea igual a cero. También se la denomina tasa social de retorno, TSR

$$VPNE(d) = \sum_{t=0}^n (B_t - C_t)/(1+d)^t$$

$$t = 0$$

3) Relación beneficio-costo, (B/C) (d)

Es la relación entre la sumatoria del valor presente de los excedentes netos positivos (beneficios del proyecto) B_t descontados a una tasa social de descuento d , y la sumatoria del valor presente de los excedentes netos negativos (perjuicios del proyecto) C_t descontados a la misma tasa social de descuento. (Arboleda, 1999)

$$\sum_{t=0}^n B_t (1+d)^{-t}$$

$$(B/C)(d) = \frac{\sum_{t=0}^n C_t (1+d)^{-t}}{\sum_{t=0}^n B_t (1+d)^{-t}}$$

El mismo autor señala que la evaluación económica permite conocer los beneficios para la población como producto de la rentabilidad que genera el proyecto, un indicador podría ser el aporte que le hace el proyecto al producto interno bruto.

VAN

$$\text{APORTE} = \frac{\text{VAN}}{\text{PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL PAIS O DEL SECTOR}}$$

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR

1. Localización

El estudio tiene lugar en la parroquia matriz del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

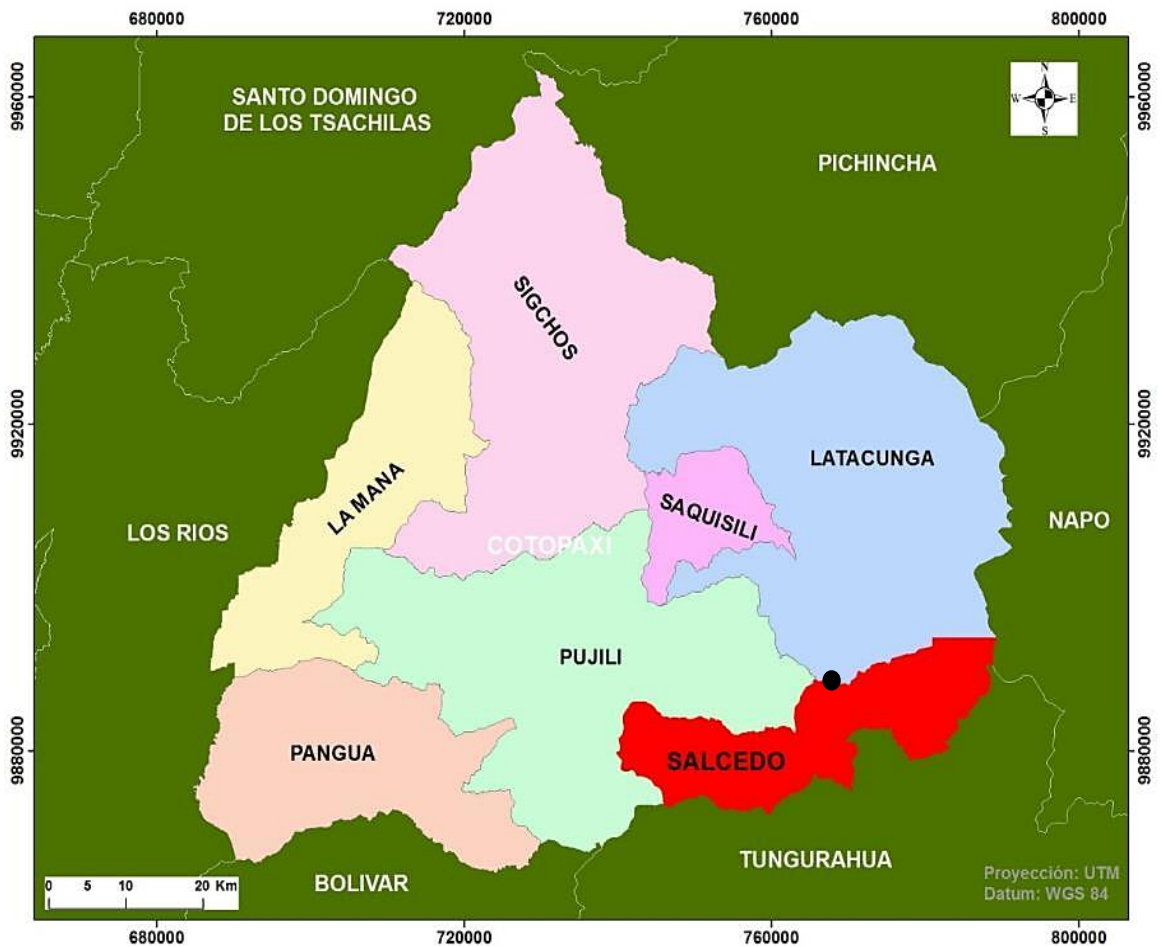


Figura 1-4. Mapa de ubicación del cantón Salcedo

Fuente: GAD SALCEDO - PDOT, 2011.

2. Ubicación geográfica

Sistema de coordenadas proyectadas UTM zona 17 S, Datum WGS84

x: 768384 m

y: 9883853 m

Altitud: 2683 m.s.n.m

Fuente: GAD SALCEDO - PDOT. 2011

3. Límites

a. Norte: Cantón Pujilí y cantón Latacunga

b. Sur: Provincia de Tungurahua

c. Este: Provincia de Napo

d. Oeste: Cantón Pujilí

Fuente: GAD SALCEDO - PDOT. 2011

4. Características climáticas

a. Temperatura: 15°C promedio anual.

b. Humedad relativa: 70% promedio anual.

c. Precipitación: 250 - 500 mm anuales.

5. Clasificación ecológica

El cantón Salcedo corresponde a la formación vegetal Bosque siempreverde montano del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes. (MAE. 2013)

Tabla 3-4: Ecosistema presente en el cantón Salcedo

Código	BsMn01
Ecosistema	Bosque siempreverde montano del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes
Altitud	2000-3000 msnm
Fisionomía	Bosque
Piso bioclimático	Montano
Estrato vegetal	Arbóreas Arbustivas Herbáceas

Familias características	Melastomataceae, Solanaceae, Myrsinaceae, Aquifoliaceae, Araliaceae, Rubiaceae y varias familias de helechos.
---------------------------------	---

Fuente: MAE.2013.

6. Características del suelo

En el cantón Salcedo los suelos son inceptisoles y andosoles desaturados con una textura franco, franco-limosa y en pequeñas partes al norte franco-arenoso y al sur de franco-arcilloso. (MAE. 2013)

7. Materiales y equipos

a. Materiales de oficina

Hojas de papel bond, esferos, lápiz, borrador, libreta de campo, carpetas, CDs, pilas, tinta de impresora.

2. Equipos

Computadora, impresora, memory flash, GPS, video cámara.

B. METODOLOGÍA

1. Determinación de la viabilidad comercial del proyecto

Para medir la viabilidad comercial se analizó los siguientes parámetros:

a. Análisis de la demanda

1) Segmentación y determinación del universo de estudio

El universo para el análisis de la demanda está constituido por los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi en el año 2014. Según el MAE el número de turistas que llegaron al parque fue de 177.539 personas; de los cuales:

- Turistas nacionales: 120.606 = 68 %
- Turistas extranjeros: 56.933 = 32 %

2) Determinación de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula de CANAVOS, (1988), que se presenta a continuación:

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

Dónde:

N= Universo

n= Tamaño de la muestra

p= Probabilidad de ocurrencia (0.5)

q= Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

e= Error (0.05)

z=Valor de la confianza (1.96)

a) Tamaño de la muestra de turistas nacionales

N: 120.606

$$n = \frac{N * (p * q)}{(N - 1)\left(\frac{e}{Z}\right)^2 + p * q}$$

$$n = \frac{120606 * (0.5 * 0.5)}{(120606 - 1)\left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{30151.5}{78.736}$$

$$n = 383$$

b) Tamaño de la muestra de turistas extranjeros

N: 56.933

$$n = \frac{N * (p * q)}{(N - 1)\left(\frac{e}{Z}\right)^2 + p * q}$$

$$n = \frac{56933 * (0.5 * 0.5)}{(56933 - 1)\left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{14233.25}{37.299}$$

$$n = 382$$

1) Caracterización de la demanda turística

El instrumento para la recopilación de la información fue el cuestionario que se desarrolló tomando en cuenta variables demográficas y psicográficas en versión inglés para turistas extranjeros y español para turistas nacionales y extranjeros que dominan el idioma. La técnica a utilizar fue la encuesta. (**Anexo N°1**)

2) Exposición de resultados

Los resultados se presentaron mediante cuadros con porcentajes y sus respectivos análisis.

3) Descripción del perfil del turista

Con base a las variables seleccionadas y a la información obtenida se describió el perfil del turista.

b. Análisis de la oferta

1) **Atractivos turísticos:** se presentó una matriz resumen de los atractivos turísticos del cantón Salcedo.

2) **Planta turística:** se recopiló información sobre los prestadores de servicios turísticos como: alimentos y bebidas, hospedaje, operación, esparcimiento y transporte.

3) **Productos turísticos:** se identificaron productos turísticos relacionados con este proyecto, para lo cual se consideró las líneas de productos turísticos propuesta por el MINTUR.

c. Análisis de la competencia: se consideró como competencia aquellos establecimientos que producen bienes y/ o servicios similares a los de este proyecto, se analizó su ubicación, servicios, costos y capacidad.

d. Confrontación de la oferta - demanda

1) Proyección de la demanda y la oferta

Para la proyección de la oferta y la demanda se utilizó el método del incremento compuesto; el cuál, considera la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Dónde:

C_n= Población futura, resultado de la proyección

C₀= Población al inicio del período

i= tasa media anual de crecimiento

n= Número de años que se va a proyectar la población

2) Demanda insatisfecha

Se confrontó la proyección de la demanda con la de la oferta para ver el mercado que abarcará los 5 años posteriores, para así, poder determinar la cuota de demanda objetivo.

3) Demanda objetivo

Se permitió realizar una aproximación para delimitar el tamaño del proyecto.

2. Determinación de la viabilidad técnica del proyecto

Para este estudio se analizó con profundidad los parámetros y juicios técnicos necesarios, para lo cual se desarrolló el siguiente proceso.

a. Determinación del tamaño del proyecto

Se consideró el número de clientes proyectado y el terreno (emplazamiento).

b. Determinación de la localización del proyecto

Se consideró la macro localización y micro localización (emplazamiento).

c. Tipología de la construcción

Se consideró las condiciones ambientales y tipo de materiales.

d. Diseño técnico

1) Diseño arquitectónico

Para el diseño técnico del proyecto se elaboraron los diferentes planos que corresponden a implantación, planta arquitectónica, fachadas y perspectivas. Además se realizó el presupuesto de construcción e instalaciones.

2) Estructura técnica del servicio

Para la estructuración de los servicios se consideraron los datos obtenidos en el estudio de mercado, realizando una descripción de todo lo que se va a ofertar; con lo que se pudo determinar la capacidad real del proyecto.

e. Determinación del proceso productivo

Se consideraron los siguientes aspectos: diagramas de flujo, recetas, mobiliario, equipos y menaje del proyecto; talento humano y remuneración económica, servicios básicos y mantenimiento.

1) Flujograma de producción

Se elaboraron los diagramas de flujo correspondientes al proceso de producción del producto, señalando los tiempos respectivos.

2) Requerimiento del área productiva

a) Activos fijos: se determinó los requerimientos de terreno, construcciones y edificaciones, vehículo, maquinarias, equipos, herramientas, muebles, enseres y otros activos fijos que utilizarán para producir el producto.

b) Costos: se determinó los costos de la materia prima y/o insumos, combustibles y talento humano.

c) **Inversiones diferidas:** se determinó los gastos de capacitación al personal.

f. Estudio de mercadotecnia

1) Estrategia de posicionamiento

Se propusieron estrategias para el posicionamiento del producto/servicio en el mercado, para lo cual se utilizó la estrategia de marketing mix:

a) **Producto:** Para el producto se determinó el nombre, slogan, logotipo e identidad corporativa dentro del branding.

b) **Precio:** para determinar el precio se tomó en cuenta la competencia, los costos de producción, el perfil del cliente y sus necesidades; y la exclusividad del producto o servicio.

c) **Plaza:** se determinó el canal de distribución para la venta del producto/servicio.

d) **Promoción/publicidad:** con base al estudio de mercado se definieron los medios publicitarios que la empresa va a utilizar para la difusión de los productos/ servicios.

2) Requerimientos para el área comercial

Se determinó el equipamiento necesario, costos y gastos del área comercial, además se definió el requerimiento de talento humano con su respectiva remuneración económica para esta área.

3. Determinación de la viabilidad ambiental del proyecto

Para evaluar los posibles impactos ambientales y socioculturales en el área de acción (antes, durante y después de la construcción de la infraestructura turística), al producir el bien/servicio, se utilizó la matriz de Lázaro Lagos. Para ello se determinó el nivel de

impacto ambiental, analizando las variables: suelo, agua, aire, flora, fauna, paisaje y socio cultural, siendo los parámetros para la evaluación los siguientes:

a. Naturaleza. Dependiendo si el impacto es positivo se marcó con un signo (+) o de lo contrario negativo se marcó con (-)

b. Magnitud. La magnitud se determina a través de tres rangos:

1. Baja intensidad
2. Moderada intensidad.
3. Alta intensidad

c. Importancia. Se determina a través de cuatro rangos de evaluación:

1. 0 Sin importancia
2. 1 Menor importancia
3. 2 Importante importancia.
4. 3 Mayor importancia.

d. Certeza. Se determina a través de tres rangos definidos con letras:

1. C si el impacto ocurrió con una probabilidad del 75%
2. D si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%
3. I si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.

e. Tipo. Se define a través de:

1. (Pr) Primario. Si el impacto es consecuencia directa de la implementación.
2. (Sc) Secundario. Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación.
3. (Ac) Acumulativo. Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

f. Reversibilidad. Puede ser de dos tipos:

1. Reversible. Si el impacto es transformable por mecanismos naturales.
2. Irreversible. Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales.

g. Duración. Se determina a través del tiempo en:

1. A corto plazo. Si el impacto permanece menos de 1 año

2. A mediano plazo. Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años
3. A largo plazo. Si el impacto permanece de 10 años

h. Tiempo en aparecer. Determinado también por el tiempo se clasifican en:

1. C corto plazo. Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto.
2. M mediano plazo. Si el impacto aparece 9 meses a 5 años después de la implementación.
3. L largo plazo. Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación.

i. Considerado en el proyecto. Se define por las alternativas:

1. S sí. Si el impacto fue considerado en el proyecto
2. N no. Si el impacto no fue considerado en el proyecto. (CAJAS. s.a)

Para la prevención, control, mitigación y compensación de los posibles impactos se elaboró un plan de manejo ambiental, el cual responde a las preguntas de: ¿qué?, ¿por qué?, ¿para qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿quién? y ¿cuánto? se requiere para la ejecución del plan.

4. Análisis de la viabilidad legal administrativa del proyecto

a. Estudio legal

Para el estudio legal se realizó un análisis de la Ley de Economía Popular y Solidaria, y leyes relacionadas con el sector turístico para la legalización y el funcionamiento del proyecto.

b. Estudio administrativo

Para el estudio administrativo se determinaron los siguientes aspectos:

- Estructura organizacional:
 - Organigrama estructural
 - Organigrama funcional

Manual de funciones

- Requerimientos del área administrativa:

Talento humano

Materiales e insumos

Activos fijos

Activos diferidos

5. Determinación de la viabilidad económica financiera del proyecto

a. Estudio económico

Para el análisis financiero se determinaron todos los gastos que se generarán en la implementación del proyecto; para lo cual se realizó el análisis de:

- Activo fijo, inversiones nominales y capital de trabajo.
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos.
- Cálculo de depreciaciones.
- Cálculo de amortizaciones.
- Estructura de costos y gastos.
- Presupuesto de ingresos.
- Estado de resultados.
- Flujo de caja del proyecto.
- Punto de equilibrio

b. Evaluación financiera

El estudio económico se realizó con base al cálculo de flujo de caja actualizado, valor actual neto, relación beneficio-costos y tasa interna de retorno, aplicando las expresiones que a continuación se presentan:

$$\text{Factor de actualización} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

VAN = Sumatoria de ingresos descontados – sumatoria de desembolsos descontados.

B/C = $\frac{\text{Sumatoria de ingresos descontados} + \text{valor de salvamento descontado}}{\text{Sumatoria de egresos descontados} + \text{inversiones descontadas}}$

TIR = $i_1 + (i_1 - i_2) \frac{\text{VAN 1}}{\text{VAN 1} - \text{VAN 2}}$

V. RESULTADOS

A. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO

1. Análisis de la demanda

a. Demanda nacional

1) Edad

Tabla 4-5: Distribución de la edad de los turistas nacionales

Rango	Frecuencia	Porcentaje
<15	37	10%
16-25	99	26%
26-35	120	31%
36-45	78	20%
46-55	35	9%
>56	14	4%
Total	383	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

Los resultados muestran una población mayoritariamente joven, que está en edades para realizar actividades de todo tipo, trabajan y tienen la capacidad de solventar gastos durante sus viajes, por lo que se puede generar varias opciones y actividades para el producto que se desea implementar. Esta población está representada el 31% por turistas de 26 a 35 años de edad, seguidos del 26% que conforman los estudiantes universitarios de entre 16 a 25 años de edad; grupos que por lo general buscan aventura y diversión en sus viajes. Existe un grupo de personas con tendencia a la tercera edad (mayores de 56 años), que conforman el 4% y prefieren realizar turismo por salud y descanso. Cada grupo es importante al momento de planificar las actividades turísticas.

2) Género

Tabla 5-5: Distribución del género de turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	203	53%
Masculino	180	47%
Total	383	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 53% de turistas nacionales pertenecen al género femenino, lo que no representa una gran diferencia de cantidad con respecto al género masculino. Esto indica que el producto debe estar diseñado con actividades en las que se puedan integrar tanto hombres como mujeres.

3) Lugar de procedencia

Tabla 6-5: Distribución del lugar de procedencia de los turistas nacionales

Provincia	Frecuencia	Porcentaje
Pichincha	215	56%
Cotopaxi	61	16%
Tungurahua	30	8%
Chimborazo	27	7%
Carchi	10	3%
Imbabura	16	4%
Guayas	18	5%
Santo Domingo	6	2%
Total	383	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

Los turistas nacionales que llegan al Parque Nacional Cotopaxi, provienen principalmente del centro del país en especial de la provincia de Pichincha con 56%, siendo en su mayoría de los cantones Quito, Rumiñahui y Mejía. Esto implica que las estrategias de comercialización deben estar enfocadas a estos mercados y a la demanda local, que en este caso es la provincia de Cotopaxi, la cual representa el 16%. También es importante hacer énfasis en captar los mercados con bajos porcentajes, para una mayor diversificación de la demanda, mediante estrategias de comercialización como publicidad por redes sociales.

4) Ocupación

Tabla 7-5: Distribución de la ocupación de los turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Empleado privado	94	25%
Empleado público	56	15%
Ama de casa	5	1%
Cuenta propia	35	9%
Jornalero	0	0%
Socio	19	5%
Sin empleo	60	16%
Otros	114	30%
Total	383	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

La demanda nacional está conformada en un 25 % por empleados del sector privado, los cuales generalmente llegan en vehículos propios y son mayores de 30 años, lo que indica que tienen mayor capacidad de gasto en sus viajes. Los siguen estudiantes de colegios y universidades que llegan al área por motivo de excursión, mismos que se encuentran especificados en otros con un 30%. Los resultados indican que los posibles clientes, serán en su mayoría jóvenes estudiantes y personas económicamente activas con estabilidad laboral y/o con ingresos económicos fijos, esta condición resulta favorable al proyecto en medida de la disposición de gasto que requiere la ejecución de las actividades a programarse y los servicios a ofertar.

5) Nivel de educación

Tabla 8-5: Distribución del nivel de educación de los turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	51	13%
Secundaria	120	31%
Superior	164	43%
Post grado	48	13%
Total	383	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

La demanda nacional está compuesta en su mayoría por turistas con estudios superiores, de los cuales el 43% cursan o tienen estudios de pre grado y 13% de post grado, lo que

se debe tomar en cuenta al momento de realizar el diseño técnico del producto para una comprensión total de los visitantes.

6) Motivo de viaje

Tabla 9-5: Distribución del motivo de viaje de los turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Recreación	228	60%
Compras	12	3%
Visita familiares/ amigos	90	23%
Congreso/convencción	0	0%
Otros	53	14%
Total	383	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 60% de turistas nacionales realizan sus viajes por recreación, siendo este su principal motivo; lo que indica que el producto debe tener mayor número de actividades recreacionales para la satisfacción de los potenciales clientes. Existe un porcentaje del 3% que viaja por motivos de compras, los mismos que podrían adquirir artesanías y otros productos del lugar, siendo importante planificar este tipo de actividades turísticas como ofertas complementarias del producto principal.

7) Acompañamiento de viaje

Tabla 10-5: Distribución de acompañamiento de viaje de los turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Solo	28	7%
Familia	129	34%
Pareja	53	14%
Amigos	141	37%
Grupo organizado	32	8%
Total	383	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

Los turistas nacionales en mayores porcentajes, prefieren viajar: 37% en compañía de amigos y 34% con la familia, grupos que posiblemente busquen más actividades de diversión e integración, mismas que deben ser consideradas en la estructura técnica del

producto. Por otro lado existe un 7% que prefiere viajar solo, condición que hay que tomar en cuenta, para incorporar espacios de relax y otros de similar tipo para no descuidar este importante segmento de mercado.

8) Temporada de viaje

Tabla 11-5: Distribución de temporada de viaje de los turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Fines de semana	118	31%
Feriados	53	14%
Vacaciones	152	40%
Días poca afluencia	60	16%
Total	383	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 40% de turistas nacionales realizan sus viajes en época de vacaciones, por lo tanto la frecuencia de los visitantes se registrará principalmente en la temporada de vacaciones de la región sierra, de donde proceden la mayoría de los posibles clientes, otro porcentaje importante es del 31% que prefieren viajar los fines de semana, esta información servirá para determinar los días de apertura del centro recreacional y los meses en lo que se debe realizar mayor promoción. También es importante tomar en cuenta que un porcentaje considerable que representa el 16%, prefiere viajar en días de poca afluencia, los cuales posiblemente compren el producto a ofertar mediante reservación.

9) Aceptación del proyecto

Tabla 12-5: Distribución del nivel de aceptación del proyecto por los turistas nacionales

Aceptación	Frecuencia	Porcentaje
Si	362	95%
No	21	5%
Total	383	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 95% de turistas nacionales mencionan que sí les gustaría que se implemente un centro recreacional en el cantón Salcedo, frente al 5% que no está de acuerdo. Lo que

indica que, desde esta perspectiva de la cantidad de demanda existe factibilidad para la implementación del mismo.

10) Áreas y servicios turísticos

Tabla 13-5: Distribución de áreas y servicios turísticos preferidos por los turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	100	12%
Piscina	95	11%
Área de camping	98	12%
Parqueadero	42	5%
Juegos/canchas deportivas	111	13%
Spa	69	8%
Área de picnic	62	7%
Venta artesanías/otros productos	78	9%
Todos los servicios	175	21%
Otros	5	1%
Total	835	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 21% de turistas nacionales prefieren que el centro recreacional turístico cuente con todas las áreas y servicios propuestos, porcentaje que representa la mayoría. De los turistas que eligieron opciones en particular, se evidencia porcentajes similares de preferencia por cada actividad y servicio, además en otros servicios el 1% sugiere que existan baños limpios. Lo que indica que es posible implementar todas las áreas y servicios para mayor comodidad y disfrute de los visitantes.

11) Actividades turísticas

Tabla 14-5: Distribución de las actividades turísticas preferidas por los turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Paseos guiados	185	21%
Senderismo	134	16%
Ed. Ambiental	108	13%
Canopy	166	19%
Pesca recreativa	247	29%
Otros	22	3%
Total	862	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

Al 29% de turistas nacionales les gustaría practicar pesca recreativa, al 21% les agradaría los paseos guiados, un 19% prefiere la actividad de canopy; actividades en las que se centrará el proyecto para su implementación, por ser las de mayor aceptación. Sin embargo dentro de otros, el 3% de turistas mencionan que les gustaría realizar la actividad de ciclismo, condición que también debe ser tomada en cuenta en la estructuración de la oferta principal.

12) Tipo de comida

Tabla 15-5: Distribución del tipo de comida preferida por turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Comida típica	235	61%
Comida nacional	67	17%
Comida internacional	81	21%
Total	383	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

61% de la demanda les gustaría que en el centro recreacional se oferte todo lo referente a comida típica, el 21% prefiere comida internacional y el 18% comida nacional. De acuerdo al mayor porcentaje, se tomará en cuenta la comida típica de la región.

13) Valor de entrada

Tabla 16-5: Distribución del valor de la entrada del centro recreacional dispuesto a pagar por turistas nacionales

Opción USD	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1,00	95	25%
\$ 2,00	138	36%
\$ 3,00	108	28%
> \$ 3,00	42	11%
Total	383	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 36% de los visitantes pagaría por el ingreso al centro recreacional el valor de \$2,00, siendo este valor el de mayor porcentaje, mismo que junto con el análisis de los precios

de la competencia y el valor diferencial del producto, servirán para determinar el precio final del producto a ofertar, el cual debe resultar rentable de acuerdo a las actividades y servicios que se pretende desarrollar en el Centro recreacional.

14) Medios de comunicación

Tabla 17-5: Distribución de los medios de comunicación preferidos por los turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
TV/radio	110	19%
Revistas/periódicos	44	8%
Trípticos/afiches	17	3%
Internet/redes sociales	319	56%
Persona a persona	79	14%
Total	569	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

Los turistas nacionales se informan sobre actividades y servicios turísticos en mayor porcentaje por el internet y las redes sociales que representan el 56%, el 19% se informa por TV y radio, el 14% recibe información de persona a persona. De acuerdo a estos resultados la publicidad se realizaría principalmente a través de una página web y de un perfil en Facebook como herramientas masivas de acceso a mercado, para posteriormente incursionar en otros mecanismos de promoción y difusión comercial.

b. Demanda internacional

1) Edad

Tabla 18-5: Distribución de la edad de los turistas extranjeros

Rango	Frecuencia	Porcentaje
<15	12	3%
16-25	95	25%
26-35	143	37%
36-45	72	19%
46-55	42	11%
>56	18	5%
Total	382	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

La demanda extranjera al igual que la demanda nacional, está representada por una población joven, es decir que está en edades para realizar actividades de todo tipo, trabajan y tienen la capacidad de solventar gastos durante sus viajes, por lo que se puede generar varias opciones y actividades para el producto que se desea implementar. Esta población está representada el 37% por turistas que oscilan un rango de edad de 26 a 35 años, el 25% tienen de 16 a 25 años; llegan al país generalmente en busca de aventura y diversión. Existe un grupo importante de personas con tendencia a la tercera edad (mayores de 56 años), que representan el 5% de la demanda, los cuales deben ser considerados al momento de planificar las actividades turísticas, puesto que son grupos que generalmente buscan actividades de salud y descanso.

2) Género

Tabla 19-5: Distribución del género de turistas extranjeros

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	187	49%
Masculino	195	51%
Total	382	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 51% de turistas extranjeros son de género masculino, lo que no representa una gran diferencia de cantidad con respecto al género femenino. Esto indica que el producto debe estar diseñado con actividades en las que se puedan integrar tanto hombres como mujeres.

3) País de procedencia

Tabla 20-5: Distribución del país de procedencia de los turistas extranjeros

País	Frecuencia	Porcentaje
China	11	3%
Holanda	30	8%
Usa	85	22%
España	21	5%
Canadá	24	6%
Francia	70	18%
Alemania	49	13%
Argentina	26	7%
Colombia	16	4%
Venezuela	12	3%

Cuba	8	2%
Líbano	2	1%
Israel	4	1%
Brasil	18	5%
Perú	6	2%
Total	382	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 22% de turistas extranjeros provienen de los Estados Unidos, siendo este el principal mercado emisor. El continente europeo por su parte presenta un porcentaje significativo, países como Francia, Alemania, Holanda y España contribuyeron con 18%, 13%, 8% y 5% respectivamente. En cuanto a llegadas de países sudamericanos se tiene a: Argentina, Colombia, Venezuela, Cuba, Brasil y Perú que juntos suman el 23% de visitas. Lo cual implica que las estrategias de comercialización estarían enfocadas principalmente al nicho de mercado de Estados Unidos, Francia y Alemania, a la vez hacer énfasis en captar nuevos nichos de mercados, es decir, los países con menores porcentajes como China e Israel, quienes ingresan al país principalmente por negocios.

4) Ocupación

Tabla 21-5: Distribución de la ocupación de los turistas extranjeros

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Empleado privado	125	33%
Empleado público	66	17%
Ama de casa	12	3%
Patrono	6	2%
Cuenta propia	42	11%
Jornalero	4	1%
Socio	11	3%
Sin empleo	20	5%
Estudiante	72	19%
Otros	24	6%
Total	382	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

Dentro de los porcentajes más altos, el 33% de turistas extranjeros corresponde a empleados privados y el 17% a empleados públicos; lo que indica que tienen mayor capacidad de gasto en sus viajes. Otro grupo importante es el de estudiantes que conforman el 19% de la demanda extranjera. Los resultados indican que los posibles

clientes, serán en su mayoría jóvenes estudiantes y personas económicamente activas con estabilidad laboral y/o con ingresos económicos fijos, esta condición resulta favorable al proyecto en medida de la disposición de gasto que requiere la ejecución de las actividades a programarse y los servicios a ofertar.

5) Nivel de educación

Tabla 22-5: Distribución del nivel de educación de los turistas extranjeros

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	0	0%
Secundaria	32	8%
Superior	209	55%
Post grado	141	37%
Total	382	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

La demanda internacional está compuesta más del 90% por personas preparadas académicamente, de los cuales el 55% pertenecen a extranjeros con nivel de instrucción superior, el 37% posee un nivel de post grado y tan solo el 8% tiene un nivel de instrucción secundaria. Lo que indica que los turistas extranjeros tienen en su mayoría un nivel especializado, por lo que se debe tomar en cuenta en el diseño técnico del producto para una comprensión total de los visitantes.

6) Motivo de viaje

Tabla 23-5: Distribución del motivo de viaje de los turistas extranjeros

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Recreación	239	63%
Compras	11	3%
Visita familiares/ amigos	39	10%
Congreso/convención	0	0%
Otros	93	24%
Total	382	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 63% de los viajes de los turistas extranjeros están motivados por recreación, siendo este su principal motivo; lo que indica que el producto debe tener mayor número de

actividades recreacionales para la satisfacción de los potenciales clientes. Otro porcentaje significativo representado por el 23% señala que prefiere realizar sus viajes por otros motivos, de los cuales un 3% lo hace por trabajo, el 16% por nuevas experiencias/placer y un 5% por voluntariados y misiones. Condiciones que indican que es importante planificar actividades vinculadas con la comunidad y la naturaleza, como ofertas complementarias del producto principal.

7) Acompañamiento de viaje

Tabla 24-5: Distribución de acompañamiento de viaje de los turistas extranjeros

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Solo	84	22%
Familia	36	9%
Pareja	107	28%
Amigos	155	41%
Grupo organizado	0	0%
Total	382	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

Los turistas extranjeros prefieren viajar el 41% en compañía de amigos, grupo que posiblemente busque realizar más actividades de diversión y aventura, mismas que deben ser consideradas en la estructura técnica del producto. Otro porcentaje importante conforman turistas que viajan solos en 22%, condición que hay que tomar en cuenta, para incorporar espacios de relax y otros de similar tipo para no descuidar este importante segmento de mercado.

8) Temporada de viaje

Tabla 25-5: Distribución de temporada de viaje de los turistas extranjeros

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Fines de semana	36	9%
Feridos	18	5%
Vacaciones	203	53%
Días poca afluencia	125	33%
Total	382	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 53% de turistas extranjeros prefiere realizar sus viajes en temporada de vacaciones, esta información servirá para determinar los meses en lo que se debe realizar mayor promoción. El 33% prefiere viajar en días de poca afluencia, los cuales posiblemente compren el producto a ofertar mediante reservación.

9) Aceptación del proyecto

Tabla 26-5: Distribución del nivel de aceptación del proyecto por los turistas extranjeros

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	269	70%
No	113	30%
Total	382	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 70% de turistas extranjeros mencionan que sí les gustaría que se implemente un centro recreacional en el cantón Salcedo, frente al 30% que no está de acuerdo, los cuales están motivados en conocer principalmente las culturas locales. El porcentaje de aceptación, indica que desde la perspectiva de la cantidad de demanda, existe la facilidad para la implementación del centro recreacional.

10) Áreas y servicios turísticos

Tabla 27-5: Distribución de áreas y servicios turísticos preferidos por los turistas extranjeros

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	161	16%
Piscina	84	9%
Área de camping	220	22%
Parqueadero	17	2%
Juegos/canchas deportivas	91	9%
Spa	36	4%
Área de picnic	155	16%
Venta artesanías/productos	72	7%
Todos los servicios	125	13%
Otros	17	2%
Total	978	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

Entre las áreas y servicios turísticos preferidos por los turistas extranjeros están: 22% el área de camping, 16% el área de alimentación y en mismo porcentaje el área de picnic, por otro lado el 13% prefiere todos los servicios; lo que indica que es posible implementar todas las áreas y servicios para mayor comodidad y disfrute de los visitantes. Especificado en otros, el 2% sugiere que existan baños limpios e información turística.

11) Actividades turísticas

Tabla 28-5: Distribución de las actividades turísticas preferidas por los turistas extranjeros

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Paseos guiados	143	16%
Senderismo	257	29%
Ed. Ambiental	90	10%
Canopy	179	21%
Pesca recreativa	183	21%
Otros/Bicicleta	20	2%
Total	872	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 29% de turistas extranjeros les gustaría realizar senderismo, siendo la actividad con mayor porcentaje, el 21% le gustaría practicar canopy, otro 21% la actividad de pesca recreativa; actividades en las que se centrará el proyecto para su implementación, por ser las de mayor aceptación. Sin embargo dentro de otros, el 3% de turistas mencionan que les gustaría realizar la actividad de ciclismo, condición que también debe ser tomada en cuenta en la estructuración de la oferta principal.

12) Tipo de comida

Tabla 29-5: Distribución del tipo de comida preferida por turistas extranjeros

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Comida típica	281	74%
Comida nacional	72	19%
Comida internacional	29	8%
Total	382	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 73% de la demanda extranjera les gustaría que en el centro recreacional se oferte todo lo referente a comida típica, el 19 % prefiere comida nacional y el 8% comida internacional. De acuerdo al mayor porcentaje, se tomará en cuenta la comida típica de la región.

13) Valor de entrada

Tabla 30-5: Distribución del valor de la entrada del centro recreacional dispuesto a pagar por turistas extranjeros

Opción USD	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1,00	143	37%
\$ 2,00	149	39%
\$ 3,00	90	24%
> \$ 3,00	0	0%
Total	382	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El 37% de los visitantes pagaría por el ingreso al centro recreacional el valor de \$2,00, siendo este valor el de mayor porcentaje, mismo que junto con el análisis de los precios de la competencia y el valor diferencial del producto, servirán para determinar el precio final del producto a ofertar, el cual debe resultar rentable de acuerdo a las actividades y servicios que se pretende desarrollar en el Centro recreacional.

14) Medios de comunicación

Tabla 31-5: Distribución de los medios de comunicación preferidos por los turistas extranjeros

Opción	Frecuencia	Porcentaje
TV/radio	18	3%
Revistas/periódicos	48	8%
Trípticos/afiches	12	2%
Internet/redes sociales	316	53%
Persona a persona	197	33%
Total	591	100%

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

Los turistas extranjeros, se informan en su mayoría sobre actividades y servicios turísticos el 53% a través del internet y las redes sociales, el 33% se informa de persona

a persona por lo que es importante el trato que se le brinde al turista para que recomiende la visita. De acuerdo a estos resultados la publicidad se realizaría principalmente a través de una página web y de un perfil en Facebook como herramientas masivas de acceso a mercado, para posteriormente incursionar en otros mecanismos de promoción y difusión comercial.

c. Perfil del turista

1) Perfil del turista nacional

De acuerdo a los datos obtenidos, la demanda de turistas nacionales tiene un rango de edad de 26 a 35 años (31%), son tanto de género femenino (53%) como masculino (47%), proceden de la provincia de Pichincha en especial de la ciudad de Quito (56%). En su mayoría son estudiantes (30%) y empleados privados (25%), con nivel de instrucción superior (43%).

Los turistas nacionales viajan motivados por recreación (60%), en compañía de amigos (37%) y sus viajes lo prefieren realizar en época de vacaciones (40%).

En cuanto al nivel de aceptación del proyecto, la demanda nacional está de acuerdo en que se implemente un centro recreacional turístico en el cantón Salcedo (95%). Con todas las áreas y servicios propuestos (21%), además sugieren que debe contar con baños limpios. Entre las actividades que les gustaría realizar están la pesca recreativa (29%), los paseos guiados (21%) y canopy (19%). Con respecto a alimentación le gustaría que se sirva comida típica (61%). El valor dispuesto a pagar por el ingreso al centro recreacional es de \$2,00 (36%) y los medios de comunicación que prefieren en su gran mayoría son el internet y las redes sociales (56%).

2) Perfil del turista extranjero

De acuerdo a los datos obtenidos, la demanda de turistas extranjeros tiene un rango de edad de 26 a 35 años (37%), son tanto de género masculino (51%) como femenino (49%). Proceden principalmente de los Estados Unidos (22%) y del continente europeo, destacándose Francia, Alemania y Holanda con una participación relativa de 18%, 13%,

8% en su orden. Son empleados privados (33%) y tienen un nivel de instrucción superior (55%).

Las llegadas de extranjeros están motivadas por recreación (63%), los cuales prefieren realizar sus viajes en compañía de amigos (41%). Los turistas extranjeros viajan principalmente en época de vacaciones (53%).

La demanda internacional está de acuerdo que se implemente un centro recreacional turístico en el cantón Salcedo (70%). Siendo las áreas y servicios preferidos: el área de camping (22%), el área de alimentación (16%) y el área de picnic (16%), sin embargo a un número considerable por su parte le gustaría que se implemente todas las áreas y servicios propuestos (13%). Entre las actividades que les gustaría realizar está: el senderismo (29%), canopy (21%) y pesca recreativa (21%). En cuanto a alimentación les gustaría que se sirva comida típica (73%). El valor dispuesto a pagar por el ingreso al centro recreacional es de \$2,00 (37%) y los medios de comunicación que prefieren son el internet y las redes sociales que representan (53%).

2. Análisis de la oferta

a. Atractivos turísticos

Debido a que la unidad de turismo del GAD Salcedo no cuenta con un inventario actualizado, se ha considerado como dato el inventario de atractivos realizado por Escobar Jácome Cristian Germánico, de su trabajo de investigación titulado “Plan de Desarrollo Turístico del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi”, publicado en 2010, que reposa en la biblioteca de la ESPOCH y en el repositorio DSpace. En el cual indica la existencia de 33 atractivos turísticos del cantón, mediante una matriz de identificación.

Se ha tomado estos atractivos por cuanto son los que están cercanos a la zona en la que se pretende implementar el centro recreacional turístico, tienen jerarquía II y son capaces de integrarse para una oferta turística complementaria en torno al producto que se está desarrollando.

Tabla 32-5: Matriz de identificación de los atractivos turísticos del cantón Salcedo

N°	Atractivo	Clasificación del atractivo			Jerarquía
		Categoría	Tipo	Subtipo	
PARROQUIA: SAN MIGUEL					
01	Los Helados y el Pinol	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Gastronomía	II
02	Iglesia Matriz	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura religiosa	II
m03	Valle de Yanayacu	Sitios Naturales	Planicies	Valle	II
04	Paraíso de María	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centro de recreación	II
05	Mirador del Calvario	Sitios Naturales	Colinas	Mirador	I
06	Elaboración de tejidos	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Artesanías	II
07	Laguna de Anteojos	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	II
08	Fiestas de Cantonización	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Festividades	II
09	Fiesta en honor al Príncipe San Miguel	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Festividades	II
10	Fiestas del Inti Raymi	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Festividades	II
11	Hacienda Galpón	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura civil	I
PARROQUIA: MULLIQUINDIL SANTA ANA					
01	Iglesia parroquial	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura religiosa	II
02	Mirador de Palama	Sitio Natural	Montañas	Mirador	II
PARROQUIA: MULALILLO					
01	Mirador de San Diego	Sitio Natural	Montañas	Mirador	II
02	Petroglifos	Manifestaciones Culturales	Históricos	Sitios arqueológicos	I
03	Iglesia parroquial	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura religiosa	II
04	Hacienda San Antonio	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura Civil	II
05	Hacienda Nagsiche 2	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura Civil	II
PARROQUIA: PANZALEO					
01	Laguna de Yambo	Sitio Natural	Ambientes lacustres	Laguna	III
02	Iglesia parroquial	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura religiosa	II
03	Balneario Nagsiche	Sitio Natural	Aguas subterráneas	Aguas minerales	II
04	Hacienda la Playa / Nagsiche 1	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura Civil	II
05	Camino Real	Manifestaciones Culturales	Históricos	Sitios arqueológicos	I
PARROQUIA: ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN					
01	Iglesia parroquial	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura religiosa	II
02	Fiestas en honor a	Manifestaciones	Acontecimientos	Fiestas	II

N°	Atractivo	Clasificación del atractivo			Jerarquía
		Categoría	Tipo	Subtipo	
	Santa Lucía	Culturales	programados	religiosas	
PARROQUIA: CUSUBAMBA					
01	Aguas termales de Aluchán	Sitio Natural	Aguas subterráneas	Aguas termales	II
02	Iglesia parroquial	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura religiosa	II
03	Laguna de Atocha	Sitio Natural	Ambientes lacustres	Laguna artificial	II
04	Feria de Cusubamba	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Ferías y mercados	II
05	Molinos California	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura Civil	II
06	Cerro Josefo	Sitio Natural	Montaña	Cerro	I
07	Fiestas de Fundación y Patrono	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Festividades	I
08	Árbol gigante de eucalipto	Sitio Natural	Forestal	Especie vegetal	I

Fuente: Urquizo Jason, Escobar Cristian.2009

Tabla 33-5: Resumen de atractivos turísticos del cantón Salcedo

Categoría	Número	Porcentaje	Jerarquía			
			I	II	III	IV
Naturales	11	33	3	7	1	-
Culturales	22	67	18	4	-	-
Total	33	100	21	11	1	-

Fuente: Investigación secundaria

Realizado por: Jesenia Porras.

De acuerdo a la matriz se ha determinado que existen 33 atractivos en total, de los cuales 33% pertenecen a la categoría de sitios naturales y 67% a la categoría de manifestaciones culturales. De la categoría sitios naturales: 9% pertenece al tipo planicies y subtipo valle, 9% tipo colina y subtipo mirador, 28% son tipo ambientes lacustres y subtipo lagunas; lagunas artificiales, 28% tipo montañas y subtipo mirador; cerró, 18% tipo aguas subterráneas y subtipo aguas minerales, 9% son de tipo forestal y subtipo especie vegetal. De categoría manifestaciones culturales se evidencia una mayor concentración de atractivos vinculados al tipo históricos en 57%, de subtipo arquitectura religiosa; civil, 26% son tipo acontecimientos programados y subtipo gastronomía; festividades, 4% tipo realizaciones técnicas/científicas y subtipo centro de recreación, 9% tipo etnografía y subtipo artesanías; ferias y mercados.

En cuanto a la jerarquía, tan solo un atractivo pertenece a jerarquía III (3%) que se representa como atractivo focal, siendo este la laguna de Yambo, 24 pertenecen a jerarquía II (71%) los cuales pueden alcanzar una mayor jerarquización si se

implementan actividades e infraestructura adecuada, 9 pertenecen a jerarquía I (26%) los mismos que actúan como atractivos complementarios a la oferta turística focal.

El estado de conservación de los atractivos turísticos es el siguiente: conservado (40%), alterado (24%), deteriorado (8%), en proceso de deterioro (16%) e intervenido (12%); el presente estado de conservación se debe a la falta de manejo adecuado.

En cuanto al estado del entorno: alterado (16%), deteriorado (32%), intervenido (36%), proceso de deterioro (4%) y conservado (12%), lo cual indica que se debe mitigar un sin número de impactos en el entorno de los atractivos para su mejor promoción.

Los atractivos turísticos culturales en su mayoría, son de tipo históricos, lo que guarda concordancia con el lugar de emplazamiento del proyecto, debido al valor histórico que posee el lugar, por tratarse de unas ruinas antiguas de molinos hidráulicos y la primera planta eléctrica de Salcedo, se puede vincular una línea de producto cultural para realizar recorridos históricos por los sitios de interés. También existe un gran número de atractivos que son acontecimientos programados, es decir que su aparición solo se da en ciertas épocas del año, en tal virtud la afluencia de turistas será mayor en esas fechas, por lo que se debe programar promociones y descuentos para el producto, en especial para los días de fiesta de cantonización y las realizadas en honor al Príncipe San Miguel, patrono del cantón.

En relación a las actividades turísticas en todos los atractivos naturales se puede realizar actividades como ecoturismo, turismo de naturaleza, caminatas, observación de flora y fauna, aviturismo, observación de paisaje y fotografía, turismo medicinal, pesca recreativa, entre otras. En función al análisis de estos atractivos, el turismo se debe operar sosteniblemente procurando su adecuado aprovechamiento, para que se constituya en una actividad económica rentable basada en los ejes de la sostenibilidad, por tal motivo, tomando en cuenta los atractivos cercanos a la zona de emplazamiento del proyecto como la laguna de Yambo, el Parque Nacional Llanganates, la gastronomía típica del cantón; como los helados y el pinol, se puede dar una combinación de actividades turísticas vinculadas con estos atractivos, conectada al escenario del proyecto.

b. Planta turística

Se presenta la información relativa a la planta turística instalada en el cantón Salcedo, cuantificada y consolidada con base a los registros del catastro de establecimientos turísticos del año 2015, en sus diferentes actividades, tipos y categorías que dispone el Ministerio de Turismo. Con base a dicha información se tiene que en el cantón Salcedo se encuentran registrados 34 establecimientos, de los cuales 7 son de alojamiento, 26 son de alimentos y bebidas, y un establecimiento de recreación, diversión y esparcimiento (**Anexo N° 2**).

El catastro de establecimientos del sector turístico, de acuerdo al “Proyecto para la Consolidación, Regulación y Control Turístico 2014-2015” del MINTUR, se encuentra desactualizado debido a que las Dependencias del Ministerio de Turismo no cuentan con una metodología clara para la utilización de la herramienta, además la normativa que rige al sector es ambigua o inexistente para algunas actividades y modalidades turísticas desarrolladas en el país, causando incertidumbre en el desarrollo de la gestión turística tanto para los operadores como para los turistas, aspecto que además merma la calidad de la experiencia turística.

De igual manera en lo que respecta al GAD no cuentan con un catastro actualizado, tampoco se brinda capacitación adecuada a los prestadores de servicios turísticos, dando como resultado servicios y productos de baja calidad en la mayoría de los casos. Sin embargo existen algunos establecimientos de primera categoría que sobresalen por iniciativa propia.

1) Establecimientos de alojamiento

Los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento en el cantón Salcedo, disponen de una capacidad de 379 plazas distribuidas en 2 hoteles de tercera categoría, un hostel de tercera categoría y 4 hosterías de las cuales 3 son de primera categoría y una de segunda categoría. Los hoteles se encuentran en un nivel bajo de servicio, además reciben poca afluencia de visitantes. Las hosterías por su parte tienen nivel alto

y medio alto de desarrollo en instalaciones y equipamiento, además ofrecen varios servicios y actividades complementarias. Sin embargo la tasa de demanda de turistas es baja entre semana, la misma que tiende a subir los fines de semana, feriados y festividades del cantón.

Es necesario un control por parte de los entes reguladores de la actividad turística, a fin de lograr que los establecimientos mejoren el servicio para cubrir las necesidades y exigencias de los turistas nacionales y extranjeros.

2) Establecimientos de alimentos y bebidas

En el cantón se encuentran registrados 26 establecimientos de alimentos y bebidas (restaurantes y similares), con una capacidad de 1050 plazas distribuidas en: 23 restaurantes de los cuales 8 son de segunda categoría y 15 de tercera categoría, una cafetería de tercera categoría, una fuente de soda de segunda categoría y un bar de segunda categoría. De acuerdo a información primaria aproximadamente un 40% de establecimientos no se encuentran registrados, posiblemente se debe a que no cuentan con las instalaciones adecuadas o se necesite realizar una actualización del catastro, que debido al rápido crecimiento de la ciudad, se observa el apareamiento de nuevos negocios de comida. Además los establecimientos registrados pertenecen solamente a la parroquia Matriz.

Los prestadores de este servicio necesitan recibir capacitación en la manipulación y preparación de alimentos y bebidas, con el fin de mejorar la calidad del servicio ofertado para garantizar la seguridad del consumidor.

3) Agencias de viajes y tour operadores

La operación turística en Salcedo se da exclusivamente a través del sistema de empaquetamiento de la cual se encargan las operadoras de viaje de otras ciudades como Quito, Latacunga y Ambato principalmente, quienes condicionan el producto al consumo de los tradicionales helados y el pinol, o a la visita de hosterías y balnearios. Su condición de permanencia está dada por tres o cuatro horas en el caso de turismo gastronómico y de un día en cuanto a visitas a balnearios, en el caso de las hosterías la

permanencia generalmente se da por dos días. El cantón no cuenta con establecimientos de este tipo.

4) Establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento

De acuerdo a información de campo en el cantón Salcedo existen aproximadamente 14 establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento (complejos turísticos, discotecas/karaokes), sin embargo en la base del MINTUR se encuentra registrado únicamente un complejo turístico, lo cual indica que posiblemente, este establecimiento cuenta con todos los requerimientos para poder operar en el ámbito turístico y los otros no están concebidos como tal, no cuentan con los permisos, las instalaciones adecuadas o se necesite realizar una actualización del catastro como sucede con los establecimientos de alimentos y bebidas.

c. Productos turísticos

En el área de estudio no se evidencia la presencia de productos turísticos como tal ni mucho menos consolidados, a excepción del Parque Nacional Llanganates; por lo demás se limita exclusivamente a la comercialización de servicios independientes, lo que es visible, es que entorno a la potencialidad turística que tiene el territorio, hay iniciativas incipientes que desarrollan modalidades de turismo como las que se muestran a continuación:

Tabla 34-5: Líneas de productos turísticos del cantón Salcedo

MODALIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS			
Línea de producto	Variedad de productos	Nombre del producto	Actividades
Turismo Comunitario	Turismo Comunitario	Comunidad de Cumbijín	Convivencia comunitaria, cultura local, cabalgatas (Páramo del Parque Nacional Llanganates)
		Cusubamba	Convivencia comunitaria, cultura local
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales	Qhapaq Ñan – Camino del Inca	Trekking
		Petroglifos	Visitas
	Mercados y artesanías	Feria de Cusubamba	Trueque
		Plaza San Antonio	Trueque
Gastronomía	Helados de Salcedo	Degustación, concursos	

MODALIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS			
Línea de producto	Variedad de productos	Nombre del producto	Actividades
			en fiestas de cantonización.
	Fiestas populares	Fiestas del Inti Raymi (21 Junio)	Desfiles, yumbada ferias, gastronomía, medicina natural, trueque, rituales.
		Fiestas de cantonización (agosto-septiembre)	Elección de reinas, pregón, vísperas, ferias, festival del chagra, concursos, desfiles, cuarenta, coches de madera, 4x4, juegos tradicionales, conciertos, bailes, toros de pueblo, serenatas.
		Fiesta en honor al Príncipe San Miguel	Jochas, misa de fiesta, desfile, comida y bailes.
	Turismo religioso	Monasterio Cisterciense Santa María del Paraíso	Retiro espiritual, hospedería, fabricación de velas, cultivos agrícolas.
	Turismo urbano	Centro Histórico (Palacio Municipal, Parque Central, Parque de la Familia, Templo Matriz, Casa Yerovi)	Visitas
	Turismo arqueológico	Camino del Inca	Trekking, biking.
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales	Parque Nacional Llanganates	Trekking, pesca deportiva, ecoturismo, observación de flora y fauna.
	Ríos, lagos, lagunas y cascadas	Laguna de Antejos	Pesca deportiva, trekking, observación de flora y fauna.
		Laguna de Yambo	Observación de aves, paseos en bote, mirador, venta de artesanías.
	Observación de flora y fauna	Parque Nacional Llanganates	Observación
		Yambo	Observación
Turismo de deporte y aventura	Deportes terrestres	Parque Nacional Llanganates	Trekking, biking
		Valle Yanayacu	Biking, descenso de puente.
Turismo de salud	Termalismo	Aluchan	Distracción y esparcimiento
		Nagsiche	Distracción y esparcimiento
Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones	Hacienda Bellavista	Visitas
		Hacienda el Galpón	Visitas

Fuente: Investigación primaria y secundaria

Realizado por: Jesenia Porras

Dentro del PLANDETUR 2020 está registrado como Producto B: el Parque Nacional Llanganates, tras la leyenda del tesoro Inca. En el año 2014 el Ministerio de Turismo deshabilitó este Plan de Desarrollo, por lo que se desconoce si aún se mantiene esta línea de producto.

3. Análisis de la competencia


Para el análisis de la competencia se tomó como referencia los establecimientos que están alrededor del área de estudio, tomando como objeto focal de interés la parroquia Matriz del cantón Salcedo.

a. Oferta sustitutiva

Para determinar la oferta sustitutiva del proyecto, se realizó una investigación de los establecimientos turísticos que ofrecen servicios con características similares a los que se pretende brindar, por lo tanto se seleccionó a los complejos turísticos del cantón Salcedo. La principal característica de dichos establecimientos es el servicio de piscina y actividades de recreación.

1) Complejo turístico Paraíso de María

Tabla 35-5: Oferta sustitutiva - Complejo turístico Paraíso de María


Tipo	Categoría	Instalaciones característica	Clientes anuales	Servicios	Capacidad Número/plazas	Precio
Complejo turístico	No se encuentra registrado en el catastro del Ministerio de Turismo	Cabañas de madera y ladrillo 	400	-Piscina, sauna, turco - Canchas deportivas - Juegos infantiles - Áreas verdes - Pesca deportiva - Restaurante - Discoteca	Sin dato	- Adultos: \$3,00 - Estudiantes: \$1,50 - Niños gratis
Ubicación	Barrio Chipoalo, Salcedo					
Demanda	Local					
Forma de comercialización	Directa					
Teléfono	(03) 2272 9661					
Propietario	Sr. Ítalo Romero					

Fuente: Entrevista al propietario y/o gerente general del establecimiento turístico

Realizado por: Jesenia Porras

2) Complejo turístico Manantial de Vida

Tabla 36-5: Oferta sustitutiva - Complejo turístico Manantial de Vida


Tipo	Categoría	Instalaciones	Clientes anuales	Servicios	Capacidad Número/plazas	Precio
Complejo turístico	No se encuentra registrado en el catastro del Ministerio de Turismo	Modernas 	3360	-Piscina - Sauna - Turco - Hidromasaje - Bar - Gimnasio	Sin dato	- Adultos: \$5,00 - Niños: \$3,00
Ubicación	24 de mayo y Luis A. Martínez					
Demanda	Provincial					
Formas de comercialización	Directa					
Teléfono	Cel.: 0992304646					
Propietario	Sr. Marco Jiménez					

Fuente: Entrevista al propietario y/o gerente general del establecimiento turístico

Realizado por: Jesenia Porras

3) Complejo turístico Príncipe San Miguel

Tabla 37-5: Oferta sustitutiva - Complejo turístico Príncipe San Miguel

Tipo	Categoría	Instalaciones característica	Clientes anuales	Servicios	Capacidad Número/plazas	Precio
Complejo turístico	No se encuentra registrado en el catastro del Ministerio de Turismo		3200	<ul style="list-style-type: none"> - Piscina, sauna, turco - Baños de cajón - Hidromasaje - Bar - Salón de eventos 	Capacidad salón: 50 pax.	<ul style="list-style-type: none"> - Adultos: \$3,50 - Niños: \$2,00
Ubicación	Antonio José Holguín y Cusubamba					
Demanda	Local					
Formas de comercialización	Directa					
Teléfono	Cel.: 0997972060, 0999385520					
Propietario	María Carmen Caiza Santafé					

Fuente: Entrevista al propietario y/o gerente general del establecimiento turístico

Realizado por: Jesenia Porras

Al analizar los complejos turísticos, se tiene que una de las ventajas de dichos establecimientos es la cercanía a la ciudad con relación al centro de recreación turístico que se pretende implementar. Por el momento las principales desventajas de la competencia son las instalaciones con las que cuentan, ya que no tienen buen mantenimiento y los servicios se limitan a piscina, sauna, turco e hidromasaje. Solo uno cuenta con áreas verdes y recreacionales, las cuales se encuentran en malas condiciones.

b. Oferta complementaria

Para determinar la oferta complementaria del proyecto se realizó una investigación a los establecimientos de hospedaje que son de tipo hostería, ya que por su naturaleza fundamental ofrecen servicios y actividades complementarias al servicio de alojamiento.

1) Hostería Rumipamba de las Rosas

Tabla 38-5: Oferta complementaria – Hostería Rumipamba de las Rosas

Tipo	Categoría	Instalaciones	Clientes anuales	Servicios	Capacidad: Número/plazas	Precio
Hostería	Primera	Estilo arquitectónico colonial  	61601	ALOJAMIENTO: - 34 habitaciones (sencillas, dobles, matrimoniales, triples, cuádruples y suites) - Casa hacienda (4 hab.), - Albergue (8 literas) ALIMENTACIÓN: - Restaurantes (comida típica nacional e internacional) - Cafetería -Bar. DISTRACCIONES - Piscina al clima, - Hidromasaje - Discoteca - Juegos infantiles - Canchas deportivas (básquet, indor, vóley, tenis) - Ajedrez gigante, ping pong, fútbolín, juego ecológico. - Lago artificial, caballos miniatura y avestruces de exhibición.	ALOJAMIENTO: 45 camas - 160 pax/plaza SALONES: Sala Cotopaxi: En forma: - Teatro: 60 pax. - Escuela: 40 pax. - Evento: 40 pax. (Mesas redondas para 8 pax.) - U Seminario para 35 pax. - Coctel: 50 pax. Sala Rumipamba: En forma: - Teatro: 160 pax. - Escuela: 100 pax. - U para seminario: 80 pax. - Evento: 140 pax. con pista de baile - Evento: 180 pax. sin pista de baile	ALOJAMIENTO: - Estándar ind.: \$62,07 (1 Adulto) - Estándar DBL: \$84,05 (2 Adultos y 2 niños menores a 10 años) - Estándar TPL: \$107,34 (3 Adultos y 2 niños menores a 10 años) - Suite Simple: \$90,00 (1 Adulto) - Suite Mat: \$120,00 (2 Adultos) - Suite TPL: \$150,00 3 (Adultos y 2 niños menores a 10 años) - Suite cuádruple: \$180,00 (4 Adultos y 2 niños menores a 10 años) Incluyen impuestos.



			<p>DE ALQUILER: Botes, caballos, bicicletas, cochecitos, rueda moscovita para niños, cuadros para jóvenes de 16 en adelante.</p> <p>FACILIDADES ADICIONALES: 3 salones de eventos, sala de internet, centro artesanal, equipos audiovisuales, parqueadero privado, seguridad privada, internet y Wi Fi, Servicio de lavanderías, capilla, Room Service, automóviles antiguos.</p>	<p>-Coctel 180 pax.</p> <p><u>Eventos sociales en el área de la piscina:</u> de 300 a 400 pax. con carpas.</p> <p><u>Salón Rumipamba, ares verdes y chozon:</u> 600 pax máximo.</p> <p>DISCOTECA: 60 pax.</p> <p>RESTAURANTE: <u>Principal:</u> 130 pax. <u>Cafetería:</u> 50 pax. <u>Rincón de Carlos:</u> 50 pax.</p>	<p>ALIMENTACIÓN: - Menú turístico almuerzo o cena: Entrada o sopa, plato fuerte (lomo pollo o pescado), postre: \$18,00 - Buffet internacional o típico: \$23,00 - Box lunch: \$18,00 - Desayuno americano: \$8,00 - Desayuno buffet: \$10,00 Incluyen 10% servicio y 12% de IVA.</p>
Ubicación	Av. Norte s/n y Eloy Yerovi				
Demanda	Nacional e internacional				
Formas de comercialización	Directa: visitando el establecimiento Indirecta: a través de sus contactos: -Telf.: (03) 272-6128 -Correo: ventas@rumipamba.com Reservaciones a través de la cadena hotelera Cialcotel: www.cialcotel.com				
Propietario	Rumipamba de las Rosas S.A.				

Fuente: Entrevista al propietario y/o gerente general del establecimiento turístico

Realizado por: Jesenia Porras

2) Hostería El Surillal

Tabla 39-5: Oferta complementaria – Hostería el Surillal

Tipo	Categoría	Instalaciones	Clientes anuales	Servicios	Capacidad Número/plazas	Precio
Hostería	Primera	Cabañas estilo arquitectónico colonial  	30360	<ul style="list-style-type: none"> - Alojamiento tipo cabaña (18 habitaciones) - Alimentación - Áreas deportivas - Chiva pachanguera - Áreas recreativas y deportiva (4 piscinas cubiertas, toboganes, sauna, turco, hidromasaje, piscina polar, baños de cajón, áreas verdes, canchas deportivas, sendero al río Yanayacu) - Área picnic/parrilladas - 3 salones de conferencias y convenciones. 	74 mesas/ 400 pax 64 pax/plaza (alojamiento)	<ul style="list-style-type: none"> - Habitaciones: IND: tarifa normal \$35,00; feriados \$40,00 Mat: tarifa normal \$56.00; feriados \$66,00 DBL: tarifa normal \$56.00; feriados \$66,00 TPL: tarifa normal \$76.00; feriados \$90,00 SUIT Mat: tarifa normal: \$ 95,00; feriados \$105,00. (INC.: uso de área recreativa y deportiva en horario de atención, desayuno americano en temporada normal, desayuno buffet en feriados.) - Balneario: Valor de ingreso: Adultos: \$7,00 Niños (menores de 11 años): \$4,00 - Baños de cajón: ticket adicional \$5,00. - Área picnic/parrilladas: < 20pax \$1,00 pcp; >20pax \$0,50 pcp.
Ubicación	Barrio Yanayacu, vía a Píllaro					
Demanda	Nacional					
Formas de comercialización	Directa: visitando el establecimiento Indirecta: a través de sus contactos: -Telf.: (03) 2726322/ 2729020 -Cel.: 098736375 - Correo: informacion@hosteriaelsurillal.com					
Propietario	Héctor Gustavo Porras Cortes					

Fuente: Entrevista al propietario y/o gerente general del establecimiento turístico

Realizado por: Jesenia Porras

3) Hostería Los Molinos de Yanayacu

Tabla 40-5: Oferta complementaria – Hostería Los Molinos de Yanayacu

Tipo	Categoría	Instalaciones	Clientes anuales	Servicios	Capacidad Número/plazas	Precio
Hostería	Primera	Arquitectura colonial 	9500	<ul style="list-style-type: none"> - Área húmeda: piscina semiolímpica, piscina de niños, piscina polar, hidromasaje, sauna, turco, baños de cajón. - Área recreativa: juegos infantiles, canchas de vóley, cancha de fútbol, asadero, capilla, botes de pedal, cascada, pesca deportiva. - Área antigua: habitaciones del siglo XVIII, 3 salas de eventos, taberna, mirador, túnel. - Restaurante, bar. 	<ul style="list-style-type: none"> - 600 pax. (recepción) - 16 pax/plaza (alojamiento) 	<ul style="list-style-type: none"> - Habitaciones DBL: \$35,00 x pax. Inc. desayuno y piscina de 1 día. - Valor de ingreso (área húmeda y recreativa 9:30-18:00): Adultos: \$6,00 Niños: \$4,00
Ubicación	Barrio Yanayacu, vía a Píllaro					
Demanda	Nacional e internacional					
Formas de comercialización	Directa: visitando el establecimiento Indirecta: a través de sus contactos: - Telf.: (03) 273-0425 - Correo: molinosdeyanayacu@gmail.com					
Propietario	María Isabel Fonseca Ramírez					

Fuente: Entrevista al propietario y/o gerente general del establecimiento turístico

Realizado por: Jesenia Porras

4) Hostería El Imperio Real

Tabla 41-5: Oferta complementaria – Hostería el Imperio Real

Tipo	Categoría	Instalaciones	Cientes anuales	Servicios	Capacidad Número/plazas	Precio
Hostería	Segunda	 	13800	<ul style="list-style-type: none"> - Alojamiento - Resort - Restaurante/ Cafetería, Delicatessen - Salón De Eventos/ Convenciones sociales - Piscina, Spa - Parqueadero 	29 pax/plaza (alojamiento)	<ul style="list-style-type: none"> - Habitaciones: IND: \$35,00 Mat: \$55,00 DBL: \$60,00 TPL: \$85,00 FAM: \$125,00 (Inc. Imp. + servicios) - Valor de ingreso: \$5,00
Ubicación	Av. Jaime Mata y Mario Mogollón, vía Ambato					
Demanda	Nacional e Internacional					
Formas de comercialización	Directa: visitando el establecimiento Indirecta: a través de sus contactos: - Telf.: (03) 272-8412 - Correo: el.imperio_real@hotmail.com; cristianvilladj@msm.com					
Propietario	Luis Antonio Villacis Rengifo					

Fuente: Entrevista al propietario y/o gerente general del establecimiento turístico

Realizado por: Jesenia Porras

c. Distribución del número de clientes anuales

Tabla 42-5: Distribución del número de clientes anuales de la competencia

Oferta	Tipo	Establecimiento	Cientes anuales
Sustitutiva	Complejo turístico	Paraíso de María	400
		Manantial de Vida	3360
		Príncipe San Miguel	3200
Complementaria	Hostería	Rumipamba de las Rosas	61601
		El Surillal	30360
		Los Molinos de Yanayacu	9500
		El Imperio Real	13800
Total			122221

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

4. Confrontación de la oferta - demanda

a. Proyección de la demanda y la oferta

1) Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años

El 95% de los turistas nacionales que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se manifestaron positivamente con respecto a la implementación del proyecto, es decir:

- $120\ 606 * 95\% = 114\ 576$ turistas potenciales nacionales.

En el caso de los turistas extranjeros, el 70% se manifestaron positivamente con respecto a la implementación del proyecto, es decir:

- $56\ 933 * 70\% = 39\ 853$ turistas potenciales extranjeros

Para la proyección de la demanda se utilizó el método del incremento compuesto, cuya fórmula es $C_n = C_0 (1+i)^n$, agrupando los valores de turistas nacionales y extranjeros (valor total igual a 154 429 clientes potenciales); valor que se tomó de los resultados obtenidos en la pregunta número 9 de las encuestas. El índice de crecimiento turístico fue del 14% en 2014 según datos del MINTUR.

Tabla 43-5: Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2014 (0)	154429
2015 (1)	176049
2016 (2)	200696
2017 (3)	228793
2018 (4)	260824
2019 (5)	297340

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

2) Proyección de la oferta potencial para los próximos 5 años

Para la proyección de la oferta potencial se utilizó el método del incremento compuesto, cuya fórmula es $C_n = C_0 (1+i)^n$, para lo cual se tomó como base el número de clientes anuales de la competencia que es:

Tabla 44-5: Proyección de la oferta potencial para los próximos 5 años

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2014 (0)	122221
2015 (1)	139332
2016 (2)	158838
2017 (3)	181076
2018 (4)	206426
2019 (5)	235326

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

b. Demanda insatisfecha

Los resultados obtenidos de la demanda insatisfecha se obtuvieron al realizar el cálculo de la resta entre la demanda potencial con la oferta potencial para cada año.

Tabla 45-5: Demanda insatisfecha proyectada

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	154429	122221	32208
2015	176049	139332	36717
2016	200696	158838	41858
2017	228793	181076	47718
2018	260824	206426	54398
2019	297340	235326	62014

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

c. Demanda objetivo

Para determinar la demanda objetivo se utilizó el 30% de la demanda insatisfecha; porcentaje que se estableció de acuerdo a una estimación razonable de los posibles visitantes, para lo cual se tomó en cuenta la capacidad instalada del centro y el flujo de turistas según la temporada.

Tabla 46-5: Proyección de la demanda objetivo

AÑO	DEMANDA OBJETIVO
2015	11015
2016	12557
2017	14315
2018	16319
2019	18604

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El mercado objetivo para el año 2016 es de 12 557 turistas entre nacionales y extranjeros y para el año 2019 de 18604 turistas.

B. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

1. Tamaño del proyecto

a. Número de clientes proyectado

La determinación del tamaño de la empresa se enfocó en la demanda objetivo, la cual se calculó con el 30% de la demanda insatisfecha: ya que es la expectativa del proyecto turístico para iniciar con su funcionamiento. Los cinco años posteriores a la operación del producto proyectan datos anuales, mensuales, semanales y diarios, mismo que se detallan a continuación:

Tabla 47-5: Número de clientes proyectado

AÑO	PROYECCIÓN ANUAL	PROYECCIÓN MENSUAL	PROYECCIÓN SEMANAL	PROYECCIÓN DIARIA
2015	11015	918	229	30
2016	12557	1046	262	34
2017	14315	1193	298	39
2018	16319	1360	340	45
2019	18604	1550	388	51

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El número de clientes proyectados da un total de 34 clientes diarios para el año 2016, y según la proyección se espera tener un incremento de 51 clientes diarios para el año 2019.

1) Número de clientes por producto

Tabla 48-5: Número de clientes por producto (demanda nacional)

AÑO	DEMANDA OBJETIVO NACIONAL (68%)	TODOS LOS SERVICIOS (21%)	ALIMENTACIÓN (12%)	PISCINA (11%)	CAMPING (12%)	PARQUEADERO (5%)	JUEGOS/CANCHAS DEPORTIVAS (13%)	SPA (8%)	PICNIC/PARRILLADAS (7%)	VENTA DE ARTESANÍAS (9%)	CAMINATA GUIADA (21%)	CANOPY (19%)	PESCA (29%)
2015	7490	1573	899	824	899	375	974	599	599	674	1573	1423	2172
2016	8539	1793	1025	939	1025	427	1110	683	683	769	1793	1622	2476
2017	9734	2044	1168	1071	1168	487	1265	779	779	876	2044	1850	2823
2018	11097	2330	1332	1221	1332	555	1443	888	888	999	2330	2108	3218
2019	12651	2657	1518	1392	1518	633	1645	1012	1012	1139	2657	2404	3669

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El número de turistas nacionales que consuman todos los servicios ofertados en el centro recreacional para el año 2016 será de 1793 personas y para el año 2019 existirá un incremento de 2667 personas. De acuerdo a los porcentajes, los servicios que mayor demanda tendrán son los de alimentación y camping, los cuales para el año 2016 tienen una proyección de 1025 personas y para el 2019 de 1518, para ambos casos.

En cuanto a las actividades turísticas, la pesca recreacional tendrá la mayor demanda, la cual para el 2016 será de 2476 personas y para el 2019 existirá un incremento de 4182 pax.

Tabla 49-5: Número de clientes por producto (demanda extranjera)

AÑO	DEMANDA OBJEITIVO EXTRANJERA (32%)	TODOS LOS SERVICIOS (13%)	ALIMENTACIÓN (16%)	PISCINA (9%)	CAMPING (22%)	PARQUEADERO (2%)	JUEGOS/ CANCHAS (9%)	SPA (4%)	PICNIC (16%)	VENTA DE ARTESANÍAS (7%)	CAMINATA GUIADA (29%)	CANOPY (21%)	PESCA (21%)	BICICLETA (2%)
2015	3525	458	564	317	775	70	317	141	564	247	1022	740	740	70
2016	4018	522	643	362	884	80	362	161	643	281	1165	844	844	80
2017	4581	596	733	412	1008	92	412	183	733	321	1328	962	962	92
2018	5222	679	836	470	1149	104	470	209	836	366	1514	1097	1097	104
2019	5953	774	953	536	1310	119	536	238	953	417	1726	1250	1250	119

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

El número de turistas extranjeros que consuman todos los servicios ofertados en el centro recreacional para el año 2016 será de 522 personas y para el año 2019 existirá un incremento de 774 personas. De acuerdo a los porcentajes, los servicios que mayor demanda tendrán son los de alimentación y camping, de los cuales en alimentación para el año 2016 tiene una proyección de 643 personas y para el 2019 de 953; en camping para el 2016 la demanda será de 884 y para el 2019 de 1310 personas.

En cuanto a las actividades turísticas, la caminata guiada será la de mayor demanda, la cual para el 2016 será de 1022 personas y para el 2019 existirá un incremento de 1726 pax.

b. Terreno

El terreno previsto para la implementación del centro recreacional turístico es de propiedad del GAD Provincial de Cotopaxi, y del GAD Municipal de Salcedo, con una extensión total de 1.52 ha, mismo que se espera sea donado a la comuna de Yanayacu.

2. Localización del proyecto**a. Macro localización**

El presente proyecto se localizará en Ecuador, provincia de Cotopaxi, cantón Salcedo, parroquia Matriz San Miguel.

En el siguiente mapa se detalla la ubicación geográfica del cantón salcedo.

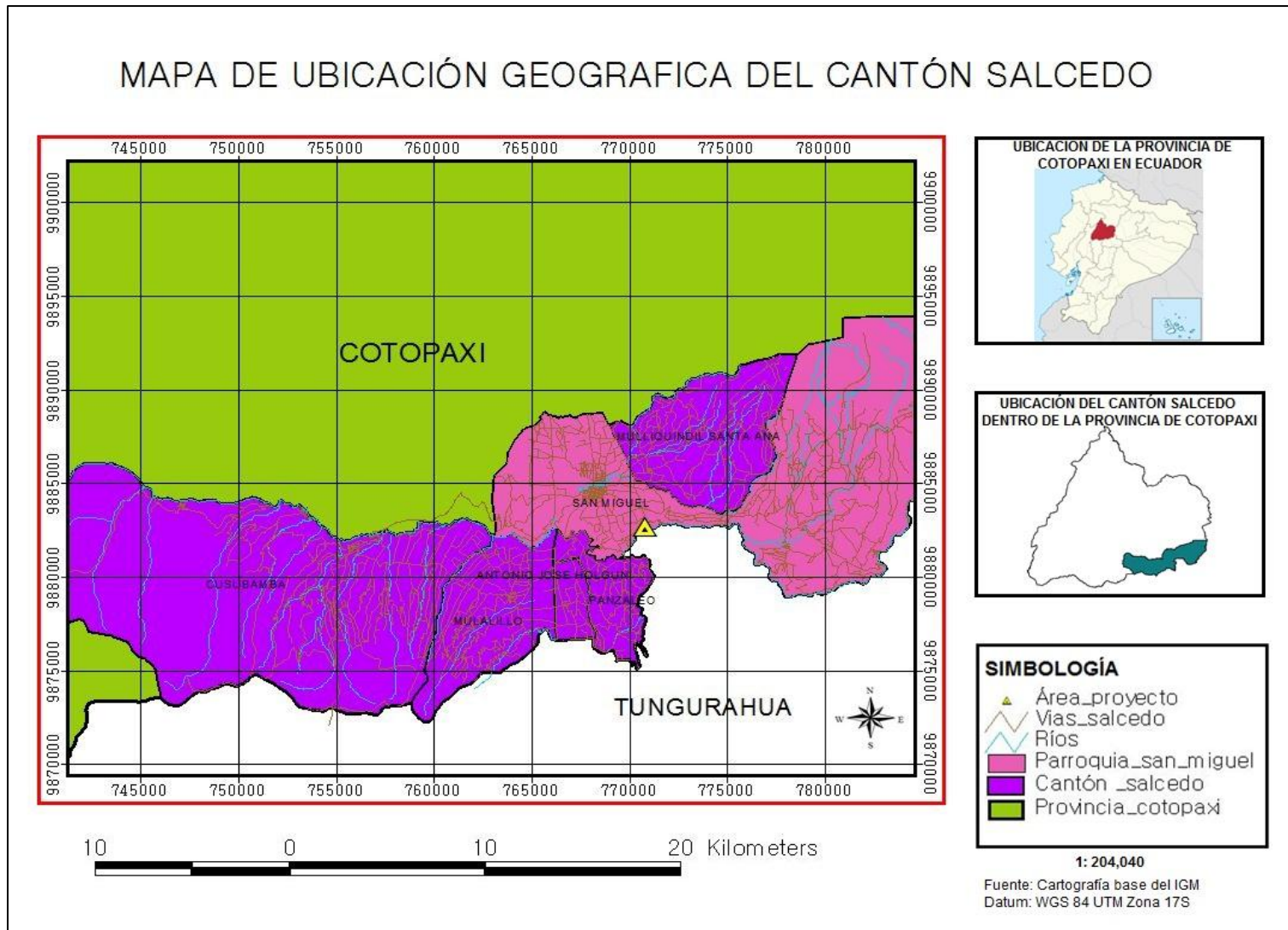


Figura 2-5. Mapa de ubicación geográfica del cantón Salcedo
Realizado por: Jesenia Porras

b. Micro localización

El centro recreacional turístico se implementará en la comuna de Yanayacu, en las coordenadas proyectadas: (UTM 17 S) 770887 de longitud Este, (UTM 17 S) 9882435 de latitud Norte, a 2600 m.s.n.m.; ubicado a un extremo del río Yanayacu, límite con la provincia de Tungurahua.

A continuación se detalla el mapa de ubicación de la comuna de Yanayacu, y la ortofoto del terreno donde se pretende implementar el centro recreacional turístico:

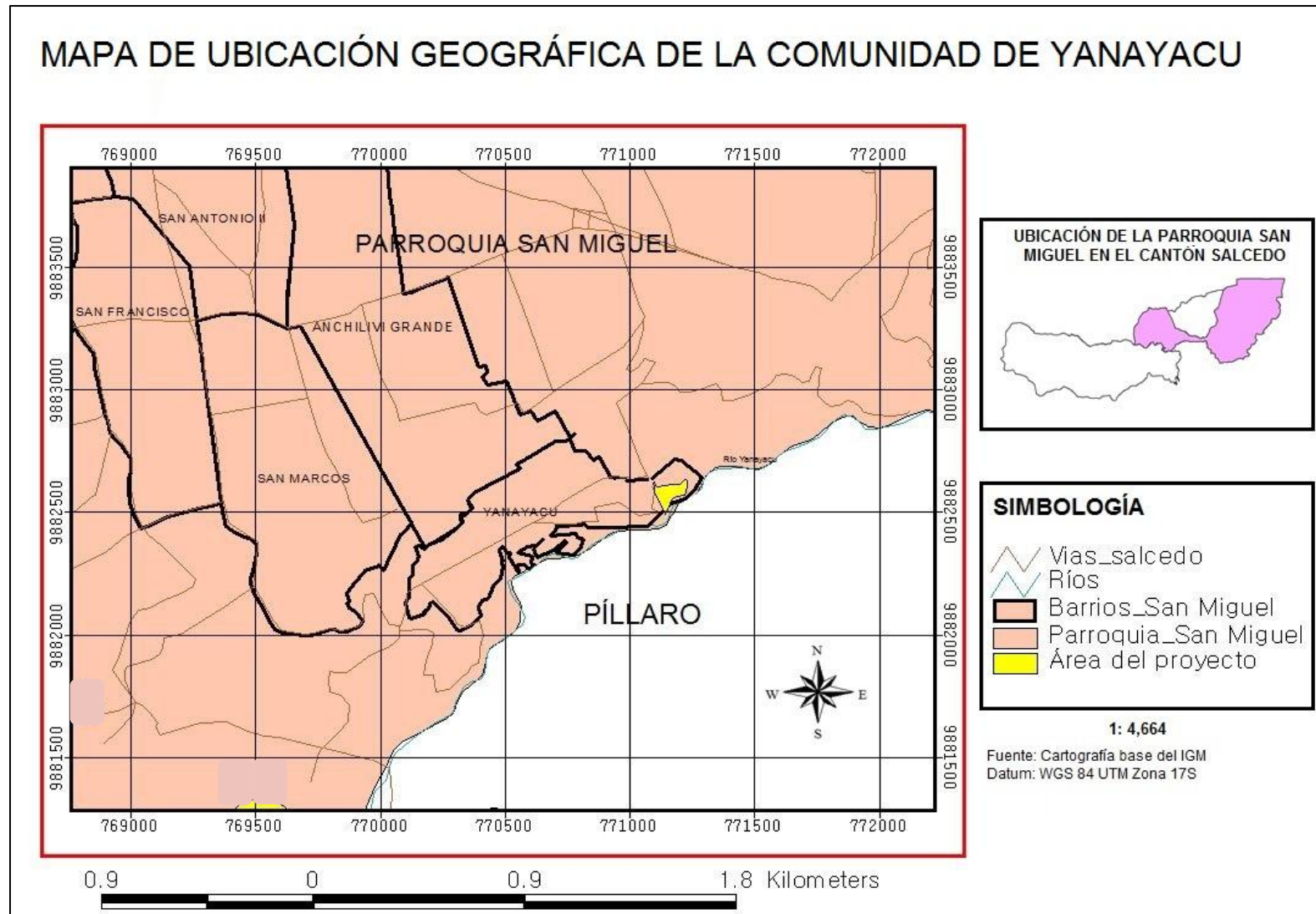


Figura 3-5. Mapa de ubicación geográfica de la comuna de Yanayacu

Realizado por: Jesenia Porras

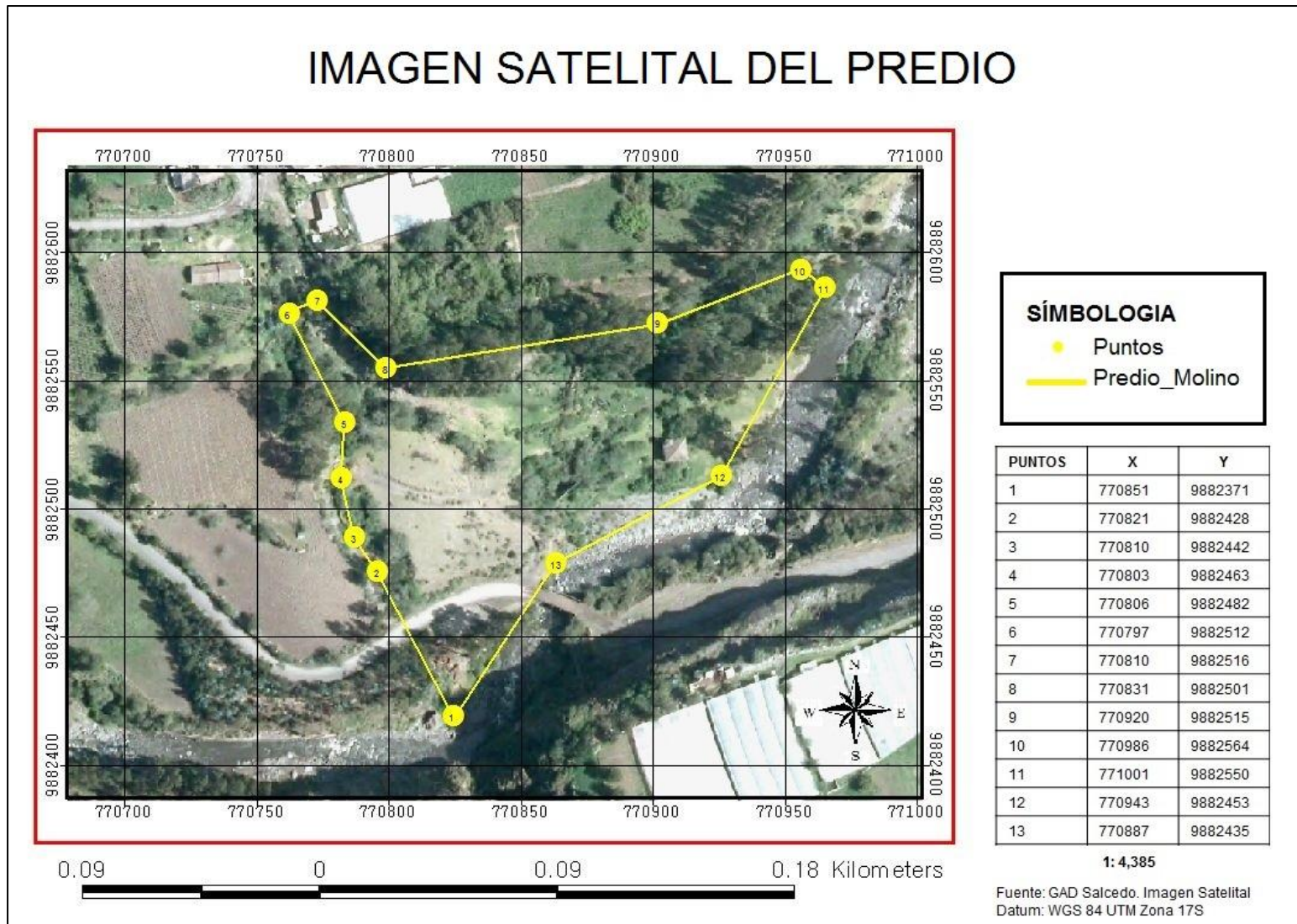


Figura 4-5. Ortofoto del predio para el proyecto
Realizado por: Jesenia Porras

3. Tipología de construcción

La característica principal del proyecto es la forma de la construcción, misma que estará en armonía con el entorno natural, por lo que se plantean estructuras de tipo rústica, mezclando materiales propios del lugar como la madera y piedra con otros materiales como el ladrillo, aplicando un modelo de sismo resistencia, lo que poseerá absoluta concordancia con las características climáticas, para mantener los adecuados niveles de confort, protección de los turistas y garantizar la durabilidad de los materiales empleados en la construcción.

Se realizarán también trabajos de reconstrucción, debido a que en el lugar se encuentran ruinas que pertenecieron a edificaciones de molinos antiguos y una edificación correspondiente a la primera planta eléctrica del cantón Salcedo, construida principalmente con piedra.

Para la determinación de las construcciones se consideraron los siguientes aspectos:

a. Condiciones ambientales

- 1) **Temperatura:** oscila entre 15-20°C.
- 2) **Altitud:** el valle Yanayacu se encuentra ubicado a 2.600 m.s.n.m.
- 3) **Precipitación:** 250 – 500 mm anuales.
- 4) **Humedad relativa:** 70% promedio anual.

b. Tipo de materiales

Los materiales a utilizar para este proyecto serán los más adecuados para tratar de mitigar al mínimo los impactos causados por la construcción. Se utilizarán principalmente los materiales de la zona, los cuales son:

- Piedra, este material se encuentra en la ribera del río Yanayacu. Se utilizará para la construcción de las cabañas, piscina, adecuación de senderos y piscinas para peces.

- Madera de eucalipto, existe alrededor de 50 árboles de eucalipto de 40 a 50 m. de alto aproximadamente. Servirá para la cubierta de las diferentes cabañas, medios interpretativos y adecuación de senderos.
- Arena, se utilizará para las mezclas de concreto.

También se hará la adquisición de materiales como:

- Barro, grava, arcilla, para las mezclas de concreto.
- Cemento para los morteros
- Hormigón (mezcla de cemento, arena, grava o ripio, agua), para las estructuras de las construcciones.
- Ladrillo (bloques de adobe o arcilla que se calienta a elevadas temperaturas, 900°C), para las paredes.
- Vidrio (mezcla de arena de sílice, carbonato de sodio y caliza por fusión a 1500°C) para las ventanas.
- Azulejo o cerámica esmaltada (la arcilla se calienta a elevadas temperaturas, 900°C o

Más), para cocina, baños, duchas, piscina.

- Cobre, esencialmente en instalaciones de electricidad y fontanería.
- Chova, aislante térmico.
 - Sintéticos, se usan como: aglomerantes, sellantes, impermeabilizantes, aislantes, o también en forma de pinturas, esmaltes, barnices y lasures. Entre ellos los más utilizados son: PVC o policloruro de vinilo, con el que se fabrican carpinterías y redes de saneamiento; acrílicos, derivados del propileno como el metacrilato, que es un plástico en forma transparente para sustituir al vidrio

4. Diseño técnico

a. **Diseño arquitectónico**

El diseño arquitectónico está compuesto por los diferentes planos, en los cuales se especifica los componentes del centro recreacional turístico, para lo cual se consideraron ciertos parámetros identificados en el perfil del turista. El diseño fue elaborado con la ayuda de un profesional de Arquitectura.

Se elaboraron los siguientes planos:

Planta de implantación:



Figura 5-5. Plano general de implantación del proyecto

Realizado por: Arq. Andrés Olalla

Planos arquitectónicos, fachadas y perspectivas:

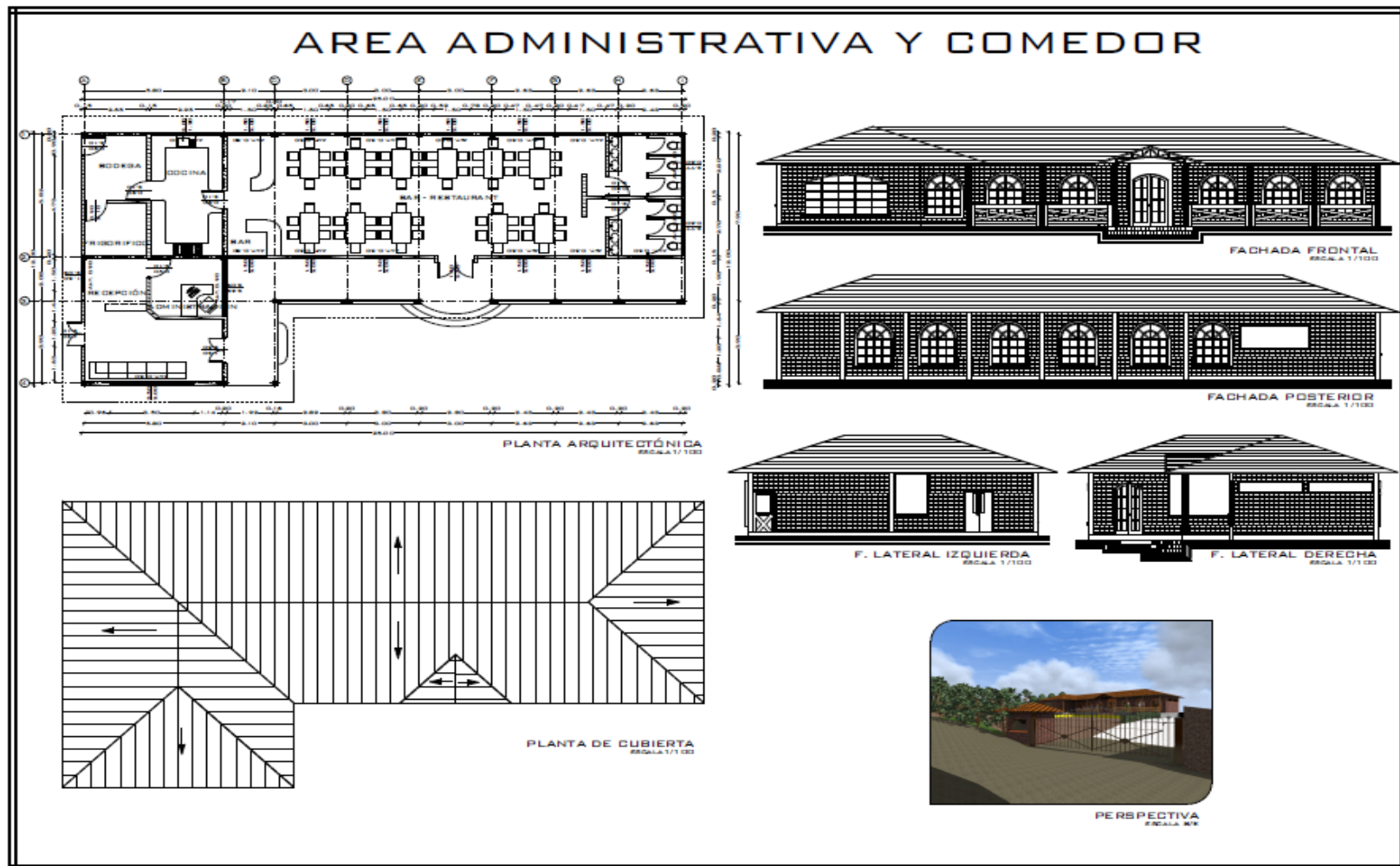


Figura 6-5. Planos del área administrativa y restaurante

Realizado por: Arq. Andrés Olalla

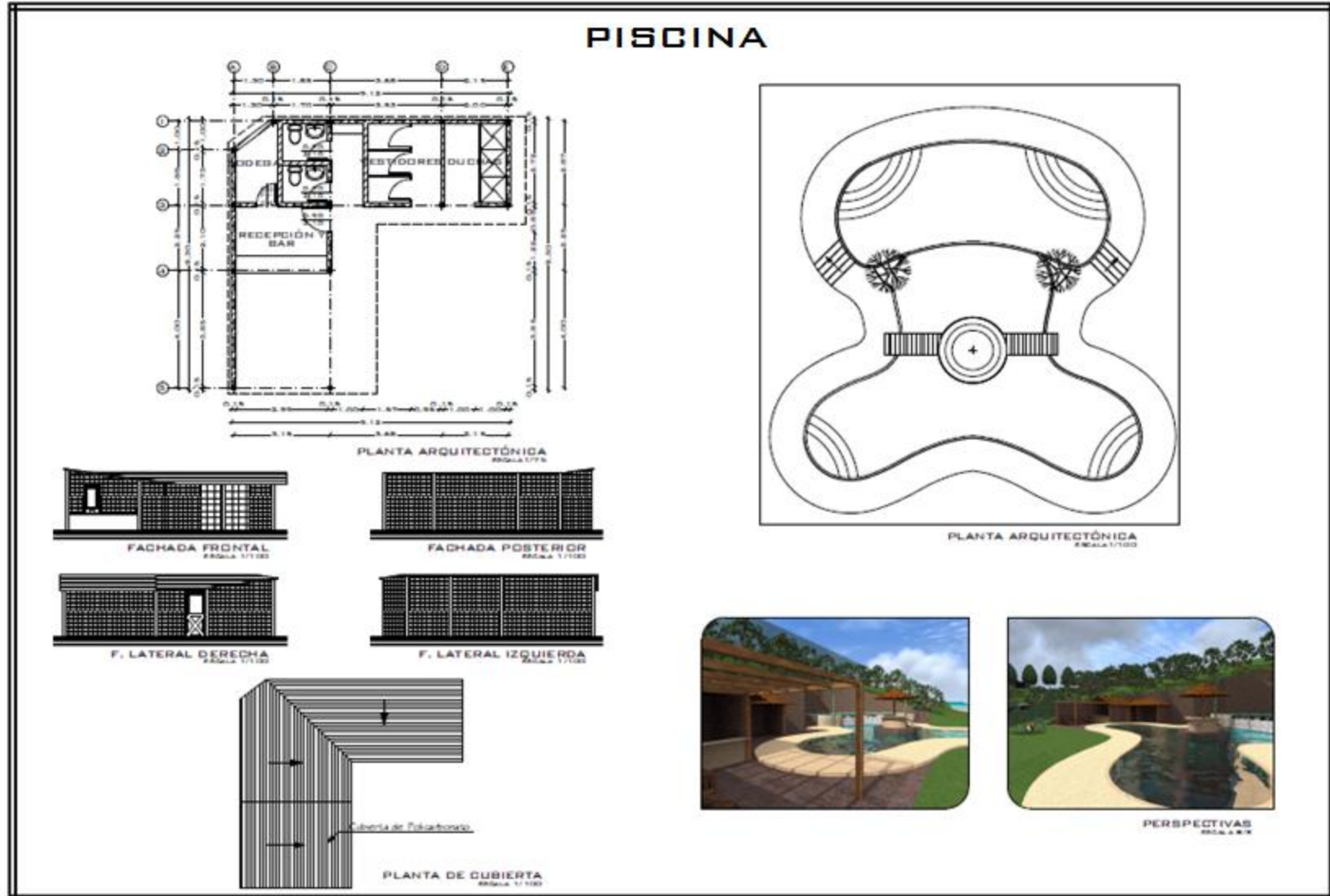


Figura 8-5. Plano del área de piscina

Realizado por: Arq. Andrés Olalla

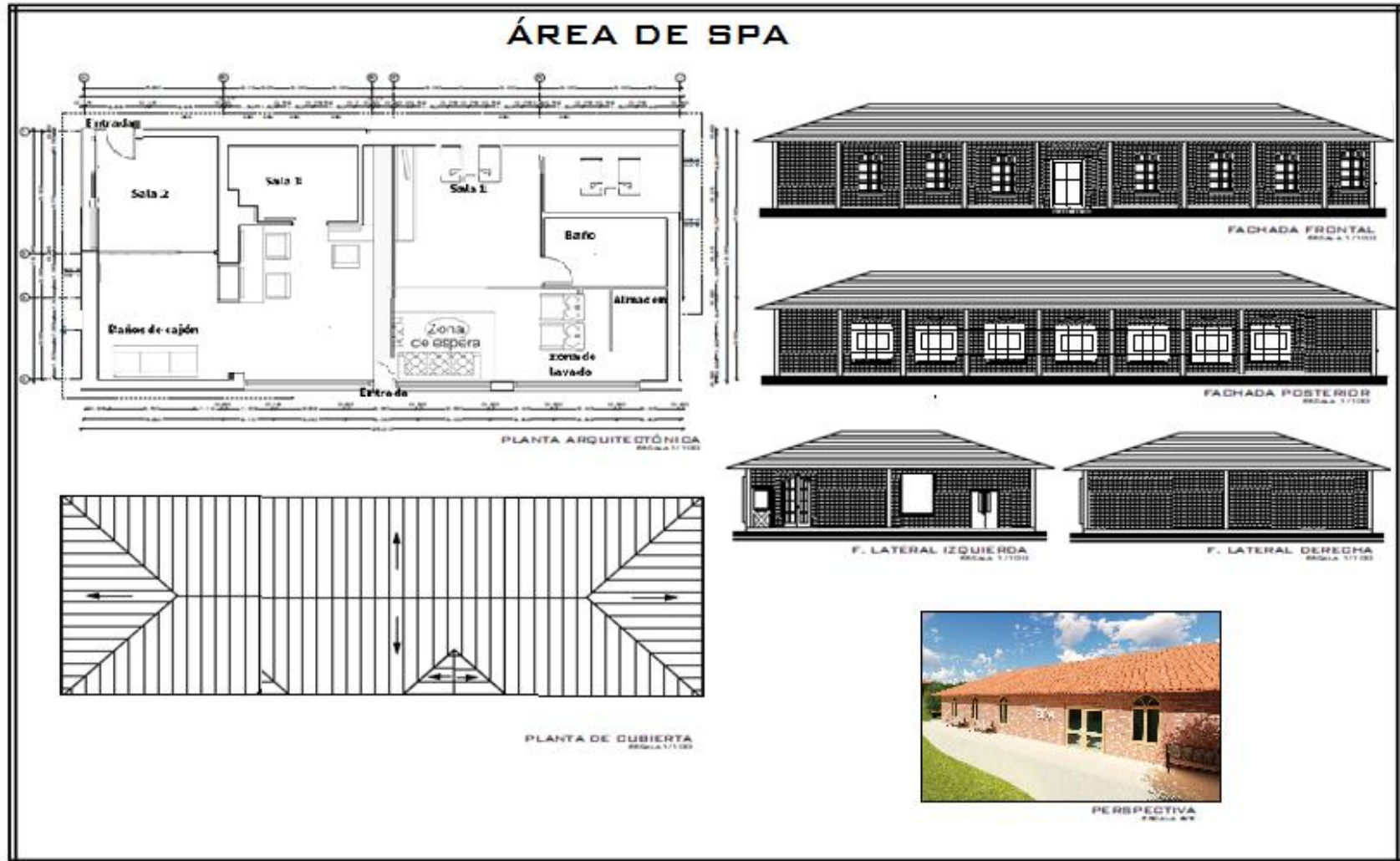


Figura 9-5. Plano del área de spa
Realizado por: Arq. Andrés Olalla

1) Distribución y características de la construcción

En los planos se observa que para la construcción de la obra, se tiene en cuenta el desnivel natural del terreno, lo que mejora la visión del espacio y genera referentes visuales para el usuario.

El diseño arquitectónico integra las áreas con las del centro recreacional de acuerdo al estudio de mercado y a las condiciones del terreno, en el que desatacan la administración/recepción, restaurante, comedor, canchas deportivas, criadero de truchas, zona de juegos, piscina, spa, museo, puestos para la venta de artesanías y otros productos del lugar, área de picnic y parrilladas, área de camping, servicios sanitarios, parqueadero.

Se establecieron caminerías, y un sistema de señalética que facilite la visita individual o guiada.

Tabla 50-5: Distribución de las áreas del centro recreacional turístico.

Área total centro recreacional: 1,5 ha.	
Descripción	Área de construcción (m²)
Administración/recepción	36 m ²
Alimentación	188 m ²
Canchas deportivas	900 m ²
Pesca recreativa	41 m ²
Zona de juegos	220 m ²
Piscina	200 m ²
Spa	232 m ²
Picnic-parrilladas	242 m ²
Camping	242 m ²
Parqueadero	200 m ²
Servicios sanitarios	50 m ²
Museo	51 m ²
Sendero	644 m ²
Área total de construcciones	2602 m²

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras

a) Área de administración/recepción**i. Propósito**

Contar con un área destinada para la administración y recepción de los turistas.

ii. Descripción

Abarca un área pequeña de 36 m², donde se encuentra la oficina administrativa y una sala para recepción e información turística. La estructura es hormigón armado, mampostería de ladrillo artesanal y cubierta de madera; ubicada a un costado del área de alimentación, en la misma edificación.

iii. Decoración

Para la decoración se tomará en cuenta la distribución de espacios, en la oficina administrativa se mantendrá el diseño rústico y para la sala de recepción e información turística se utilizará fotografías históricas y naturales del valle de Yanayacu.

b) Área de alimentación:**i. Propósito**

Ofrecer distintos platos típicos con servicio de calidad, cumpliendo con los mejores estándares durante el proceso de elaboración de cada plato, preparados principalmente con alimentos orgánicos, rescatando a la vez los sabores y recetas tradicionales.

ii. Descripción

El área de restaurante posee 4 ambientes en un área de 188 m²: cuenta con un comedor, con 7 mesas para 42 pax; cocina estilo rústico; bodega y frigorífico.



Figura 10-5. Diseño arquitectónico del restaurante

Realizado por: Arq. Andrés Olalla

iii. Decoración

Específicamente para el área del comedor se utilizarán objetos antiguos, mantelería de textiles, cuadros con fotografías de huertos frutales, río, especies de aves y otros atractivos del valle de Yanayacu.

c) Área de recreación

i. Propósito

Contar con espacios en los que se combine la naturaleza con adecuadas infraestructuras al aire libre, para que los visitantes puedan acceder a áreas verdes, juegos y diferentes actividades, con el fin de entretenerse, divertirse y recrearse entre familia, amigos o individualmente.

ii. Descripción

Se divide:

- **Canchas deportivas:** Se contará con dos mini canchas para indor y vóley, las mismas que se puede utilizar para otras actividades lúdicas. Abarca 900 m².
- **Zona de juegos:** La zona de juegos abarca un área de 220 m², tendrá varias atracciones como columpios, sube y baja, puente colgante, estación de juegos, juego de barra, etc.; elaborados en madera y otros materiales resistentes como el metal.



Figura 11-5. Diseño arquitectónico de la zona de juegos

Realizado por: Arq. Andrés Olalla

- **Pesca recreativa:** Contempla un área de 41 m² con tres piscinas para truchas y un muelle de madera con cubierta. Junto al criadero de truchas se encuentra una pequeña cabaña, que hará las funciones de bodega.



Figura 12-5. Diseño arquitectónico del área de pesca recreativa

Realizado por: Arq. Andrés Olalla

- **Sendero ecológico con áreas de descanso:** Se estableció un sendero con señalética interpretativa en la zona de bosque, en el cual se instalarán estaciones de descanso. Toda el área abarca 644 m².



Figura 13-5. Diseño arquitectónico de estaciones de descanso.

Realizado por: Arq. Andrés Olalla

- **Camineras:** Se definieron caminos de tránsito peatonal.
- **Áreas verdes y jardines:** Área con ornamentación de varias especies de flores, se adecuará los espacios de césped, y se mantendrá algunas especies de plantas existentes en el sitio.

iii. Decoración

Las distintas zonas estarán marcadas por madera y rodeadas de jardines, en la zona de juegos las atracciones serán decoradas con colores vivos. Las camineras estarán marcadas por troncos, piedras y cuerdas gruesas de cabuya.

d) Piscina y spa

i. Propósito

Presentar un espacio para la diversión, descanso y salud de los visitantes, que les ayude a relajarse del estrés en un fresco oasis de descanso al filo del río Yanayacu.

ii. Descripción

- **Piscina.-** Piscina natural grande climatizada con dos niveles, la cual cuenta con los siguientes requerimientos mínimos:



Figura 14-5. Diseño arquitectónico del área de piscina.

Realizado por: Arq. Andrés Olalla

- ¹ La piscina contará con vestuarios con guardarropas, duchas, baterías sanitarias, lavapiés; implementos para control de calidad del agua, equipo de prestación de primeros auxilios y avisos de información al usuario.

- ² Características de la piscina: hormigón (material impermeable y resistente), paredes verticales y revestidas al igual que el fondo con materiales impermeabilizantes y resistentes; revestimiento con superficie pulida de fácil limpieza y de color claro; la profundidad de la piscina grande varía entre 0.90 m en la parte más baja, y de 2.00 m en la profunda.

El 80% del área total de la piscina tendrá una profundidad menor a 1.50 m. La parte más profunda se extenderá 3 m. más atrás de la caída del tobogán. Los declives del fondo de la piscina serán uniformes (6%). Tendrá asideros en todo su contorno. En cada una de las esquinas contará con una escalera, de tubo galvanizado de 1½ pulgadas.

¹ Art 216. Normas de construcción y arquitectura. Distrito Metropolitano de Quito.

² Art 217. Normas de construcción y arquitectura. Distrito Metropolitano de Quito.

- ³Vestuarios: los vestuarios serán separados para hombres y mujeres, con pisos pavimentados, material antideslizante en seco y en mojado; paredes revestidas de material liso e impermeable.
- ⁴Baterías sanitarias en piscinas.- Las baterías sanitarias estarán localizadas cerca de los vestuarios, y de uso exclusivo para bañistas y separadas para hombres y mujeres; el número de piezas sanitarias será de acuerdo a la capacidad de la piscina: 1 inodoro por cada 60 personas, 1 lavamanos por cada 60 personas, 1 ducha por cada 30 personas, 1 urinario por cada 60 personas.
- ⁵Lavapiés en la piscina.- Los Lavapiés estarán localizados a la entrada de la piscina, forzando al bañista a caminar y desinfectar sus pies. Tendrán dimensiones de 3 x 1 x 0,30 m el nivel del agua será mantenido a 0,20 m.
- ⁶Circulación perimetral a la piscina.- Rodeando a la piscina o al lavapiés. Se construirá un pasillo de 1,20 m de ancho con un declive de 2% en el sentido contrario al de la piscina, con superficie antideslizante.
- ⁷Entradas y evacuación de agua.- La piscina tendrán cuatro entradas de agua localizadas en la parte menos profunda, y su dimensión será de 75 mm de diámetro. Existirá una canalización para la renovación constante del agua que se conectará a canales preexistentes de los molinos antiguos que funcionaban como desagüe. Estas salidas estarán localizadas en la parte más profunda de la piscina y tendrán un diámetro de 150 mm.
- ⁸Iluminación artificial: la iluminación artificial de la será uniforme, con una equivalente a 120 a 200 lux; difusa, para eliminar los puntos intensos de luz.
- ⁹Equipo de emergencia en piscinas.- Cuerdas y boyas, botiquín y equipo de primeros auxilios y varas de madera de una longitud igual a la mitad del ancho de la piscina.

³ Art 218. Normas de construcción y arquitectura. Distrito Metropolitano de Quito

⁴ Art 219. Normas de construcción y arquitectura. Distrito Metropolitano de Quito

⁵ Art 220. Normas de construcción y arquitectura. Distrito Metropolitano de Quito

⁶ Art 221. Normas de construcción y arquitectura. Distrito Metropolitano de Quito

⁷ Art 226. Normas de construcción y arquitectura. Distrito Metropolitano de Quito

⁸ Art 227. Normas de construcción y arquitectura. Distrito Metropolitano de Quito

⁹ Art 231. Normas de construcción y arquitectura. Distrito Metropolitano de Quito

- **Spa con área de relajación:**

Cabaña de 232 m². Construcción en ladrillo, ubicada sobre las ruinas de antiguos molinos, de los cuales se utilizará los cimientos que se encuentran en buenas condiciones. Cuenta con:

- 1 sala de aromaterapia
- 1 sala de masajes
- 1 sala con baños de cajón
- Sauna, baño turco e hidromasaje.



Figura 15-5. Diseño arquitectónico del spa.

Realizado por: Arq. Andrés Olalla

iii. Decoración

Las piscinas estarán rodeadas de jardines. Las salas de Spa estarán decoradas con obras de arte y piedras del lugar, pintadas a mano con coloridos pigmentos naturales representando frutas del área y los elementos de la vida: agua, aire, tierra, fuego.

e) Área de picnic y parrilladas

i. Propósito

Presentar a los visitantes un espacio en el que puedan preparar asados o parrilladas y disfrutar de la comida al aire libre con todas las comodidades.

ii. Descripción

Área verde con amplias mesas de picnic, bancas y 2 parrillas para 12 personas, lavaderos, kioscos para la venta de productos locales, basureros y cercanía a baterías sanitarias.



Figura. 16-5. Diseño arquitectónico del área de picnic/parrilladas.

Realizado por: Arq. Andrés Olalla

f) Área de camping

i. Propósito

Determinar una zona específica en la que los visitantes puedan armar sus carpas y disfrutar la tranquilidad que le brinda la naturaleza, contando con los equipos y seguridades necesarias.

ii. Descripción

Se ubica a un costado del área de picnic y se encuentra conectado a un camino que dirige al sendero ecológico.

g) Área de parqueadero**i. Propósito**

Determinar un espacio óptimo para la ubicación y seguridad de los vehículos, tanto automotores como bicicletas, con la finalidad de que los visitantes puedan realizar tranquilamente las diferentes actividades en el centro recreacional turístico.

ii. Descripción

La zona para el parqueadero se ubica en la parte frontal, cercano al acceso principal. El espacio que se dispone es de 200 m², dividido en 11 espacios individuales para cada vehículo. Para las bicicletas se colocará dos aparcabicis para 6 vehículos cada uno, con bases metálicas para que puedan ser aseguradas con cadenas.

El espacio contará con señalización horizontal y vertical; y simbología para personas con discapacidad.

h) Servicios sanitarios**i. Propósito**

Brindar servicios higiénicos de calidad para las necesidades básicas de los visitantes.

ii. Descripción

Serán independientes para ambos sexos, se instalarán 3 inodoros, 5 urinarios y 4 lavabos para hombres. Para mujeres se instalarán 5 inodoros y 4 lavabos. En cada sección se instalará un bebedero de agua purificada y se instalarán además, servicios

sanitarios para personas con capacidades especiales. Se ubicará cerca del área de picnic y del área de camping.

i) Cerramiento

i. Propósito

Resguardar la infraestructura física y la integridad de los clientes.

ii. Descripción

La altura de los muros de cerramientos que lindan con lotes privados será de 0,60 m, siendo el resto del cerramiento enrejado, hasta alcanzar una altura de 3 m, que permita transparencia.

j) Museo

i. Propósito

Recuperar la construcción existente para que sirva como un espacio, en el que se pueda presentar la memoria viva de la localidad, recreando la primera planta eléctrica y los molinos de granos que existían en el sitio.

ii. Descripción

La infraestructura existente data del siglo XX, es de estilo arquitectónico colonial. Se encuentra elevado sobre el nivel del terreno, a través de un zócalo de piedra pishilata, sus cubiertas son tradicionales a cuatro aguas de teja de barro recocido; está formada por una aporticada de madera, y cimentación corrida. Las paredes son de piedra pishilata.

La casona tiene una superficie total de 51 m².

Se utilizará medios interpretativos como exhibiciones fotográficas antiguas del sitio, murales de la primera planta eléctrica y de los molinos antiguos, estante mostrador de objetos que se puedan rescatar de lo que existía en el lugar, demostraciones interpretativas sobre el proceso de molienda y del funcionamiento de la planta.

iii. Decoración

El tumbado de este espacio será cubierto con elementos naturales locales. Para la ambientación externa se pintarán murales en las paredes.



Figura 17-5. Estructura para el Museo

Autor: Jesenia Porras

k) Tratamiento y eliminación de basura

i. Propósito

Contar con un sistema adecuado de tratamiento y eliminación de basura generada en el centro recreacional turístico.

ii. Descripción

Se ubicarán recipientes de clasificación de basura o puntos limpios, que posean la clasificación: plástico, papel, desechos orgánicos y desechos inorgánicos. Todos los desechos inorgánicos, serán llevados al cantón Salcedo para su posterior desalojo a través de carros recolectores, el plástico y papel serán entregados en la planta de tratamiento del cantón o a recolectores de estos desechos, mientras que los desechos orgánicos se utilizarán para la elaboración de compost.

2) Presupuesto de instalaciones

Tabla 51-5: Presupuesto de instalaciones para en centro recreacional

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO
Administración	Oficina de administración y recepción	36 m ²	25 000,00
Alimentación	Cocina Comedor Frigorífico Bodega	188 m ²	65 800,00
Recreación	Canchas deportivas Pesca recreativa Zona de juegos Sendero con áreas de descanso	900 m ² 41 m ² 220 m ² 644 m ²	40 000,00 15 000,00 20 000,00 10 000,00
Piscina	Piscina, duchas, vestidores	200 m ²	65 000,00
Spa	Baños de cajón, 2 salas	232 m ²	44 000,00
Picnic	Adecuación espacio	242 m ²	1 500,00
Camping	Adecuación espacio	242 m ²	1 500,00
Baterías sanitarias	Baterías sanitarias	50 m ²	8 000,00
Museo	Reconstrucción	51 m ²	8 000,00
Parqueadero	Adecuación	200 m ²	6 000,00
Cerramiento	Cerramiento	1 ha	7 000,00
		Subtotal	316 800,00
Movimiento de tierra	Trabajos de excavaciones, desbroces, y nivelaciones.	3256	71 512,00
		Total	388 312,00

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras

b. Estructura técnica del servicio

Considerando los datos obtenidos en el estudio de mercado, se estructuraron los servicios de la siguiente manera:

1) Servicio de restaurante /bar

- **Horarios de atención:**

- **Restaurante:** viernes a domingo de 11h00 a 18H00 (lunes a jueves, previa a reservación)

- **Bar:** viernes a domingo de 9h30 a 18h00

- **Capacidad:** 42 personas

- **Especialidad:** Comida típica ecuatoriana:

- **Carta:** Receta platos típicos;

Trucha asada (\$5,00): Trucha, arroz, ensalada fría, maduro cocido, limón. (inc. copa de vino)

Trucha al vapor (4,50): Trucha, arroz, maduro cocido, limón. (inc. copa de vino)

Ají de cuy (\$4,00): Cuy (1/4 parte), papas, lechuga, ensalada, aguacate.

Choclos con habas y queso (2,00)

Caldo de gallina criolla (\$3,50): Con papas y verduras orgánicas producidas en la comuna.

Colada morada (1,00): Acompañada con una empanada de viento.

- **Postres:** Receta postres

Delicia de Babaco (\$1,00): Babaco en almíbar acompañado con galleta crocante y helado de vainilla

Moras calientes (\$3,00): Helado de vainilla acompañado de salsa de moras caliente.

- **Bebidas frías:**

Agua mineral \$ 0,60

Agua con gas \$ 0,75

Gaseosas personales: \$ 0,60

Té helado \$ 1,00

- **Cervezas:**

Pilsener o Club \$ 2,00

- Jugos naturales:

Limón \$ 0,75

Mora \$ 0,75

Naranja \$ 0,75

Tomate de árbol \$ 0,75

Chicha \$0,75

Jarra de cualquier fruta \$3,50

Jarra de chicha \$3,50

- Acompañado para bebidas

Empanadas de viento: \$0,50

Costo de Recetas (**Anexo N°3**)

2) Piscina

- **Horario de atención:** viernes a domingo de 9h30 a 18h00 (lunes a jueves, previo a reservación)
- **Tarifa:** Adultos: \$3,00; niños \$2,00
- **Servicios:** Piscina, sauna, turco, hidromasaje.
- **Incluye:**
 - Uso de área recreativa: acceso a canchas deportivas, zona de juegos, recorrido por criadero de truchas, visita al museo, área de picnic/parrilladas, puestos de artesanías/venta de productos, y recorrido por el sendero ecológico.
 - Duchas, vestidores y baterías sanitarias
- **Sin cargo extra:**
 - Canastillas
 - Pelotas
 - Parqueadero
- **Capacidad de la piscina:** 40 personas en cada nivel
- **Condiciones y restricciones:**

Los bañistas tendrán que pasar obligatoriamente por las duchas y lavapiés antes de ingresar a la piscina.

3) Spa

- **Horario de atención:** viernes a domingo de 9h30 a 18h00 (lunes a jueves, previo a reservación)
- **Servicios:**
 - **Tratamientos corporales:** Baños de cajón (1 hora) \$5,00
 - **Masajes:** Masaje de equilibrio, de espalda y de pies (30 min) \$7,00
 - **Aromaterapia:** Relajación con aceites esenciales (30 min) \$5,00

Los precios fueron considerados tomando en cuenta el análisis de la competencia.

4) Picnic/parrilladas

- **Horario de atención:** viernes a domingo de 9h30 a 18h00
- **Tarifa:** \$0,00 (servicio incluido en el precio de entrada)
- **Servicio:** Área verde con parrillas, mesas y bancas

5) Camping

- **Horarios de atención:** viernes a domingo de 9h30 a 18h00 (lunes a jueves, previo a reservación)
- **Tarifa:**
 - Servicio de alquiler del espacio con carpa incluida \$5,00
 - Servicio de alquiler del espacio sin carpa \$3,00
- **Servicios**
 - Servicio de recepción e información
 - Bar
 - Parrillas
 - Mesas y bancas
 - Servicios sanitarios
 - Duchas de agua caliente
 - Acceso al área recreativa

- **Condiciones y restricciones:**

- Firmar el documento de descargo donde se compromete a respetar las reglas de la actividad, al igual que responder por la pérdida de objetos personales.
- Los menores de edad deben ir acompañados de un adulto.
- Prohibido el consumo de drogas, alcohol, cigarrillos y sustancias estupefacientes.
- Prohibido llevar juegos pirotécnicos (bengalas y sustancias inflamables).
- Prohibido armas blancas y de fuego.
- Prohibido irrespetar las áreas para caminadas y camping.
- Evitar el desperdicio de agua.
- Mantener limpia el área de camping.
- Llevar linterna.

Las personas que irrespeten las reglas serán expulsadas del camping sin devolución de dinero.

Cálculo del precio (**Anexo N°4**)

7) Canopy

- **Horarios de atención:** viernes a domingo de 9h30 a 18h00 (lunes a jueves, previo a reservación)
- **Tarifa:** \$10,00 por pax.
- **Servicio:** Vértigo asegurado, permite al visitante deslizarse desde la parte superior hacia abajo, suspendido en un cable de acero que cruza el río Yanayacu, con una longitud de 150 m aproximadamente. Se proveerá al turista el equipo necesario consistente en: casco, arnés, guantes, descendedores, y cintas.
- **Incluye:** Guía
- **Condiciones y restricciones:**
 - El turista debe firmar la carta de renuncia de responsabilidad que le otorgue el guía.
 - Seguir las indicaciones del instructor como así también las señales visuales para el desarrollo de la actividad.
 - Ingerir abundante agua fresca, para evitar la deshidratación.
 - Está prohibido el consumo de alcohol o sustancias psicotrópicas, antes o durante el desarrollo de la actividad.
 - Ninguna persona con problemas serios de salud puede desarrollar la actividad.

- No utilizar el pelo suelto, utilizar el casco para sujetarlo en caso de tenerlo muy largo, utilizar sujetadores elásticos que eviten que éste pueda enredarse entre el cable y el sistema de movimiento.
- Utilizar calzado y ropa cómoda, no utilizar ropa suelta o cordones que queden sueltos a fin de evitar que los mismos se enreden entre el cable y los sistemas de movimiento.
- No manipular el equipo técnico durante las charlas informativas y de seguridad.
- Todos los menores de 18 años para participar en la actividad de canopy deberán estar acompañados de su padre, madre o responsable mayor de edad, el cual deberá firmar la declaración de reconocimiento de riesgos en representación del menor.
- La edad mínima para desarrollar la actividad es de 10 años.
- El guía es la única persona que puede colocar, adaptar y manipular el equipo a utilizar.

Cálculo del precio (**Anexo N°5**)

7) Pesca recreativa

- **Horarios de atención:** viernes a domingo de 9h30 a 18h00
- **Tarifa:** Pescado \$1,50 c/u
- **Servicio:** Caña de pescar y carnada.

8) Actividades adicionales vinculadas al centro recreacional turístico

a) Ciclismo

- **Horarios de atención:** viernes a domingo de 9h30 a 18h00
- **Tarifa de alquiler del equipo:** \$2,50
- **Guía:** Guía nativo con conocimientos generales sobre la comunidad, y el lugar de operación; normas de comportamiento, seguridad y uso del equipo, primeros auxilios, educación ambiental.
- **Tiempo de recorrido:** 30 min- 1h.
- **Lugares de recorrido:** Comuna de Yanayacu y el sector de San Pablo.

Cálculo del precio (**Anexo N°6**)

b) Caminata guiada

- **Horario de atención:** viernes a domingo de 9h30 a 18h00
- **Tarifa:** \$2,00 por pax.
- **Guía:** Guía nativo con conocimientos generales sobre la historia de la comunidad, y del lugar donde se desarrolla la operación turística; cultura local, atractivos turísticos, educación ambiental, entre otros temas.
- **Tiempo de recorrido:** 1h.
- **Lugares a visitar:** Recorrido interno por el museo, el sendero ecológico y otras áreas del centro recreacional turístico; visita a diferentes lugares de la comuna, como el carrizal, huertos frutales, mirador en el sector de San Pablo.

c) Actividades lúdicas

En temporada alta y feriados animación diurna acompañada de actividades lúdicas y deportivas al aire libre como aerobics.

d) Lugares cercanos de interés

Laguna de Yambo, magnífica oportunidad para conocer la belleza del Parque Nacional Llanganates, parroquia San Andrés del cantón Píllaro (a 6 km).

5. Determinación del proceso productivo**a. Flujograma de servicios**

El presente proyecto, por tratarse de una empresa turística, se basa en la producción de servicios como: alimentación y recreación; para los cuales se establecieron los diferentes diagramas de flujo que involucran a los empleados y visitantes, siendo el factor humano la clave para asegurar el éxito de la prestación del servicio.

1) Servicio de alimentación

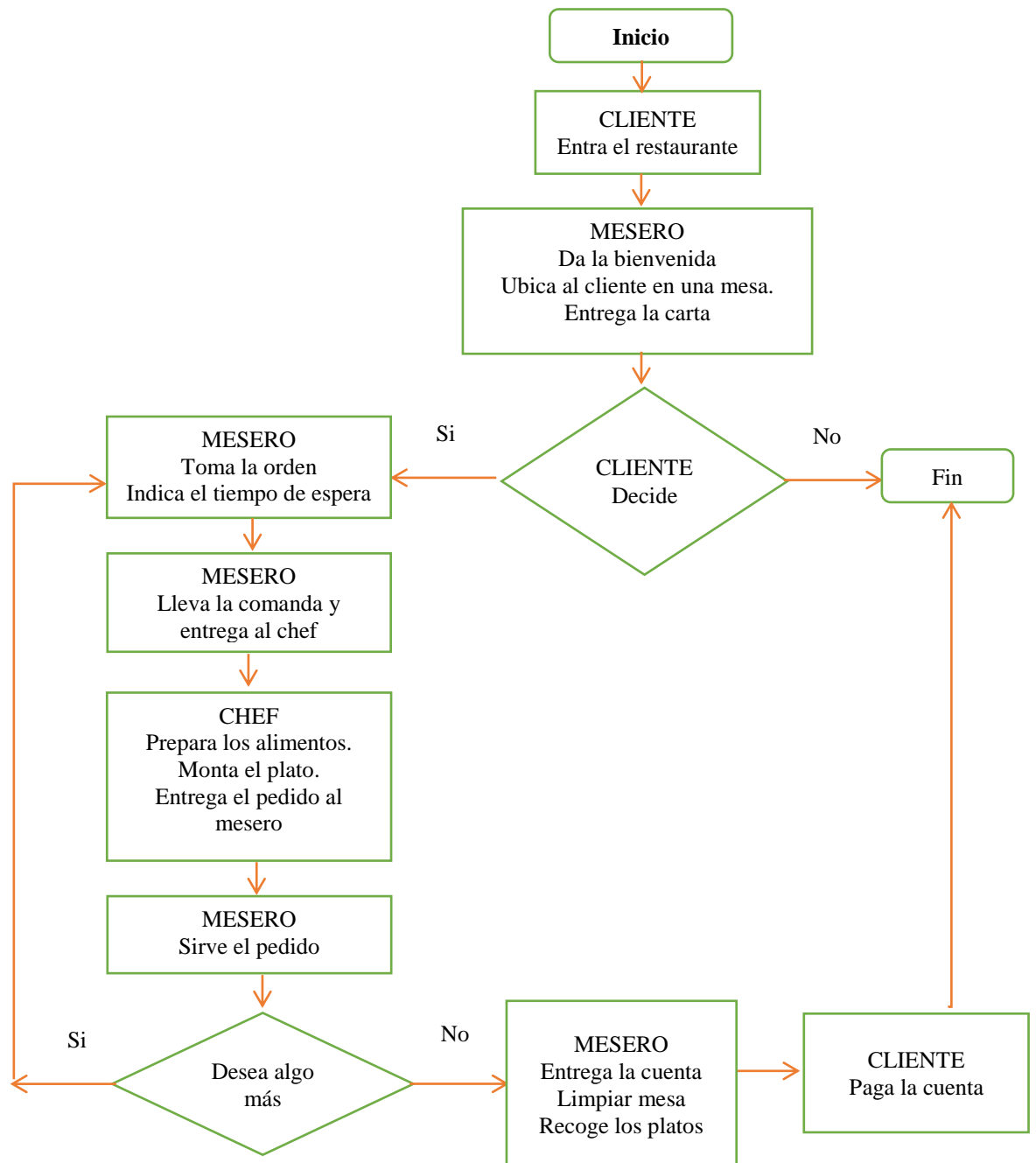


Figura 18-5. Flujograma del servicio de alimentación

Realizado por: Jesenia Porras

2. Piscina/ Spa

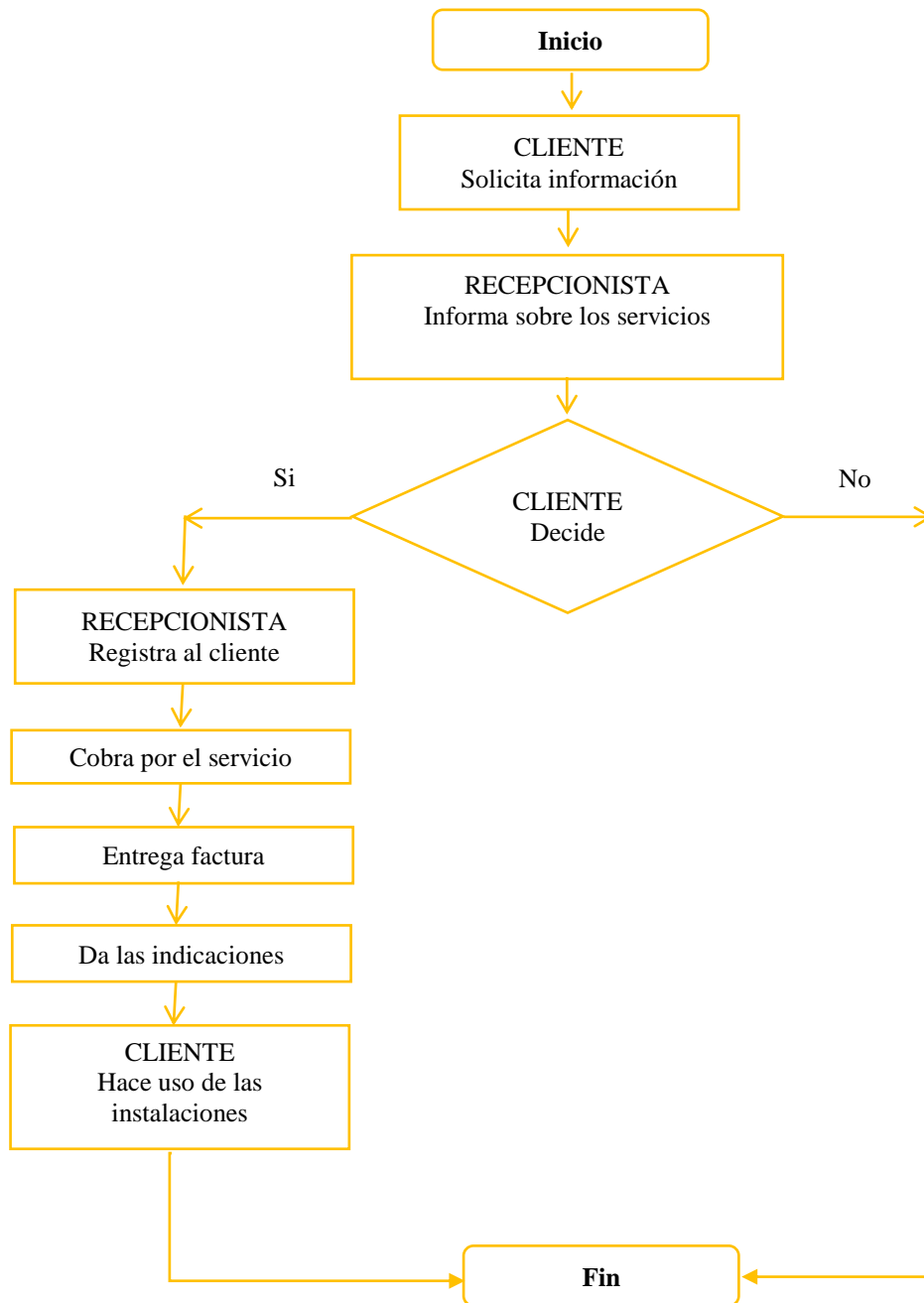


Figura 19-5. Flujograma del servicio piscina/spa.

Realizado por: Jesenia Porras

3. Canopy

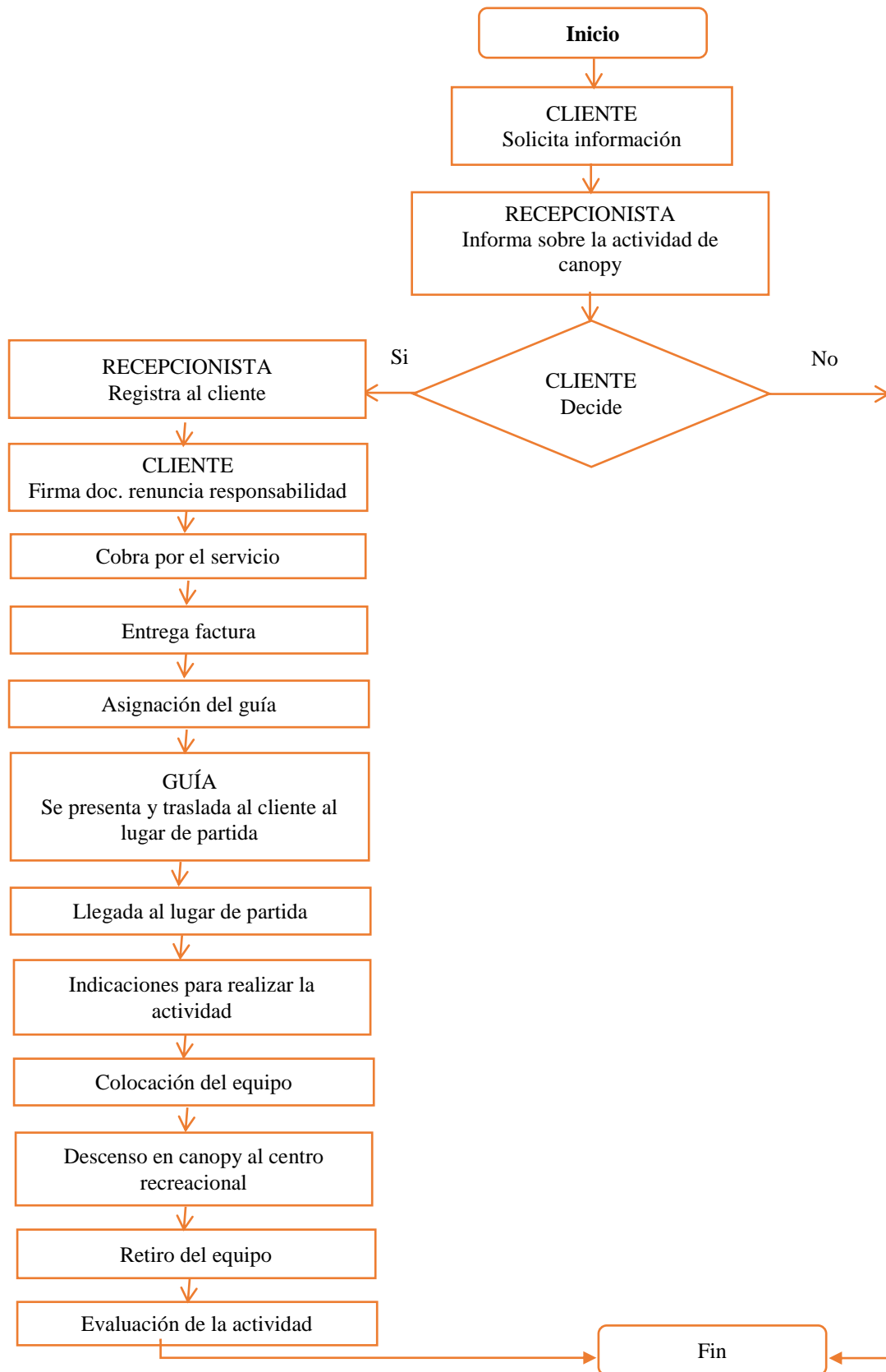


Figura 20-5. Flujograma de la actividad de canopy.

Realizado por: Jesenia Porras

4. Pesca recreativa

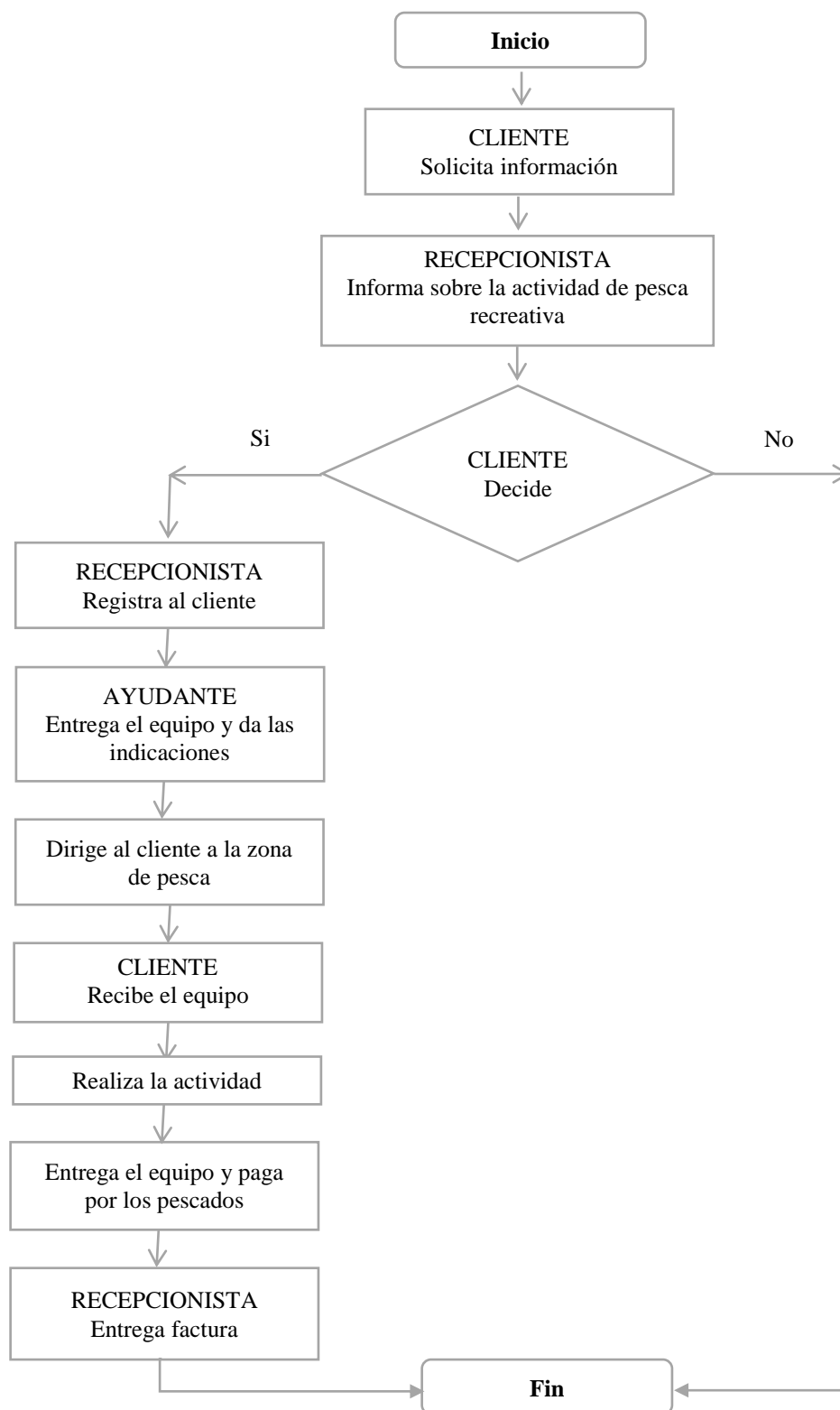


Figura 21-5. Flujograma de la actividad de pesca recreativa

Realizado por: Jesenia Porras

5. Camping

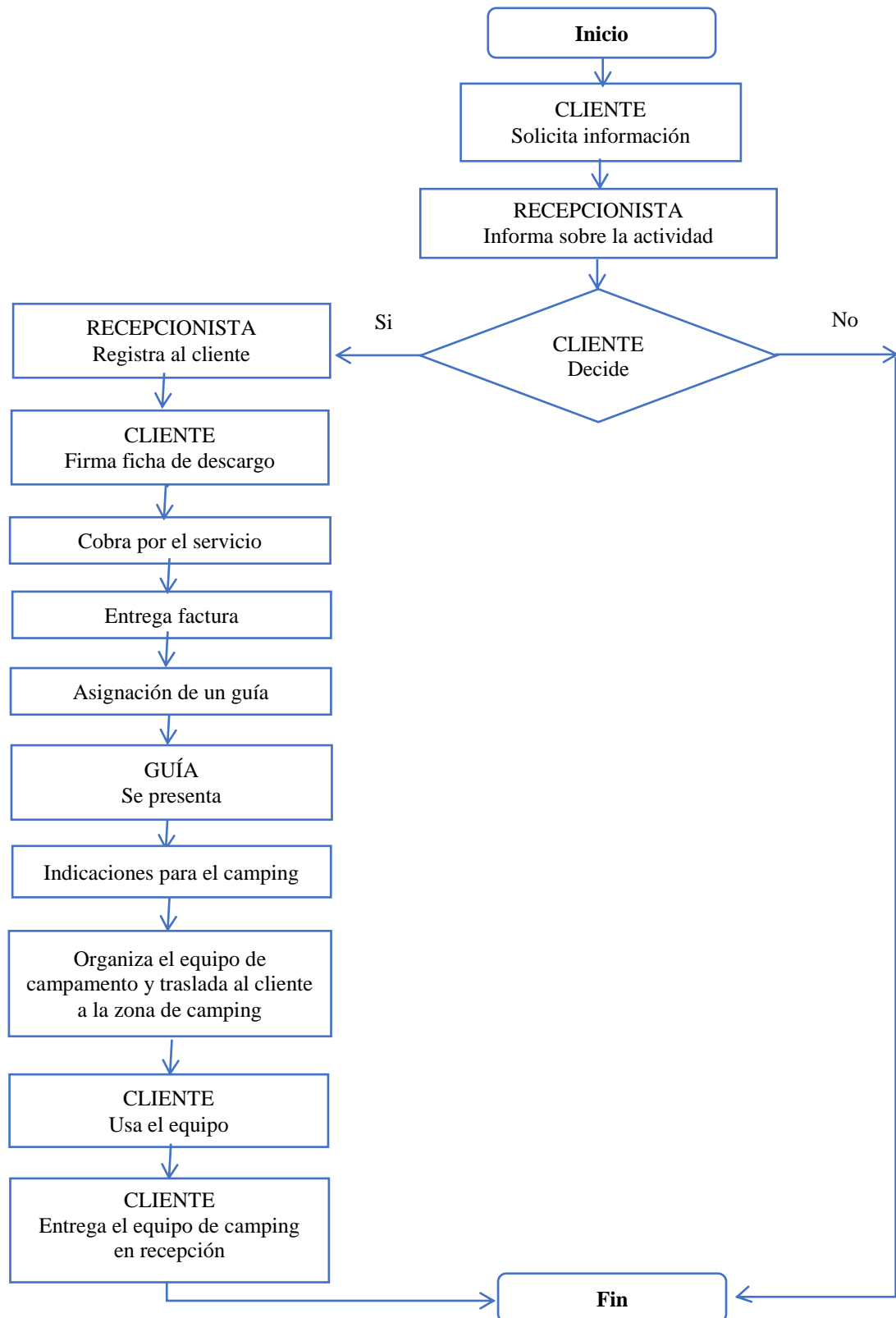


Figura 22-5. Flujograma de la actividad de camping.

Realizado por: Jesenia Porras

6. Caminata guiada

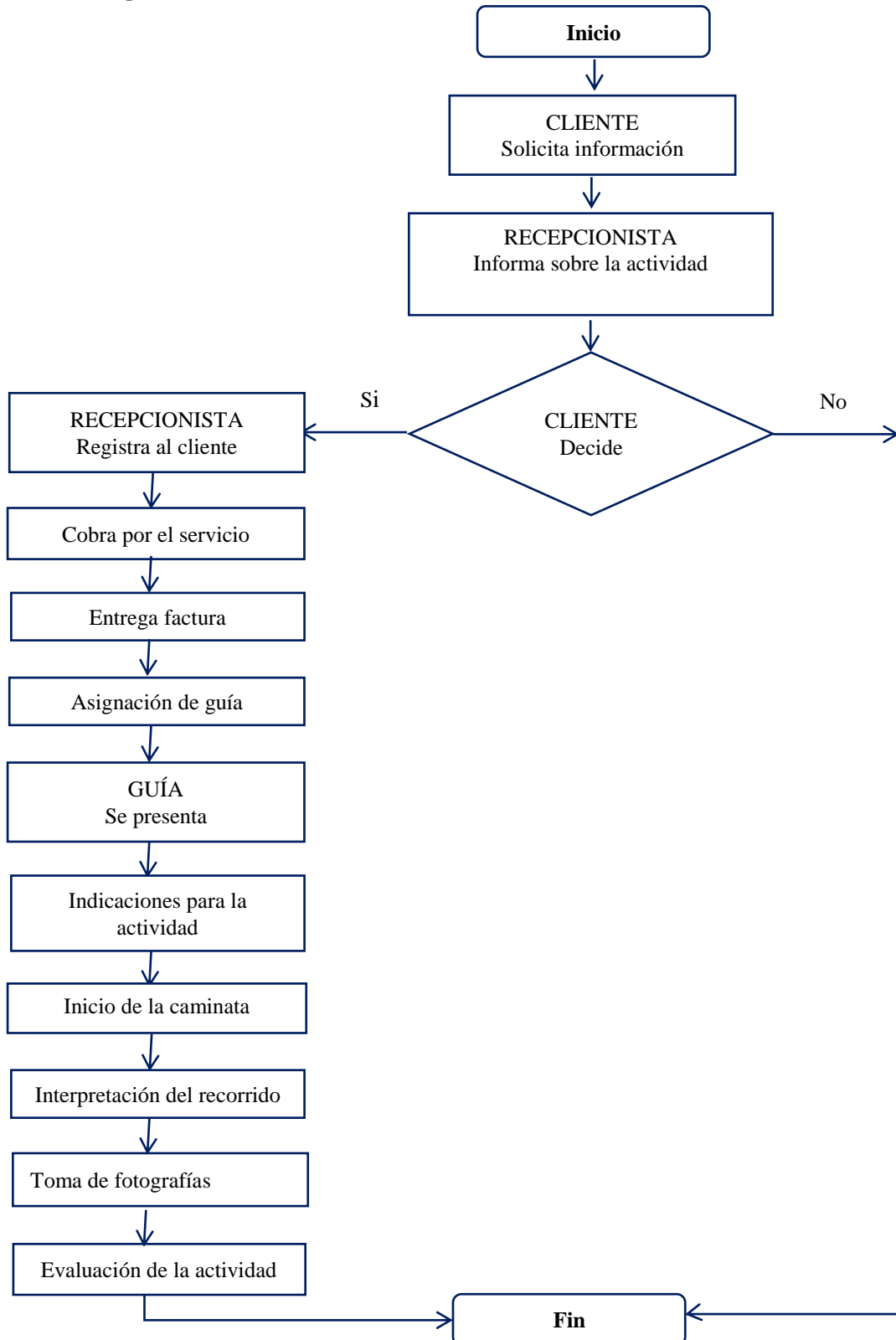


Figura 23-5. Flujograma de la actividad de caminata guiada

Realizado por: Jesenia Porras

7. Ciclismo

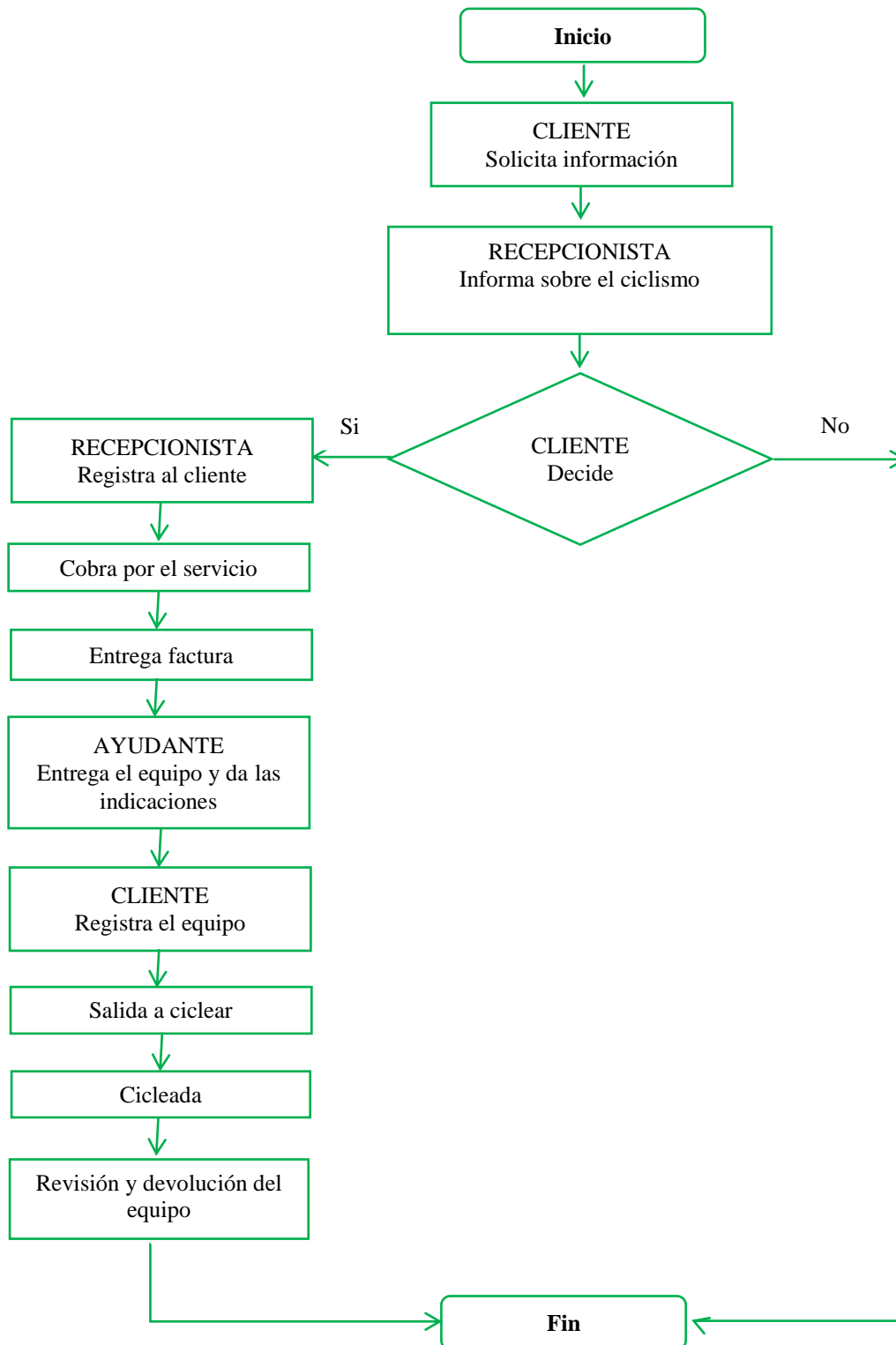


Figura 24-5. Flujograma de la actividad de ciclismo.

Realizado por: Jesenia Porras

b. Requerimiento del área productiva

a) Activos fijos

Tabla 52-5: Activos fijos del área productiva

ACTIVO FIJO	UNIDAD	CANTIDAD	INV.UNITARIA	INV. TOTAL
Terreno	m ²	15100	-	-
Construcciones y edificaciones	m ²	1000	-	412 823,00
Construcción de sendero	km	1,5	500	750,00
Infraestructura para canopy	m ²	10	-	9748,80
			Total	423321,80
Maquinaria y equipo				
Área de alimentación				
Cocina industrial	u	1	550,00	550,00
Tanque de gas	u	2	50,00	100,00
Horno/asador	u	1	310,00	310,00
Refrigerador	u	1	870,00	870,00
Licuadaora	u	1	90,00	90,00
Batidora	u	1	55,00	55,00
Extractor de jugo	u	1	98,00	98,00
Cafetera	u	1	73,00	73,00
Extractor de olores	u	1	290,00	290,00
Extintor	u	1	60,00	60,00
Área recreacional				
Equipo de pesca	u	4	28,00	112,00
Bicicletas	u	6	161,00	966,00
Piscina				
Kit equipo de mantención (piscina)	u	1	70,00	70,00
Área de camping				
Sleeping bag	u	12	59,00	708,00
Carpa (x3)	u	6	160,00	960,00
Aislante	u	12	19,90	238,80
Linterna	u	8	16,00	128,00
Plástico para carpa 3m x c/u	u	12	1,00	12,00
Botiquín primeros auxilios	u	1	39,00	39,00
Canopy				
Arnés "Petzl"	u	5	100,00	500,00
Polea "Petzl"	u	5	142,00	710,00
Mosquetón "Petzl"	u	10	31,00	310,00
Cintas o reata "Cousin" (1,20 m)	u	10	10,00	100,00
Casco "Petzl"	u	5	105,00	525,00
JOKO-Y Línea de vida (60 cm)	u	10	40,00	400,00
Guantes (par)	u	5	25,00	125,00
Ciclismo				
Bicicletas	u	6	239,00	1434,00
Cascos	u	6	25,00	150,00
			Subtotal	9983,80
Muebles y enseres				
Área de alimentación (cocina)				
Mesa	u	1	110,00	110,00
Aparador	u	1	140,00	140,00
Taburete	u	4	18,00	72,00
Área de recreación				
Red de vóley	u	2	45,00	90,00
Piscina/Spa				
Sillas para piscina	u	4	20,00	80,00
Silla de espera tri personal	u	2	85,00	170,00
Espejo	u	3	120,00	360,00
Cama de masaje	u	2	115,00	575,00

ACTIVO FIJO	UNIDAD	CANTIDAD	INV.UNITARIA	INV. TOTAL
Mesa auxiliar	u	1	75,00	75,00
Repisas flotantes	u	3	17,00	51,00
Cabina para baño de cajón	u	3	670,00	2010,00
Baño de vapor	u	1	2800,00	2800,00
Sauna	u	1	2250,00	2250,00
Equipo de aromaterapia	u	3	280,00	840,00
Canastas	u	4	3,00	12,00
Subtotal				9635,00
Menaje				
Área de alimentación (cocina)				
Juego de ollas (x4)	u	2	350,00	700,00
Juego de cucharones (x6)	u	3	10,00	30,00
Juego de sartenes (x3)	u	2	55,50	110,00
Plateros	u	1	52,00	52,00
Tablas de picar	u	3	4,00	12,00
Hachuela pequeña	u	1	12,00	12,00
Juego de cuchillos (x3)	u	2	9,00	18,00
Juego de cubiertos para cocina	u	1	15,00	15,00
Juego de cedazos (x4)	u	1	7,00	7,00
Juego de lavacaros (x4)	u	1	20,00	20,00
Juego de baldes	u	1	28,00	28,00
Recipientes para sal/azúcar	u	2	10,00	20,00
Conjunto toallas de cocina (x3)	u	2	4,50	9,00
Legumbreira	u	1	5,00	5,00
Frutera	u	1	5,00	5,00
Ensaladera (x5)	u	2	8,00	16,00
Rallador	u	1	3,00	3,00
Área recreacional				
Pelota de fútbol	u	2	20,00	40,00
Pelota de vóley	u	2	20,00	40,00
Pito	u	4	1,50	6,00
Piscina/Spa				
Batas	u	10	17,00	170,00
Toalla de mano	u	10	12,00	120,00
Toalla de cuerpo	u	10	5,00	50,00
Sábanas	u	5	13,00	65,00
Trajes de baño	u	15	18,00	270,00
Servicios sanitarios				
Toalla de mano	u	4	5,00	20,00
Subtotal				1843,00
Total				21461,80

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras

b) Costos

i. Materia prima (área de alimentación)

Tabla 53-5: Materia prima para el área de alimentación

MATERIA PRIMA	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cuy	Unidad	20	6,00	120,00	1440,00
Trucha	Unidad	50	1,50	75,00	900,00
Pollo	Unidad	10	8,00	80,00	960,00
Arroz	Quintal	1	55,00	55,00	660,00
Papas	Quintal	2	12,00	24,00	288,00
Leche	Lt.	30	0,50	15,00	180,00
Queso grande	Unidad	15	1,75	26,25	315,00
Huevos	Cubetas	5	3,00	15,00	180,00

MATERIA PRIMA	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Azúcar	Quintales	1	48,00	48,00	576,00
Sal	Funda	4	1,00	4,00	48,00
Aceite	Botella (1 lt.)	8	2,80	22,40	268,80
Achiote	Botella (1 lt.)	4	1,50	6,00	72,00
Vino	Botella (1 lt.)	8	5,00	40,00	480,00
Harina de maíz	Quintal	1	35,00	35,00	420,00
Harina de maíz negro	lb	30	0,80	24,00	288,00
Harina de jora	lb	10	0,80	8,00	96,00
Vinagre	Botella	5	1,00	5,00	60,00
Especias (anís de dulce, clavo de olor, ishpingo, pimienta, canela, laurel, etc)	Fundas	5	1,00	5,00	60,00
Hierbas aromáticas (arrayan, hierba luisa, orégano de dulce, hojas de naranja, etc.)	Atado	3	1,20	3,60	43,20
Panela	Atado	1	15,00	15,00	180,00
Caña de azúcar	u	6	1,00	6,00	72,00
Cebolla blanca	Atado	8	1,00	8,00	96,00
Cebolla roja	Atado	10	1,00	10,00	120,00
Tomate	Caja	4	8,00	32,00	384,00
Pimiento	Caja	4	6,00	24,00	288,00
Ajo	lb	6	3,00	18,00	216,00
Lechuga	u	20	0,30	6,00	72,00
Choclos	u	100	0,25	25,00	300,00
Habas	Quintal	2	10,00	20,00	240,00
Frutilla	lb	10	1,00	10,00	120,00
Naranjilla	Caja	1	30,00	30,00	360,00
Mortino	lb	8	1,00	8,00	96,00
Babaco	Caja	4	8,00	32,00	384,00
Mora	lb	10	1,00	10,00	120,00
Limon	Caja	4	5,00	20,00	240,00
Naranja	u	100	0,25	25,00	300,00
Tomate de árbol	Caja	3	12,00	36,00	432,00
Aguacate	Caja	2	15,00	30,00	360,00
Piña	u	8	1,00	8,00	96,00
Galleta crocante	Cartón	2	10,00	20,00	240,00
Helado	Lt	10	6,00	60,00	720,00
Maduro (Cartón aprox. 70lbs)	Cartones	1	10,53	10,53	126,36
			Total	1074,78	12897,36

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras

ii. Materiales e insumos

- Insumos de aseo y limpieza

Tabla 54-5: Insumos de aseo y limpieza para el área productiva

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Espanja mixta estrella	48	1,51	6,04	72,48
Estropajo de alambre estrella x 3	24	0,80	1,60	19,20
Cloro en galón	48	5,00	20,00	240,00
Desinfectante en galón	24	3,99	7,98	95,76
Jabón lavatodo x 2	96	1,00	8,00	96,00
Lavavajilla en crema 1000 g	48	3,12	12,48	149,76
Jabón de tocador	48	0,90	3,60	43,20
Jabón líquido de manos	48	4,30	17,20	206,40
Detergente deja 2 kg	30	7,22	18,05	216,60
Ambiental en pastilla de 90 g	60	1,09	5,45	65,40
Cepillo de sanitario	24	1,79	3,58	42,96

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Franela x 4	20	2,45	4,08	49,00
Fundas para basura inorgánica	100	0,59	4,91	59,00
Papel jumbo higiénico simple (x6 u)	60	6,99	34,95	419,40
Recogedor de basura	15	2,05	2,56	30,75
Escoba plástica cerda suave	10	2,86	2,38	28,60
Escoba plástica cerda dura	5	2,99	1,24	14,95
Trapeador de madera de 40 cm	15	3,30	4,12	49,50
		Total	158,22	1898,96

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras

- Materiales e insumos

Tabla 55-5: Materiales e insumos para el área productiva

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Área de alimentación				
Servilletas	48 paquetes (x40)	0,75	0,75	36,00
Sorbetes	12 paquetes (x30)	1,50	3,00	18,00
Palillos	12 cajas (x 100)	1,50	1,50	18,00
Carta menú	16	1,50	2,00	24,00
Área recreacional				
Global de juegos infantiles	4 u	250,00	83,33	1000,00
Plantas ornamentales	50 u	1,00	4,16	50,00
Piscina/Spa				
Aceite para masaje ajonjolí puro vitamina E galón 5 lts	2	32,02	5,33	64,04
Aceite para masaje Semilla de Uva vitamina E envase 5 litros	2	36,85	6,14	73,70
Antifaz de semillas de linaza aromático para usar frio o caliente	16	6,04	8,05	96,64
Cremas para Masaje Corporal con Vitamina E envase de 5 kilos	4	51,35	17,11	205,40
Crema Exfoliante Corporal o Facial arcilla almendras envase 5 kilos	4	51,35	17,11	205,40
Crema Cryogel Anti-Estrias Reafirmante 5 kg	4	49,53	16,51	198,12
Esencias de 1 litro envase cualquier aroma 100% sin diluir	2	67,05	11,17	134,10
Gel Exfoliante para antes de tratamientos corporales 4 kg	2	51,35	8,55	102,70
Inciensos Artesanales Vara Gruesa Paquetes 100 pzas	1	21,14	1,76	21,14
Caja de Esponjas Faciales pollyorb sin algodón 10 x 10 cms grandes 200 pzas	2	27,79	4,63	55,58
Caja de Toallas Faciales Tollysorb 10 x 20 cms grandes 200 pzas	2	29,90	4,98	59,80
Brocha 2" performance pro	8	5,74	3,82	45,92
Brocha 3" performance pro	8	9,06	6,04	72,48
Espumante JACUZZI con aromatización a elegir 5 Ltrs.	12	74,00	74,00	888,00
Área de parqueadero				
Galón pintura color blanco	1	8,00	0,66	8,00
		Total	280,6	3369,02

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras

iii. Talento humano

- Mano de obra directa

Tabla 56-5: Mano de obra directa para el área productiva

CARGO	CANTIDAD	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL	BENEFICIOS DE LEY	PAGO ANUAL TOTAL
Piscinero	1	358,00	4296,00	891,00	5187,00
Encargado de recreación	1	358,00	4296,00	891,00	5187,00
Masajista	1	354,00	4248,00	885,00	5133,00
Chef	1	359,42	4313,04	893,13	5206,17
Ayudante de cocina	1	357,29	4287,48	889,94	5177,42
Guía	1	358,89	4306,68	892,34	5199,02
Mesero	1	358,00	4296,00	891,00	5187,00
Total	7	2503,60			36276,61

Fuente: Ministerio de trabajo

Realizado por: Jesenia Porras

- Mano de obra indirecta

Tabla 57-5: Mano de obra indirecta para el área productiva

CARGO	CANTIDAD	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL	BENEFICIOS DE LEY	PAGO ANUAL TOTAL
Guardia	1	354,00	4248,00	885,00	5133,00
Total		354,00			5133,00

Fuente: Ministerio de trabajo

Realizado por: Jesenia Porras

- Servicios básicos

Tabla 58-6: Servicios básicos

SERVICIO	PROVEEDOR	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Luz eléctrica	ELEPCO S.A. ¹⁰	35,00	420,00
Agua	Regional Sur ¹¹	25,00	300,00
Teléfono	CNT ¹²	20,00	240,00
Internet	Store Enlaces Net	25,76	309,12
Total		105,76	1269,12

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras

¹⁰ ELEPCO S.A: Empresa eléctrica

¹¹ Regional Sur: Empresa de agua potable Regional Sur

¹² CNT: Corporación Nacional de Telecomunicaciones

c) Inversiones diferidas

Tabla 59-7: Inversiones diferidas para el área productiva

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Capacitación al personal	8	75,00	600,00
Refrigerios	8	6,00	48,00
Carpetas	8	1,00	8,00
Esferos	8	0,35	2,80
		Total	658,80

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras

6. Estudio de mercadotecnia

a. Marketing mix

1) Producto

a) Valor diferencial

El centro recreacional turístico presenta características esenciales que lo hacen único y marcan la diferencia como:

- Amplios espacios verdes, apropiados para que exista una interrelación armónica entre la naturaleza y el ser humano.
- Servicio de alimentación con platos típicos de la provincia y el país, preparados con productos orgánicos producidos en el lugar.
- Servicio de piscina con agua de vertientes naturales.
- Actividades al aire libre.
- Responsabilidad social: Generación de empleo para la población de la comuna Yanayacu y potenciación del turismo en el área.
- Responsabilidad ambiental: Forestación con plantas nativas y adecuado plan de manejo para el centro recreacional.
- Revitalización cultural: Espacios para la revitalización de la memoria viva de los habitantes de la zona y su transmisión generacional.

b) Branding

i. Nombre

Para determinar el nombre del centro recreacional se consideró la característica que refleja el lugar, al estar ubicado en un valle, en el que el sol por las mañanas emerge de entre los cerros, se consideró el nombre de INTIYANA, palabra Kichwa cuyo significado es: salida del sol (brillar; alumbrar). El nombre en idioma Kichwa ha sido seleccionado con el fin de incitar a los turistas nacionales a aprender nuevas lenguas.

ii. Slogan

El slogan que identificará al centro recreacional es: “Escenario de descanso y aventura”, el mismo que describe las características que presenta el lugar, descifrando las emociones que sentirán los visitantes dependiendo de la actividad que deseen realizar.

iii. Logotipo con nombre y símbolo de la empresa

Los colores y el logotipo de la empresa fueron diseñados pensando en la simplicidad, naturalidad y realidad.



Figura 25-5. Logotipo del centro recreacional turístico

Realizado por: Jesenia Porras

i) Componentes

El logotipo del establecimiento está combinado por imágenes gráficas y textuales, la parte gráfica representada por cerros y árboles que representan la naturaleza, los vectores de dos personas que representa la diversión y una tienda de campaña que representa el descanso, rodeados por un espiral que representa al sol; y la parte textual conformado por el nombre del centro recreacional “Intiyana”, que da la marca de la empresa con su significado propio y a la vez místico.

ii) Gama cromática de la empresa

Los colores que se utilizaron para representar el establecimiento están ligados a la cromática natural, como el amarillo, verde, naranja y café.

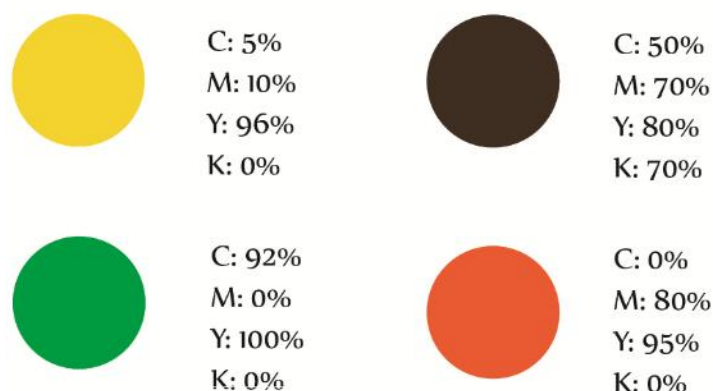


Figura 26-5. Gama cromática del centro recreacional turístico.

Realizado por: Jesenia Porras

Amarillo: Color cálido que transmite hospitalidad, tranquilidad, creatividad. Se lo asocia con el sol, lo que se relaciona con el nombre elegido para el centro recreacional.

Verde: Inspira naturaleza, relajación, armonía, relax y dinamismo. Está muy relacionado con la vida, su tonalidad de color hace que al verlo se asocie con las plantas y lo orgánico.

Café: Expresa confortabilidad, humildad y equilibrio. Se le asocia a la madera, la tierra, y la experiencia, dando un toque tradicional, acogedor y rústico característico de las construcciones del centro recreacional.

Naranja: Representa amabilidad, alegría, innovación, energía y diversión. Lo que transmite las características principales del centro recreacional, para personas con actitud alegre, divertida y de pensamiento juvenil.

iii) Versiones en positivo y negativo

La norma principal de aplicación cromática de la marca es a color completo o escala de grises. Sin embargo, se ha considerado posibles aplicaciones de la marca en monocromo. Estas aplicaciones se utilizan tanto para positivo como para negativo en casos excepcionales; por ejemplo, cuando la técnica de impresión y el soporte no permitan por tecnología la aplicación a color completa.



Figura 27-5. Versiones - positivo de la marca

Realizado por: Jesenia Porras



Figura 28-5. Versiones - negativo de la marca

Realizado por: Jesenia Porras

iv. Identidad corporativa

Se diseñaron elementos gráficos de papelería como: tarjetas de presentación, hoja membretada, carpeta, y portada de cd.

i) Tarjeta de presentación



Figura 29-5. Tarjeta de presentación

Realizado por: Jesenia Porras

ii) Hoja membretada



Figura 30-5. Hoja membretada

Realizado por: Jesenia Porras

iii) Carpeta



Figura 31-5. Carpeta corporativa

Realizado por: Jesenia Porras

iv) CD



Figura 32-5. Cd corporativo

Realizado por: Jesenia Porras

2) Precio

a) Precio final de productos

Se establecieron los precios en relación a la competencia, al estudio de la demanda nacional e internacional, a la exclusividad y al análisis de costos, para que de esta manera sean accesibles en el mercado y además generen ingresos rentables que beneficien a la comuna de Yanayacu, cabe recalcar que los precios se irán renovando de acuerdo a las condiciones del mercado.

i. Precios de la competencia

Tabla 60-5: Precios de la competencia

Establecimiento	Servicios	Precio
Complejo turístico Paraíso de María 400	-Piscina, sauna, turco - Canchas deportivas - Juegos infantiles - Áreas verdes - Pesca deportiva - Restaurante - Discoteca	- Adultos: \$3,00 - Estudiantes: \$1,50 - Niños gratis
Complejo turístico Manantial de Vida 3360	- Piscina - Sauna - Turco - Hidromasaje - Bar - Gimnasio	- Adultos: \$5,00 - Niños: \$3,00
Complejo turístico Príncipe San Miguel 3200	- Piscina, sauna, turco - Baños de cajón - Hidromasaje - Bar - Salón de eventos	-Adultos: \$3,50 - Niños: \$2,00

Realizado por: Jesenia Porras

ii. Valor diferencial y resultados del estudio de mercado

Tabla 61-5: Valor diferencial y resultado del precio dispuesto a pagar por la demanda

Servicios	Valor diferencial	Precio dispuesto por la demanda
- Alimentación - Recreación (canchas deportivas, zona de juegos, pesca recreativa, sendero ecológico, áreas verdes y jardines) - Piscina y spa - Picnic y parrilladas - Camping - Museo	- Amplios espacios verdes (valle). - Servicio de alimentación con platos típicos. - Servicio de piscinas con agua de vertientes naturales. - Actividades al aire libre. - Responsabilidad social. - Responsabilidad ambiental - Revitalización cultural.	- Nacional: \$2,00 (36%) - Internacional: \$2,00 (37%)

Realizado por: Jesenia Porras

iii. Precio final del producto

Considerando que los precios de la competencia son más altos que los precios referenciales que la demanda nacional e internacional está dispuesta a pagar (estudio de mercado), y que dichos establecimientos cuentan con menos servicios que los que se pretende brindar en el centro recreacional Intiyana, y el valor diferencial del producto a ofertar; se consideró el valor de \$3,00 dólares para la entrada de adultos, y \$2,00 dólares para niños, adultos mayores y personas con discapacidad.

Este valor solo se considera únicamente para la entrada al centro recreacional que incluye uso de piscina, áreas recreativas y recorrido por el museo. Los precios para los servicios de alimentación, spa, camping, picnic y actividades como canopy, están contempladas en la estructura técnica del servicio.

b) Políticas de servicio

Los pagos por la recepción de los servicios turísticos para los clientes se realizaran de la siguiente manera:

- Se abonará el 100% del monto cuando el cliente visite las instalaciones de forma directa.
- Las personas que deseen contratar el servicio de alimentación deberán pagar el valor del consumo en el área de restaurante.
- Los clientes que deseen contratar los servicios de camping, picnic/parrilladas, spa o realizar canopy, deberán pagar su respectivo valor, por el cual recibirán un ticket para poder utilizar el servicio o realizar la actividad.
- En caso de reservaciones vía telefónica, e-mail, o a través de la página web, se solicitarán los datos correspondientes del cliente y se solicitara el pago del 50% del monto a través de depósitos y el 50% restante al momento de arribar al establecimiento.

3) Plaza

El canal primario definido para la venta de servicios es PRODUCTOR → CONSUMIDOR FINAL (directo) para clientes potenciales. Se podrá captar a los turistas que han llegado al sector o zona de influencia (Cabecera parroquial San Miguel) en busca de nuevas experiencias. Permite tener el control de las ventas, hacer mayor promoción de los servicios, comunicación eficiente a través del contacto directo con los clientes.

Además se pretende vender el producto a través de intermediarios que presten garantías relacionadas a facturación, seriedad, posicionamiento en el mercado y posición estratégica.

Tabla 62-5: Estrategia de comercialización

CANAL	TÁCTICA	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET	MEDIOS PUBLICITARIOS
Directo	<ul style="list-style-type: none"> - Venta directa a los turistas que llegan al CRT Intiyana. - Participación en ferias y eventos de turismo. - Visita a empresas públicas y privadas. - Visita a colegios y universidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contacto con los clientes en forma personal, teléfono, o página web y redes sociales. - Facilitar información clara de los servicios ofertados en el centro, a través de material promocional. - Seguimiento de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Turistas nacionales y extranjeros que llegan a la provincia de Cotopaxi. - Trabajadores de empresas públicas y privadas principalmente de las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua - Estudiantes de las instituciones públicas y privadas de nivel secundario y superior. - Asociaciones de docentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Multimedia - Sitio web - Redes sociales - Tarjetas de presentación - Spots publicitarios
Indirecto	<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas estratégicas con tour operadoras y agencias de viajes de la provincia y a nivel nacional e internacional. (Acordar precios, promociones y convenios). - Realizar alianzas con la empresa de ferrocarriles del Ecuador, para que exista una parada en el cantón Salcedo, de esta manera dar a conocer el producto y el turista pueda visitar el establecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del producto turístico y elaboración de convenios de cooperación con las tour operadoras y agencias de viajes. - Promoción de los productos y servicios que ofrece la empresa de ferrocarriles del Ecuador. 	<ul style="list-style-type: none"> - Turistas nacionales e internacionales que llegan a las provincias de Cotopaxi, Pichincha y Tungurahua principalmente, a través de agencias de viajes y tour operadoras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Multimedia - Sitio web - Tarjetas de presentación

Realizado por: Jesenia Porras

4) Promoción y publicidad

a) Publicidad

Para establecer las estrategias de publicidad para el centro recreacional, se consideraron los resultados obtenidos en el estudio de mercado, determinándose que los turistas nacionales mayoritariamente utilizan los siguientes medios: internet y las redes sociales (56%), TV y radio (19%); mientras que los turistas extranjeros utilizan: internet y las redes sociales (53%), y de persona a persona (33%).

El diseño de los medios publicitarios consta de una parte gráfica que evoca las características que presenta el centro recreacional y una parte textual, la misma que será en dos idiomas: español puesto que es el idioma de origen del país y el inglés debido a que es considerado como lengua vehicular en el mundo.

De acuerdo al análisis correspondiente se diseñó los siguientes medios publicitarios: página web, página para redes sociales, spot publicitario para radio y televisión, material pop.

i. Página web

El centro recreacional “Intiyana” ofertará sus servicios a través de una página web, en la que constará todos los elementos que ofrece la empresa al cliente, una galería de imágenes de las instalaciones y áreas verdes, contactos y mapa de ubicación con la finalidad de que puedan obtener información acerca de promociones y servicios.



Figura 33-5. Página web para el centro recreacional turístico

Realizado por: Jesenia Porras

ii. Página en redes sociales

Se creó un perfil en la página de Facebook del centro recreacional “Intiyana”, con el propósito de que el establecimiento sea conocido a través de este medio de uso masivo, en especial por jóvenes, quienes son el segmento más grande de la demanda potencial. La misma que consta principalmente de imágenes, información principal, contacto y el link de la página web oficial del centro recreacional.

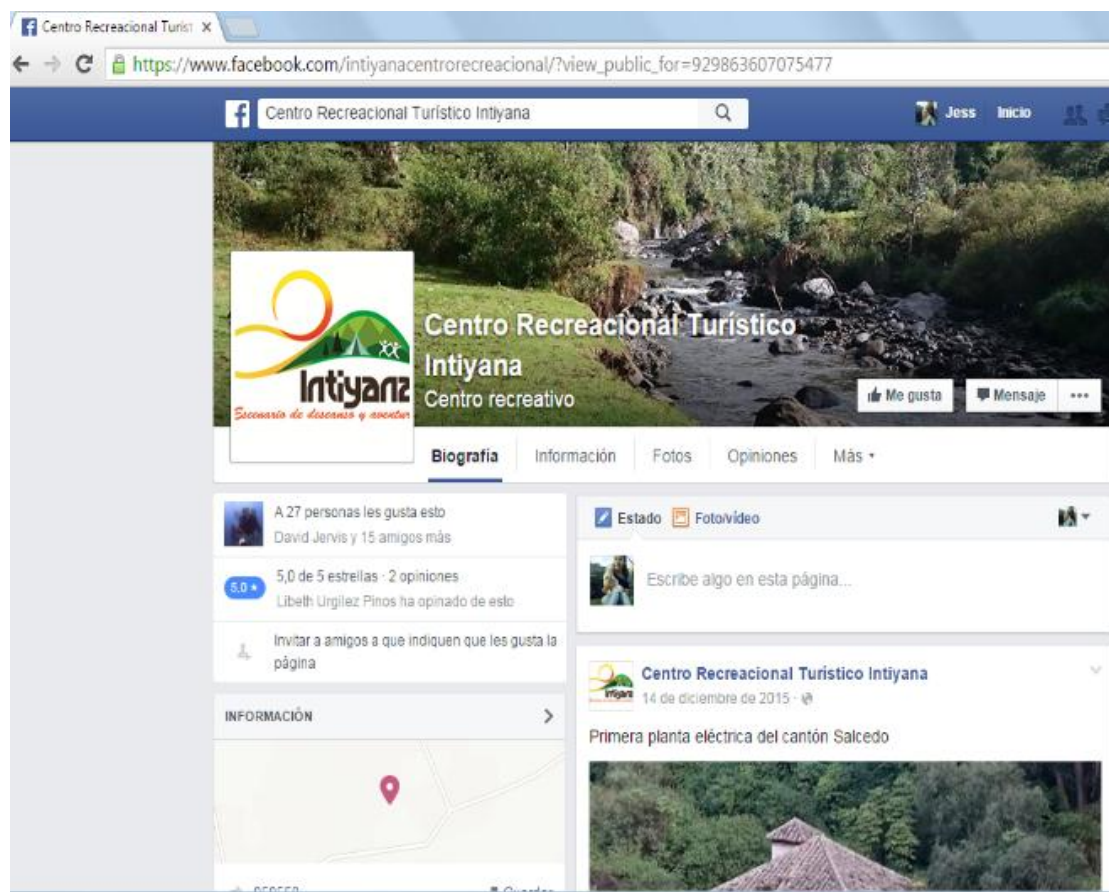


Figura 34-5. Página de Facebook para el centro recreacional turístico.

Realizado por: Jesenia Porras

iii. Spot publicitario para radio y televisión

Tabla 63-5: Estructura del spot publicitario para radio y televisión

TOMA	ESCENA	GUIÓN	EFEECTO ESPECIAL	MÚSICA	DURACIÓN
1	Animación tipográfica	¿Buscas un lugar donde relajarte y descansar? ¿Amas la aventura y el contacto con la naturaleza?	Transición	The White Stripes Fell In Love With A Girl	6 seg
2	Imagen del centro con el logotipo	¡Intiyana! Centro recreacional, es el lugar perfecto para vivir grandes experiencias entre amigos y familia.	Transición	The White Stripes Fell In Love With A Girl	7 seg
3	Imagen piscina	Sumérgete en la diversión de nuestra piscina natural.	Transición	The White Stripes Fell In Love With A Girl	7 seg
4	Masajes	Renuévate con unos relajantes baños de cajón, masajes, y aromaterapia.	Transición	The White Stripes Fell In Love With A Girl	5 seg

5	Museo	Visita nuestro museo y revive la historia..	Transición	The White Stripes Fell In Love With A Girl	5 seg
6	Video	Lánzate a la aventura en el canopy y demuestra tus habilidades en la pesca deportiva.	Transición	The White Stripes Fell In Love With A Girl	5 seg
7	Imágenes de áreas verdes	Contamos con amplias áreas para camping, picnic, parrilladas, conectadas a un sendero ecológico.	Transición	The White Stripes Fell In Love With A Girl	5 seg
8	Imágenes de los juegos infantiles	Para los más pequeños disponemos de juegos infantiles y áreas deportivas.	Transición	The White Stripes Fell In Love With A Girl	5 seg
9	Imágenes de gastronomía	Degusta de una amplia variedad de exquisitos platos, postres y bebidas en nuestro restaurante.	Transición	The White Stripes Fell In Love With A Girl	4 seg
10	Logotipo	Intiyana centro recreacional ubicado en el valle de Yanayacu a 5 km de la ciudad de Salcedo. El escenario perfecto de descanso y aventura.	Transición	The White Stripes Fell In Love With A Girl	3 seg

Realizado por: Jesenia Porras

iv. Material pop

El objetivo de diseñar material POP, es promocionar el centro recreacional con artículos que contengan el sello del mismo y el visitante pueda adquirirlos como un recuerdo de su visita.

i) Diseño de camiseta**Figura 35-5.** Diseño de camiseta

Realizado por: Jesenia Porras

ii) Diseño para llaveros y destapadores**Figura 36-5.** Diseño de destapadores y llaveros

Realizado por: Jesenia Porras

iii) Diseño para bolsas ecológicas



Figura 37-5. Diseño de bolsas ecológicas

Realizado por: Jesenia Porras

iv) Diseño de cuaderno y esfero



Figura 38-5. Diseño de cuaderno y esfero

Realizado por: Jesenia Porras

2) Políticas de promoción

- Con el fin de promover la visita al centro recreacional se propone la creación de incentivos a través de regalías en fechas especiales, por grupo de visita como: estudiantes, personas con discapacidad.
- En el área de souvenirs se obsequiarán artículos del material pop, por una compra mayor a 25,00 USD.

b. Requerimientos para el área comercial

1) Activos fijos

Tabla 64-5: Activos fijos para el área comercial

ACTIVO	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Equipos de computación				
Computadora	u	1	900,00	900,00
Impresora	u	1	249,99	249,99
			Subtotal	1149,99
Equipos de oficina				
Teléfono	u	1	54,99	54,99
Calculadora/sumadora	u	1	25,00	25,00
Perforadora	u	2	4,00	8,00
Grapadora	u	2	3,50	6,00
Lcd Hd	u	1	700,00	700,00
			Subtotal	793,99
Muebles y enseres				
Recepción				
Counter de recepción	u	1	380,00	380,00
Sillas	u	2	19,00	28,00
Sillón de tres puestos	u	1	210,00	210,00
Archivador pequeño oficina	u	1	75,00	75,00
Lámpara fluorescente	u	3	2,50	5,00
Oficina de información y souvenirs				
Estantería de madera	u	3	199,99	199,00
Escritorio	u	1	100,00	100,00
Silla	u	1	35,00	35,00
Comedor/bar				
Mesa de madera (juego)	u	7	180,00	1260,00
Sillas de madera	u	28	35,00	980,00
Mueble exhibidor	u	1	110,00	110,00
			Subtotal	3382,00
Menaje				
Comedor/bar				
Mantelería	u	7	25,00	175,00
Vasos de cristal	u	36	1,00	36,00
Vajilla (20 piezas)	u	3	27,00	81,00
Salero	u	3	1,50	4,50
Azucarero	u	3	2,00	6,00
Ajicero	u	3	3,50	10,50
Juego de cubierto (24 piezas)	u	2	15,00	30,00
Jarras	u	4	1,90	7,60
Servilletero	u	7	1,40	9,80
			Subtotal	360,40
			Total	5686,38

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

2) Gastos

a) Talento humano

Tabla 65-5: Talento humano para el área comercial

CARGO	CANTIDAD	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL	BENEFICIOS DE LEY	PAGO ANUAL TOTAL
Responsable de comercialización y venta	1	358,00	4296,00	891,00	5187,00
Total	1	358,00			5187,00

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

b) Gasto por publicidad

Tabla 66-5: Gasto por publicidad

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Carpetas	100	2,91	35,00
Hojas membretadas	500	8,33	75,00
Tarjetas de presentación	1000	8,33	100,00
Material Pop (camisetas, cuadernos, llaveros, esferos, bolsos, postales)	10 paquetes	33,33	400,00
Spot publicitaria radio local	2 anuncios/día	185,00	2220,00
Spot publicitaria tv local	2 anuncios/día	290,00	3480,00
	Total	527,9	6310,00

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

c) Materiales e insumos

Tabla 67-5: Materiales e insumos para el área comercial

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Materiales e insumos				
Resma de papel para impresiones	12	5,00	5,00	60,00
Recarga de cartuchos x2	12	10,00	10,00	120,00
Esferos	48	0,35	1,40	16,80
Grapas x 500	10 cajas	3,20	2,66	32,00
Clips x 100	10 cajas	7,00	5,83	70,00
Talonario de facturas	30	4,00	10,00	120,00
Sistema de señalética	1	340,00	340,00	340,00
	Total		374,89	758,80

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

3) Investigaciones diferidas

Tabla 68-5: Inversiones diferidas para el área comercial

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Capacitación	1	80,00	80,00
Carpetas	50	0,35	17,50
Hojas membretadas	1000	0,15	155,00
Tarjetas de presentación	1000	0,10	100,00
Diseño de la página web	1	350,00	350,00
		Total	702,50

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

C. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD AMBIENTAL DEL PROYECTO

Para realizar el estudio ambiental se aplicó la matriz de Lázaro Lagos, con la finalidad de determinar los componentes ambientales susceptibles a soportar cambios o impactos, siendo los siguientes:

1. Descripción de los componentes ambientales susceptibles a impactos

a. Suelo

Es uno de los componentes ambientales que se ha visto perjudicado por la presencia de plantaciones de eucalipto, y por el tránsito permanente de personas y animales.

b. Agua

El agua es uno de los recursos naturales más importantes para el desarrollo de los seres vivos, y para la realización de ciertas actividades que se pretende ofrecer en el centro recreacional como la pesca recreacional, y los servicios de spa y piscina. Es por ello que la presencia de las vertientes en el sitio es de vital importancia, las cuales se ven afectadas en la disminución de su caudal por las plantaciones de eucalipto que absorben grandes cantidades de agua. El río Yanayacu se ve afectado por la basura que es arrojada directamente en sus aguas, disminuyendo así su calidad.

c. Aire

El aire es uno de los factores más susceptibles a sufrir impactos por la actividad turística y la contaminación por smog de los vehículos.

d. Flora y fauna

La flora del sitio está caracterizada por la presencia de varias especies nativas como *Schinus molle* (molle), *Piper barbatum* Kunth (chililin), *Baccharis latifolia* (chilca), *Zantedeschia aethiopica* (cartucho), *Agave americana* (cabuya negra), *Ambrosia arborescens* (marco), *Prunus serotina* (capulí), bromeliáceas, musgos, helechos, líquenes. La introducción de especies exóticas como *Eucaliptus globulus* (Eucalipto), *Rubus macrocarpus* (mora silvestre), *Nasturtium officinale* (Berro), *Ficus carica* (higo), entre las más sobresalientes.

En cuanto a fauna, en la zona se puede observar dos especie de aves de río *Serpophaga cinerea* (Piojito guardarríos) y *Cinclus leucocephalus* (Mirlo acuático coroniblanco), otras especies de aves como *Zonotrichia capensis* (chingolo o gorrión), *Turdus fuscater* (Paraulata morera o Mirlo), *Lesbia victoriae* (Colibrí colilargo mayor), *Colibri coruscans* (Colibrí rutilante), *Diglossa humeralis* (Pinchaflor negro), *Catamenia analis* (Semillero colifajead), *Pyrocephalus rubinus* (Mosquero sangretoro o pájaro brujo). También se conoce de la presencia de algunos mamíferos como *Didelphis pernigra* (Zarigüeya andina de orejas blancas o Raposa), *Conepatus semistriatus* (zorrillo) y *Mustela frenata* (Comadreja andina).

Este componente ambiental que da equilibrio a la naturaleza se ve afectado por la introducción de especies como el gorrión europeo (*Passer domesticus*) y la destrucción de la vegetación.

e. Paisaje

El paisaje que conforma el área del proyecto, se exhibe de manera natural principalmente al estar conformada por vegetación, vertientes de agua y el río, sin

embargo también se muestra un ambiente desolado por tratarse de terrenos abandonados con ruinas de edificaciones antiguas (molinos hidráulicos).

f. Componente socio cultural

Por tratarse de un proyecto de turismo comunitario, la interrelación entre turistas y la comunidad será alta, por lo que existirá un encuentro de culturas. El proyecto también contribuirá a la dinamización de la economía local, mediante la creación de nuevas fuentes de trabajo estables, promoviendo además nuevas actividades relacionadas al proyecto.

2. Identificación de las actividades que pueden causar impacto

a. Fase pre-operativa

1) Construcción de infraestructura

Para realizar las construcciones, inevitablemente se deberá realizar movimientos de tierra, como excavaciones, desbroces, algunas nivelaciones y la tala de árboles de eucalipto principalmente.

El montaje de obra implica un sin número de actividades que generará ruido y gran cantidad de desechos de materiales de construcción.

2) Implementación de señalética interpretativa – orientativa

La implementación de señalética permite la educación y orientación de los visitantes, dependiendo de su ubicación y tamaño puede generar un impacto visual.

3) Forestación y reforestación

Para la conservación y recuperación del suelo, antes, durante y después de la operación del centro recreacional turístico, se requiere de la forestación con especies nativas,

mismas que servirán para la interpretación en el sendero ecológico. De igual manera se reforestará con especies nativas, las zonas en las que se tale los árboles de eucalipto.

4) Manejo de desechos

El buen manejo de los desechos sólidos y líquidos, antes y durante la operación del establecimiento puede causar impactos positivos que contribuyan al cuidado del ambiente.

b. Fase operativa

1) Alimentación

El servicio de alimentación como toda actividad provoca impactos positivos y negativos, de manera positiva contribuye a la generación de empleo, la oportunidad de utilizar productos agrícolas de la localidad que ayuden a la dinamización de la economía, la valoración de los conocimientos de la población local en la elaboración de platos típicos. Entre los impactos negativos que puede provocar esta la generación de desechos sólidos, aumento del consumo de agua y generación de aguas grises.

2) Piscina/spa

Dentro de la operación turística, el servicio de piscina/spa puede provocar la generación de desechos sólidos y aguas grises.

3) Camping

Esta actividad provoca impactos positivos para el ser humano, ya que propone una alternativa para pernoctar, brindándole tranquilidad y esparcimiento, además ayuda a generar nuevos ingresos económicos. Sin embargo por tratarse de una actividad al aire libre generará impactos negativos como la contaminación del suelo por mal manejo de desechos y contaminación del aire al realizar una fogata.

4) Picnic

Actividad al aire libre, entre sus impactos negativos genera principalmente basura.

5) Canopy

Actividad que genera mucha adrenalina a quienes lo practican, causando euforia lo que puede provocar la perturbación a las especies de aves por ruido.

6) Pesca recreativa

La pesca recreativa como actividad de relajación y entretenimiento para los visitantes, provoca la generación de un nuevo ingreso económico para el centro recreacional. Los efectos negativos que puede causar, están relacionado con la generación de desechos sólidos por los visitantes y su mal manejo.

7) Ciclismo

Conocido como transporte verde, la utilización de la bicicleta ayuda a cuidar el ambiente y la salud de quien lo utiliza. El efecto negativo que puede causar esta actividad afecta al suelo, debido a que provoca la compactación del mismo.

8) Caminata

Permite el contacto directo con la naturaleza, a través del recorrido por senderos establecidos, el desarrollo de esta actividad puede provocar compactación del suelo debido al tránsito seguido de las personas por el mismo sitio. Además puede existir la contaminación del entorno por desechos orgánicos e inorgánicos botados por los visitantes.

9) Mantenimiento de instalaciones

Es importante mantener una buena imagen de las instalaciones del centro recreacional, para que no exista ningún peligro para los visitantes por algún desperfecto en la infraestructura física, además para mantener e incrementar la satisfacción del cliente.

c. Fase de abandono

1) Donación del predio

Al finalizar la vida del proyecto, lo más idóneo será realizar una adecuación de las instalaciones que estén en buen estado, para que en lo posible puedan servir como un refugio de animales abandonados.

3. Evaluación de la matriz ambiental de Lázaro Lagos

Tabla 69-5: Evaluación de la matriz ambiental de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES														IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Construcción de infraestructuras	2. Implementación de señalética	3. Forestación y reforestación	4. Manejo de desechos	5. Alimentación	6. Uso de piscina/spa	7. Camping	8. Picnic/parrilladas	9. Canopy	10. Pesca recreativa	11. Ciclismo	12. Caminata	13. Mantenimiento de instalaciones	14. Donación del predio		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
A. SUELO	x	x					x	x			x	x			Compactación	-	1	2	D	Pr	2	3	M	S	7
	x				x	x	x	x		x	x	x	x		Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	-	1	2	D	Sc	1	1	C	S	4
B. AGUA	x				x	x				x					Deterioro de la calidad del agua	-	1	2	I	Pr	2	3	C	S	7
	x				x	x	x			x			x		Aumento de consumo	-	1	2	D	Pr	2	3	C	S	7
		x	x											x		Revalorización de las vertientes y río.	+	2	3	I	Sc	2	1	M	N
C. AIRE	x						x	x							Emisión de gases contaminantes	-	1	1	C	Pr	1	1	C	S	3

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES														IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Construcción de infraestructuras	2. Implementación de señalética	3. Forestación y reforestación	4. Manejo de desechos	5. Alimentación	6. Uso de piscina/spa	7. Camping	8. Picnic/parrilladas	9. Canopy	10. Pesca recreativa	11. Ciclismo	12. Caminata	13. Mantenimiento de instalaciones	14. Donación del predio		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
										x	x				Cambio de hábitos de transporte (uso de bicicleta + caminata)	+	3	3	I	Pr	2	3	M	N	14
D. FLORA Y FAUNA	x	x				x	x	x	x	x	x				Perturbación de las especies por ruido	-	2	2	C	Pr	1	1	C	S	6
	x														Disminución de la cobertura vegetal	-	1	2	D	Pr	1	2	C	S	5
		x	x		x							x			Valoración de la importancia de especies de flora y fauna	+	3	3	D	Sc	2	1	M	N	12
E. SOCIO CULTURAL	x	x			x	x	x	x	x	x	x				Aumento de turismo en la zona	+	2	3	I	Pr	2	3	C	S	11
	x			x	x	x			x	x	x			Generación de fuentes de empleo	+	3	3	C	Pr	2	1	C	S	12	
		x			x						x	x			Intercambio cultural	+	2	2	C	Pr	2	2	C	S	8
	x				x	x			x	x	x	x			Dinamización de la economía local	+	3	3	D	Pr	2	2	M	S	13
						x	x	x	x	x	x	x			Fomento de esparcimiento y deportes de aventura	+	2	3	I	Pr	2	2	C	S	10

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES														IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Construcción de infraestructuras	2. Implementación de señalética	3. Forestación y reforestación	4. Manejo de desechos	5. Alimentación	6. Uso de piscina/spa	7. Camping	8. Picnic/parrilladas	9. Canopy	10. Pesca recreativa	11. Ciclismo	12. Caminata	13. Mantenimiento de instalaciones	14. Donación del predio		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
F. PAISAJE	x		x		x	x	x	x	x	x	x		x	Generación y eliminación de basura	-	1	2	D	Pr	1	1	C	S	4	

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

Tabla 70-5: Matriz de cuantificación de la matriz de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES														TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14			
A	-7, -4	-7			-4	-4	-7, -4	-7, -4		-4	-7, -4	-7, -4	-4		-	78	78
B	-7, -7	+9	+9		-7, -7	-7, -7	-7			-7, -7		+9	-7		27	70	97
C	-3						-3	-3			+14	+14			28	9	37
D	-6, -5	-6, +12	+12		+12	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6, +12			48	59	107
E	+11, +12, +13	+11, +8		+12	+11, +12, +8, +13	+11, +12, +13, +10	+11, +10	+11, +10	+11, +12, +13, +10	+11, +12, +13, +10	+11, +12, +8, +13, +10	+11, +12, +8, +13, +10			399	-	399
F	-4		-4		-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4		-4	-	40	40
TOTAL (+)	36	40	21	12	56	46	21	21	46	46	68	89	-	-	502		
TOTAL (-)	43	13	-	-	22	28	31	24	10	28	21	21	11	4		256	
TOTAL	79	43	21	12	78	74	52	45	56	74	89	110	11	4			758

Fuente: Trabajo de campo.

Realizado por: Jesenia Porras.

a) Análisis de la matriz

De acuerdo a la evaluación de las actividades turísticas que se pretende realizar en el proyecto, se pudo identificar que los impactos positivos son mayores que los impactos negativos, de tal manera se propone impulsar y mejorar los impactos positivos y los negativos prevenirlos, controlarlos y mitigarlos.

En términos generales, los resultados obtenidos en la matriz de Lázaro Lagos, son positivos con un puntaje de 502, frente a la variable negativa de 256 puntos.

El componente ambiental que mayor impactos positivos tendrá el proyecto es el componente socio cultural con un puntaje de 417, pues al tratarse de un proyecto comunitario en que los beneficiarios pertenecen a la población local, se producirá el aumento de turismo en la zona, con ello la generación de fuentes de empleo y la dinamización de la economía local, mediante el desarrollo de diferentes actividades turísticas como caminatas guiadas, actividad que tiene un puntaje de 89, ciclismo 68 puntos, alimentación 56 puntos, piscina/spa, canopy y pesca recreativa con 46 puntos para cada acción; siendo las más beneficiosas para el proyecto, por los ingresos que generarán, y en el caso de caminata y ciclismo por ser actividades beneficiosas para la salud de ser humano y el cuidado ambiente.

El componente que mayormente se ve afectado de manera negativa por el desarrollo de las actividades turísticas en el centro recreacional, es el componente suelo con un puntaje de 78, al producirse compactación y contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos, provenientes principalmente por la construcción de infraestructura con un valor de 43 puntos, debido a los trabajos de excavación, movimientos de tierra, desbroces, nivelación, tala de árboles, y por el montaje de la obra; por otro lado la operación de las diferentes actividades contribuye principalmente a la generación de desechos, entre ellas camping con un puntaje de 31, piscina/spa y pesca recreativa con 28 puntos cada una, lo que nos sirve para conocer en qué actividades se requiere mayor atención para tomar medidas de prevención, mitigación y control.

4. Plan de manejo ambiental

Tabla 71-5: Plan de manejo ambiental

COMPONENTE	IMPACTO	ESTRATEGIA	BENEFICIO	TIPO DE MEDIDA	EJECUCIÓN		RESPONSABLE		PRESUPUESTO
					MOMENTO	FRECUENCIA	EJECUCIÓN	CONTROL	
SUELO	Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	Ubicación de cestos de basura en lugares estratégicos.	Disminución de la basura en los sitios de visita del centro recreacional.	Control	Pre operativo	Inmediata y anual	Administrador del Centro	Administrador del Centro	150,00
		Mediante la separación de los desechos en recipientes adecuados, se podrá dar el tratamiento idóneo a los mismos; a los desechos sólidos orgánicos se los tratará por medio de compostaje y a los desechos inorgánicos ya clasificados se enviara a la planta de tratamiento del cantón.	Abono orgánico para utilizar en jardines y plantaciones.	Mitigación	Operativo	Mensual	Ayudantes del Centro	Administrador del Centro	240,00
		Para evitar el incremento de desechos sólidos inorgánicos se propondrá la campaña de las 3R (reducir, reciclar y reutilizar).	Mayor concientización de los turistas sobre los desechos y el cuidado del ambiente.	Prevención	Operativo	Trimestral	Responsable de comercialización y ventas	Administrador del Centro	150,00

COMPONENTE	IMPACTO	ESTRATEGIA	BENEFICIO	TIPO DE MEDIDA	EJECUCIÓN		RESPONSABLE		PRESUPUESTO
					MOMENTO	FRECUENCIA	EJECUCIÓN	CONTROL	
		Almacenar las botellas para realizar nuevas construcciones alternativas.	Reducción de botellas plásticas, nuevo material de construcción económico.	Control y mitigación	Operativo	Semanal	Ayudantes del Centro	Administrador del Centro	50,00
	Erosión del suelo	Forestación y reforestación con plantas nativas con la finalidad de recuperar la cobertura del suelo y los nichos ecológicos, utilizando además el compost obtenido de los residuos orgánicos que genere el proyecto.	Mayor cantidad de vegetación y mejoramiento de superficies afectadas.	Control y mitigación	Pre operativo y operativo	Inmediata y evaluaciones durante la vida útil del proyecto	Comunidad	Administrador-Comunidad	100,00
		Adecuación y mantenimiento del sendero ecológico con materiales propios de la zona.	Control al avance de la erosión.	Prevención y control	Pre operativo y operativo	Semestral	Comunidad	Administrador del Centro	200,00
AGUA	Deterioro de la calidad del agua	Colocar trampas de grasa y residuos en coladeras.	Atenuar el impacto negativo.	Control	Pre operativo	Inmediata y evaluaciones mensuales	Ayudante de cocina	Administrador del Centro	180,00
		Implementar un sistema natural con plantas y algas para la depuración de aguas grises provenientes de duchas, cocina.	Evitar la contaminación del río Yanayacu.	Prevención y control	Pre operativo	Inmediata y evaluaciones mensuales	Piscinero	Administrador del Centro	100,00
	Aumento de consumo	Implementar tecnologías ahorradoras de agua en grifería de cocina, duchas, lavabos; inodoros.	Disminución del consumo de agua.	Prevención y control	Pre operativo	Inmediata	Técnico	Administrador del Centro	100,00

COMPONENTE	IMPACTO	ESTRATEGIA	BENEFICIO	TIPO DE MEDIDA	EJECUCIÓN		RESPONSABLE		PRESUPUESTO
					MOMENTO	FRECUENCIA	EJECUCIÓN	CONTROL	
		Elaboración de normativas para conservar las fuentes de agua existentes.	Conservar los caudales.	Prevención	Pre operativo	Inmediata y evaluaciones anuales	Técnico Ambiental	Administrador del centro	100,00
	Revalorización de vertientes y río	Implementar una cartilla ecológica.	Crear conciencia ambiental en clientes internos y externos.	Prevención	Operativo	Inmediata y mensual	Responsable de comercialización y ventas	Administrador-responsable de comercialización y ventas	50,00
AIRE	Cambio de hábitos de transporte (uso de bicicleta y caminatas)	Inducir a los visitantes el uso de bicicleta como transporte alternativo y a realizar caminatas.	Disminución de emisión de gases contaminantes.	Prevención y control	Operativo	Diaria	Personal del centro	Administrador del centro	80,00
FLORA Y FAUNA	Perturbación de las especies por ruido.	Difundir información a los visitantes sobre el problema que genera el ruido en la fauna.	Concientización a los visitantes	Prevención y control	Operativo	Diaria	Personal del centro	Administrador del Centro	60,00
		Utilización de plantas ornamentales con flores llamativas para aves.	Conservación de la fauna con sus hábitos naturales dentro del área.	Mitigación	Pre operativo	Inmediata y evaluaciones trimestrales	Comunidad – Ayudantes del Centro	Administrador del centro	70,00
	Recolección de especies de flora.	Sancionar a los turistas que arranquen cualquier tipo de planta.	Concientización a los visitantes	Control	Operativo	Cuando amerite	Administrador del Centro	Administrados del Centro	30,00
	Valoración de la importancia de especies de flora y fauna.	Para la valoración de especies de flora y fauna se implementará señalética informativa en la que se dé a conocer las principales especies de la zona y su importancia.	Concientización a los visitantes	Prevención	Pre operativo	Inmediata y evaluaciones semestrales	Ayudantes del Centro y Comunidad	Administrador del Centro	40,00

COMPONENTE	IMPACTO	ESTRATEGIA	BENEFICIO	TIPO DE MEDIDA	EJECUCIÓN		RESPONSABLE		PRESUPUESTO
					MOMENTO	FRECUENCIA	EJECUCIÓN	CONTROL	
SOCIO CULTURAL	Aumento de turismo en la zona.	Información adecuada de las actividades y servicios del establecimiento.	Correcta distribución de los turistas en el área.	Control	Operativo	Diaria	Responsable de comercialización y ventas	Administrador-del Centro	30,00
		Inducir al turista a que utilice otros servicios del Centro que no estén congestionados, a través de la colocación de señalética estratégica.	Evitar congestiones para una mayor satisfacción de los turistas.	Control	Operativo	Diaria	Responsable de comercialización y ventas; Personal del Centro	Administrador del Centro	30,00
		Cumplir con la capacidad de carga de cada área.	Mayor comodidad de los turistas.	Control	Operativo	Diaria	Administrador; Responsable de comercialización y ventas; Personal del Centro	Administrador del Centro	30,00
		Inducir a los turistas a recorrer el valle de Yanayacu y sectores aledaños, después de la visita al centro recreacional.	Fortalecimiento del turismo en la zona.	Control	Operativo	Diaria	Responsable de comercialización y ventas	Administrador del Centro	30,00
	Número de visitantes durante el año.	Fomentar el ingreso de visitantes en temporada baja.	Equilibrar el ingreso de visitantes en pocas de menor afluencia.	Control	Operativo	Temporada baja	Responsable de comercialización y ventas	Administrador del Centro	30,00
	Generación de fuentes de empleo.	Fortalecimiento de las capacidades para la fabricación y promoción de artesanías.	Nuevas oportunidades para la generación de ingresos.	Prevención y control	Pre operativo	Inmediata y Anual	Administrador – Comunidad	Administrador – Comunidad	100,00
		Capacitación de la población en el uso de abonos orgánicos para tener productos	Mejoramiento de las condiciones de salud y	Prevención y control	Pre operativo	Anual	Administrador-Comunidad	Administrador – Comunidad	100,00

COMPONENTE	IMPACTO	ESTRATEGIA	BENEFICIO	TIPO DE MEDIDA	EJECUCIÓN		RESPONSABLE		PRESUPUESTO
					MOMENTO	FRECUENCIA	EJECUCIÓN	CONTROL	
		más sanos.	educación de la población.						
	Intercambio cultural.	Programa de revitalización cultural para pobladores locales y promoción de la cultura a través de actividades artísticas, culturales, y gastronómicas que fomenten la participación.	Recuperación de conocimientos y prácticas tradicionales	Control y mitigación	Operativo	Fechas especiales	Administrador-Comunidad	Administrador-Comunidad	200,00
	Dinamización de la economía local.	Fortalecer emprendimientos asociativos al proyecto.	Desarrollo comunitario.	Prevención y control	Pre operativo y operativo	Trimestral	Administrador-Comunidad	Administrador-Comunidad	150,00
	Fomento de actividades de esparcimiento y deportes de aventura.	Capacitación a pobladores locales en la práctica de deportes de aventura y actividades recreativas para la prestación de servicio.	Diversificación del producto.	Prevención y control	Pre operativo	Inmediata y Anual	Administrador-Comunidad	Administrador-Comunidad	100,00
PAISAJE	Generación y eliminación de basura.	Fortalecimiento y promoción del turismo comunitario con programas de manejo de desechos sólidos para evitar la contaminación de los componentes ambientales.	Mejoramiento de la calidad de visita a los turistas.	Prevención y control y mitigación	Pre operativo y operativo	Inmediato y Anual	Administrador-Comunidad	Administrador-Comunidad	100,00
TOTAL									2600,00

Realizado por: Jesenia Porras.

D. ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD LEGAL ADMINISTRATIVA

1. Estudio legal

Para el estudio legal se realizó un análisis de la Constitución, de Ley de Economía Popular y Solidaria; y leyes relacionadas con el sector turístico para la legalización y el funcionamiento del proyecto.

a. Tipo de organización

El centro recreacional turístico “Intiyana” se constituirá como una empresa de tipo popular y solidaria, siendo una forma de organización económica donde sus integrantes, en este caso la comuna de Yanayacu, desean organizar y desarrollar procesos para ofrecer la prestación de servicios turísticos por medio del centro recreacional, satisfaciendo necesidades y generando ingresos basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al Buen Vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. De acuerdo al siguiente análisis, se determina el fundamento legal al cual estará enfocado al proyecto:

b. Análisis de leyes

Tabla 72-5: Análisis de las leyes

Ley	Análisis	Ventajas	Desventajas
<p>Constitución Política del Ecuador (2008).</p> <p>Art. 66.- Se reconoce y garantiza a las personas: 13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria. 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.</p> <p>Art. 83. Sobre las responsabilidades: 6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional y sustentable y sostenible. 7. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al</p>	<p>Es la máxima ley, a la que se debe acatar como marco legal para la organización del Estado ecuatoriano.</p>	<p>De acuerdo a los artículos mencionados, es posible constituir una empresa, ya sea de forma individual o colectiva.</p> <p>Existe un grado elevado de consideración hacia la naturaleza, el ambiente y la</p>	<p>Al no cumplir con los reglamentos se puede incurrir en desacatos a las ordenanzas y normas lo cual puede provocar que exista algún tipo de sanción por desconocimiento de la ley.</p>

<p>buen vivir.</p> <p>Art. 277.- Buen vivir, deberes del Estado</p> <p>6. Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.</p> <p>Art. 278.- Buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:</p> <p>2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.</p> <p>Art. 283.- El sistema económico es social y solidario...</p> <p>El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.</p> <p>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.</p> <p>Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.</p>		<p>utilización adecuada de los recursos.</p> <p>El Estado impulsa iniciativas comunitarias para el desarrollo del buen vivir.</p> <p>Integra a la organización popular y solidaria en el sistema económico.</p>	
<p>Ley de Turismo (2002).</p> <p>Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:</p> <p>a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.</p> <p>Art.5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual...</p> <p>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.</p> <p>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</p>	<p>Por tratarse de una empresa turística, directamente debe basarse en las reglas propuestas por la Ley de turismo, ya que esta ley tiene por objeto determinar el marco legal del sector turístico del país.</p>	<p>Propone los conceptos de las diferentes actividades que se considera de carácter turístico.</p> <p>Especifica los requisitos para el registro, calificación, promoción y sanción de los actores de turismo.</p> <p>El registró y la licencia anual de funcionamiento trae múltiples beneficios como el acceso a los beneficios tributarios de ley, publicidad, entre otros.</p>	<p>No están bien diferenciadas todas las actividades, por lo que no existe una denominación de complejos ni centros de turismo.</p>

<p>que le corresponda.</p> <p>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.</p> <p>Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.</p>		<p>Apoyo a las iniciativas comunitarias.</p>	
<p>Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo (2004).</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.</p> <p>Art. 49.- Registro y razón social.- El Ministerio de Turismo no concederá el registro, a establecimientos o sujetos pasivos cuya denominación o razón social guarde identidad o similitud con un registro.</p> <p>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</p>	<p>Este reglamento es una herramienta jurídica que sirve de apoyo para la correcta aplicación de cada una de las leyes y lineamientos contemplados en la Ley de turismo, siendo esta la norma jurídica de mayor importancia para el sector turístico.</p>	<p>Contemplan lineamientos y conceptos específicamente relacionados con el sector turístico.</p> <p>Especifican los requisitos y procesos que se deben realizar previo a la obtención del registro único de turismo, para la licencia única de funcionamiento, etc.</p> <p>Determina los requerimientos básicos en cuanto a los servicios con los que debe contar los diferentes tipos de establecimientos turísticos.</p>	<p>Dentro de las disposiciones transitorias se reconoce a los centros de recreación turística, sin embargo no existe un reglamento especial ni norma técnica que especifique las características de los mismos.</p>

<p>sesenta días calendario del año siguiente.</p> <p>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.</p> <p>Art. 58.- Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción.</p> <p>Art. 60.- Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro.</p> <p>En los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza Correspondiente.</p> <p>De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.</p>			
<p>Ley de Economía Popular y Solidaria</p> <p>Art. 2.- Formas de organización:</p> <p>b) Las organizaciones económicas constituidas por comunidades fundadas en relaciones familiares, identidades étnicas, culturales o territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes o servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras, que constituyen el Sector Comunitario.</p> <p>Art. 3.- Las formas de organización de economía popular y solidaria, se caracterizan por:</p> <p>a) La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia;</p> <p>b) Su compromiso con la comunidad, la responsabilidad por su ámbito territorial y la naturaleza;</p> <p>c) La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros;</p> <p>d) La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;</p>	<p>Formas de organización de la economía popular y solidaria</p>	<p>Pueden crear sus propios reglamentos de acuerdo a sus necesidades y costumbres.</p> <p>Gozan del apoyo financiero por parte del BNF y la CFN, por medio de préstamos.</p> <p>Las entidades del ejecutivo dentro de sus ámbitos de competencia, proveerán apoyo financiero en proyectos productivos y de desarrollo.</p> <p>Participarán en programas de</p>	<p>Se deberá demostrar encontrarse activo para ser partícipe de los beneficios.</p> <p>La Superintendencia de Economía tendrá la potestad de declarar la disolución forzosa cuando no se dé cumplimiento al reglamento de esta ley y se pierda el objeto de la creación de la misma.</p>

<p>e) La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad;</p> <p>f) La prevalencia del trabajo sobre los recursos materiales; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.</p> <p>Art.- 4.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético.</p> <p>Art.- 5.- Declárase de interés público y prioridad del Estado, la promoción, protección y fortalecimiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria, y su ampliación a partir del resto de la economía popular, como mecanismo eficaz para construir el Sistema Económico Social y Solidario, aumentar y mejorar las fuentes de trabajo, contribuir a la estabilidad económica, a la práctica de la democracia, a la preservación de la identidad, a la equitativa distribución de la riqueza y a la inclusión económica y social.</p> <p>Art.- 18.- Las organizaciones económicas del sector comunitario, no requieren personalidad jurídica para su funcionamiento, sin embargo, para acogerse a la presente ley, se registrarán en el Instituto, de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento General de la misma.</p> <p>Art.- 19.- Las organizaciones económicas del sector comunitario, podrán adoptar la denominación que convenga a sus intereses, pero no podrán denominarse asociaciones, fundaciones, corporaciones ni cooperativas.</p> <p>Art.- 21.- El fondo social de las organizaciones económicas del sector comunitario, será variable y estará constituido por los aportes de sus miembros, efectuados en numerario, trabajo o bienes, debidamente valuados por su máximo órgano de gobierno, aportes que serán retribuidos en la forma y condiciones resueltas libremente por dichos órganos.</p> <p>Art.- 22.- Las organizaciones económicas del sector comunitario, cancelarán su registro con la presentación de un acta suscrita por la mayoría de sus integrantes, salvo que medie obligación de devolución de bienes entregados por el Instituto u otro organismo estatal, en cuyo caso, se sujetará a lo señalado en el Reglamento General de la presente Ley.</p>		<p>capacitación especializados en procesos, económicos, organizativos, acreditación, registros de promoción e inteligencia de mercados y trámites de importación y exportación entre otros temas.</p>	
--	--	---	--

Realizado por: Jesenia Porras.

b. Requisitos de constitución

De acuerdo al Reglamento de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, para constituir una organización de economía popular y solidaria se debe realizar:

1) ¹³**Asamblea Constitutiva.-** Se debe realizar una asamblea constitutiva con las personas interesadas, quienes, en forma expresa, manifestarán su deseo de conformar la organización y elegirán un Directorio provisional integrado por un Presidente, un Secretario y un Tesorero, que se encargarán de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia.

2) ¹⁴**Acta Constitutiva.-** El acta de la asamblea constitutiva debe contener:

- Lugar y fecha de constitución;
- Expresión libre y voluntaria de constituir la organización;
- Denominación, domicilio y duración;
- Objeto social;
- Monto del fondo o capital social inicial;
- Nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores;
- Nómina de la Directiva provisional; y,
- Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.

3) ¹⁵**Requisitos de constitución.-** Se debe presentar los siguientes documentos:

Las organizaciones comunitarias para la obtención de personalidad jurídica presentarán ante la Superintendencia los siguientes requisitos:

- Solicitud de constitución
- Acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores.

¹³ Art 2. Reglamento a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.

¹⁴ Art 3. Reglamento a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.

¹⁵ Art 5. Reglamento a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.

- Copia de la cédula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte del fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

c. Estructura interna de la organización

Las organizaciones económicas del sector comunitario, adoptarán el sistema de gobierno y representación que mejor convenga a sus costumbres, prácticas y necesidades, así como también implementarán sus propios mecanismos y procedimientos de autocontrol social y auto regulación, enmarcándose en los valores y principios que rigen la economía popular y solidaria. De acuerdo a lo mencionado se estableció la estructura organizacional más adecuada para la empresa, que se detalla en la **Figura 39**.

d. Requisitos para el funcionamiento

Todas las personas naturales y jurídicas que ejerzan la actividad turística deben cumplir con dos requisitos obligatorios para el ejercicio profesional.

- Obtener el Registro de Turismo, la cual es emitida por el Ministerio de Turismo, que es la certificación de que la actividad se realiza en las normas enmarcadas en la normativa turística.
- Obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento que emite el Ministerio de Turismo, o las municipalidades descentralizadas, la cual debe ser renovada cada año.

1) Registro de turismo

El registro de turismo se lo deberá hacer en el Ministerio de Turismo por una sola vez en la oficina regional correspondiente o en su oficina nacional. Los requisitos para el registro son:

- Petición por escrito realizado por el interesado.

- Certificado de la designación y/o nombramiento del representante por parte de la Asamblea General de la organización.
- Estatutos de la asociación notariados mediante escritura pública.
- Copias de la cédula de ciudadanía y certificado de votación actualizado del representante legal de la organización.
- Registro único de contribuyentes (RUC).

2) Registro único de contribuyentes

Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:

- Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal
- Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE (Tribunal Supremo electoral).
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías.

3) LUAF (Licencia Única Anual de Funcionamiento)

Para obtener la licencia anual de establecimiento se requiere:

- Solicitud dirigida al Señor Alcalde
- Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo
- Patente municipal actualizada
- Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial
- Copia certificada del RUC
- Lista de precios del establecimiento turístico
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

e. Reglamento interno para trabajadores y clientes

1) Reglamento para trabajadores

a) Horarios de trabajo

- Se respetara el horario de la estructura técnica del servicio establecido para cada área del centro recreacional turístico.
- El horario establecido por la empresa podrá ser modificado únicamente por la administración.
- Los retrasos mayores a 15 minutos tendrán llamadas de atención y si es recurrente hasta la tercera llamada se le descontara el 10% de la remuneración mensual.
- Los trabajadores deberán llenar un registro obligado de entrada y salida.
- El registro de asistencia es personal, ninguna persona puede llenar los datos por otro compañero, caso contrario ambos recibirán la respectiva sanción.

b) Permisos y faltas

- En caso de que algún colaborador requiera ausentarse a laborar por un día, este deberá avisar con 48 h de anticipación para que el administrador pueda prever un suplente. La solicitud debe ser por escrito, caso contrario no se le concederá el permiso.

- Solamente el administrador será quien autorice el respectivo permiso y disponga bajo qué condiciones se lo concede.
- En caso que el colaborador falte por alguna calamidad doméstica y no haya avisado con anticipación, este deberá presentar la debida justificación fundamentada, si es por motivos de salud el documento que deberá presentar es del IESS, de no ser así recibirá la respectiva sanción que consiste en la disminución del 10% del salario mensual, al mes que corresponda la falta.
- Si el trabajador no justifica tres días de falta en su jornada laboral, la empresa podrá entregar su carta de despido.

c) Derechos

- Recibir una remuneración justa por la labor realizada.
- Opinar y contribuir a la evolución de la empresa administrativa y operativamente.
- Participar en la toma de decisiones para la readecuación del centro recreacional turístico.
- Ser capacitado e incentivado constantemente para mejorar su desenvolvimiento personal y grupal en el ámbito laboral.

d) Obligaciones

- Cumplir oportuna y efectivamente las funciones y responsabilidades establecidas en el manual de funciones.
- Acatar los estatutos y reglamentos del centro recreacional turístico Intiyana.
- Todos los colaboradores deberán utilizar la camiseta de la empresa.
- Mantener un trato amable y con respeto dentro y fuera de la empresa.
- Mantener conductas decentes con sus compañeros y que no incomoden a los turistas.
- Trabajar en equipo y en manera coordinada.
- Generar ideas y propuestas para mejorar la gestión y operación del personal en el centro.
- Cuidar su apariencia personal.

- El personal debe ser consciente de la realidad ecológica de la zona, la cultura, conocer los atractivos cercanos, estar capacitado para brindar un buen servicio e información al visitante.

e) Restricciones

- Se prohíbe a los trabajadores realizar actividades que pongan en riesgo su seguridad, la seguridad de los compañeros y de los visitantes.
- Se prohíbe ingerir bebidas alcohólicas ni drogas en su horario de trabajo, ni horas libres.
- Se prohíbe fumar en las instalaciones o sitios que molesten a los visitantes.
- Adjudicarse útiles de trabajo, herramientas o materias primas, sin el permiso de la persona facultada para ello.
- Ser promotor de alguna pelea, riña o cometer actos que alteren la disciplina, así como distraer y quitar el tiempo a otros compañeros sin causa justificada.
- Se prohíbe el cobro de valores adicionales a los establecidos, la trasgresión de este literal podrá acarrear suspensión temporal o el retiro definitivo del puesto de trabajo.

f) Juntas y reuniones laborales

- Las reuniones deberán ser convocadas con 3 días de antelación como mínimo.
- Las juntas se las realizará en la administración de la empresa, o en la casa comunal de Yanayacu, según convenga.
- Será responsabilidad de cada participante la integridad y participación en las reuniones, a las cuales deben asistir con puntualidad.

g) Normativa para la prestación del servicio (personal-cliente)

- Dar una calurosa bienvenida y atender las necesidades del visitante con prontitud y amabilidad.
- El cliente debe estar por encima de todo, por lo que se debe asegurar la satisfacción del cliente.
- Debe ser tolerante a ciertos patrones culturales de los visitantes y respetarlos.

- Los servicios serán prestados en forma responsable, puntual, con respeto y buena predisposición, acorde a lo que el cliente espera.
- El personal buscara siempre en lo posible exceder las expectativas de los visitantes y ayudarlos con dudas o problemas.
- Cuidar su apariencia personal.
- Cuando se hable con un cliente se lo llamará por el nombre, ofreciéndole una sonrisa y mirándola a los ojos, con un trato correcto y amistoso, evitando fumar o comer.

2) Reglamento para clientes (normas conductuales)

- No atentar en contra de la naturaleza.
- Se prohíbe ingerir bebidas alcohólicas fuera del bar.
- Se prohíbe el uso de drogas.
- Evitar relaciones con el personal del centro recreacional.
- Respeto a la cultura local.
- No irrumpir en áreas que no se le ha permitido visitar u observar.
- Seguir siempre las instrucciones del guía.
- Cuidar sus pertenencias de valor
- Caminar siempre por los senderos establecidos.
- Se prohíbe arrancar cualquier tipo de planta y atentar con alguna especie animal.
- Los visitantes deben respetar y cuidar de las instalaciones que están a su disposición. Se prohíbe manchar o realizar grafitis en árboles o infraestructuras.
- No dejar huellas de su estadía (basura, plantas quebradas, fuegos etc.).
- No dejar desechos plásticos, vidrios u otros productos que no sean de fácil reciclaje. Si lo ha traído lléveselo de vuelta.
- Acampar solo en áreas autorizadas por la Asociación.
- Apoyar la producción local mediante la compra de productos y artesanías manufacturadas por la localidad.
- No regatear o negociar los precios establecidos para las actividades turísticas ofertadas por la empresa.
- Al realizar actividades turísticas, procurar hacerlo provocando el mínimo ruido, para no perturbar a las especies de animales.

- Anticipar a los encargados de la operación, sobre sus condiciones generales de salud y/o preferencias alimenticias, alergias o restricciones particulares.
- No perturbar la tranquilidad de otros visitantes o pobladores locales.
- No realizar fogatas en zonas no autorizadas o establecidas.
- Se prohíbe arrojar basura a las vertientes y al río.

a) Condiciones y restricciones para el uso de piscina

- Es obligatorio el uso de traje de baño.
- Los bañistas tendrán que pasar obligatoriamente por las duchas y lavapiés antes de ingresar a la piscina.
- El tiempo de utilización de duchas será el estrictamente necesario.
- No se permite el ingreso de alimentos ni bebidas al área de la piscina.
- No se permite correr en los alrededores de la piscina, área de duchas y servicios sanitarios.
- El cuidado y seguridad de sus hijos es de su responsabilidad.
- Los niños menores de 12 años deben estar acompañados de un adulto.
- Los usuarios han de cerciorarse de las diferentes profundidades de la piscina antes de hacer el uso de la misma, con el fin de evitar accidentes.
- Se prohíbe ensuciar el agua con prácticas antihigiénicas. Está prohibido escupir, sonarse, orinar o contaminar de alguna forma el agua de la piscina.
- Queda estrictamente prohibido el uso de la piscina bajo los efectos del alcohol.
- Prohibido el ingreso de mascotas al área de piscina.

b) Condiciones y restricciones para el área de camping

- Firmar el documento de descargo donde se compromete a respetar las reglas de la actividad, al igual que responder por la pérdida de objetos personales.
- Los menores de edad deben ir acompañados de un adulto.
- Prohibido el consumo de drogas, alcohol, cigarrillos y sustancias estupefacientes.
- Prohibido llevar juegos pirotécnicos (bengalas y sustancias inflamables).
- Prohibido armas blancas y de fuego.
- Prohibido irrespetar las áreas para caminadas y camping.

- Evitar el desperdicio de agua.
- Mantener limpia el área de camping.
- Llevar linterna.

Las personas que irrespeten las reglas serán expulsadas del camping sin devolución de dinero.

c) Condiciones y restricciones para la actividad de canopy

- El turista debe firmar la carta de renuncia de responsabilidad que le otorgue el guía.
- Seguir las indicaciones del instructor como así también las señales visuales para el desarrollo de la actividad.
- Ingerir abundante agua fresca, para evitar la deshidratación.
- Está prohibido el consumo de alcohol o sustancias psicotrópicas, antes o durante el desarrollo de la actividad.
- Ninguna persona con problemas serios de salud puede desarrollar la actividad.
- No utilizar el pelo suelto, utilizar el casco para sujetarlo en caso de tenerlo muy largo, utilizar sujetadores elásticos que eviten que éste pueda enredarse entre el cable y el sistema de movimiento.
- Utilizar calzado y ropa cómoda, no utilizar ropa suelta o cordones que queden sueltos a fin de evitar que los mismos se enreden entre el cable y los sistemas de movimiento.
- No manipular el equipo técnico durante las charlas informativas y de seguridad.
- Todos los menores de 18 años para participar en la actividad de canopy deberán estar acompañados de su padre, madre o responsable mayor de edad, el cual deberá firmar la declaración de reconocimiento de riesgos en representación del menor.
- La edad mínima para desarrollar la actividad es de 10 años.
- El guía es la única persona que puede colocar, adaptar y manipular el equipo a utilizar.

2. Estudio administrativo

a. Estructura organizacional

1) Estructura orgánica

La participación comunitaria será parte esencial dentro de la organización del centro recreacional turístico, para su fortalecimiento y desarrollo del turismo comunitario que implica obtener el bienestar general de la comuna de Yanayacu (Sumak Kawsay), a través de la capacitación, trabajo, equipamiento, producción y saneamiento.

Para lograr estos desafíos es necesario el impulso de procesos de planificación participativa, dejando atrás los sistemas convencionales de planificación, para que la comunidad sea quien tome las riendas del proyecto hacia el desarrollo sostenible, incorporando elementos de competitividad que permitan la venta del producto en el mercado, la conservación de los recursos naturales y la revalorización de la cultura.

a) Organigrama estructural

Se estableció una estructura organizacional circular, para evitar la estructura por jerarquías, de acuerdo a los requerimientos que presenta el proyecto, se establecieron las áreas específicas, que en conjunto deberán coordinar las actividades para el correcto desarrollo operativo del establecimiento turístico.

La organización social de la comuna de Yanayacu es de suma importancia para el fortalecimiento organizativo del centro recreacional turístico, de tal modo que se eleven los niveles de asociatividad. Este planteamiento organizativo radica en demostrar la importancia de la Asamblea General como instancia para la toma de decisiones y del Cabildo como ente de representación y las posibilidades que este tiene de gestionar el desarrollo de la Comuna mediante alianzas estratégicas, estableciendo nexos de conexión con organizaciones, como organismos de cooperación, ONG's e instituciones del Estado.

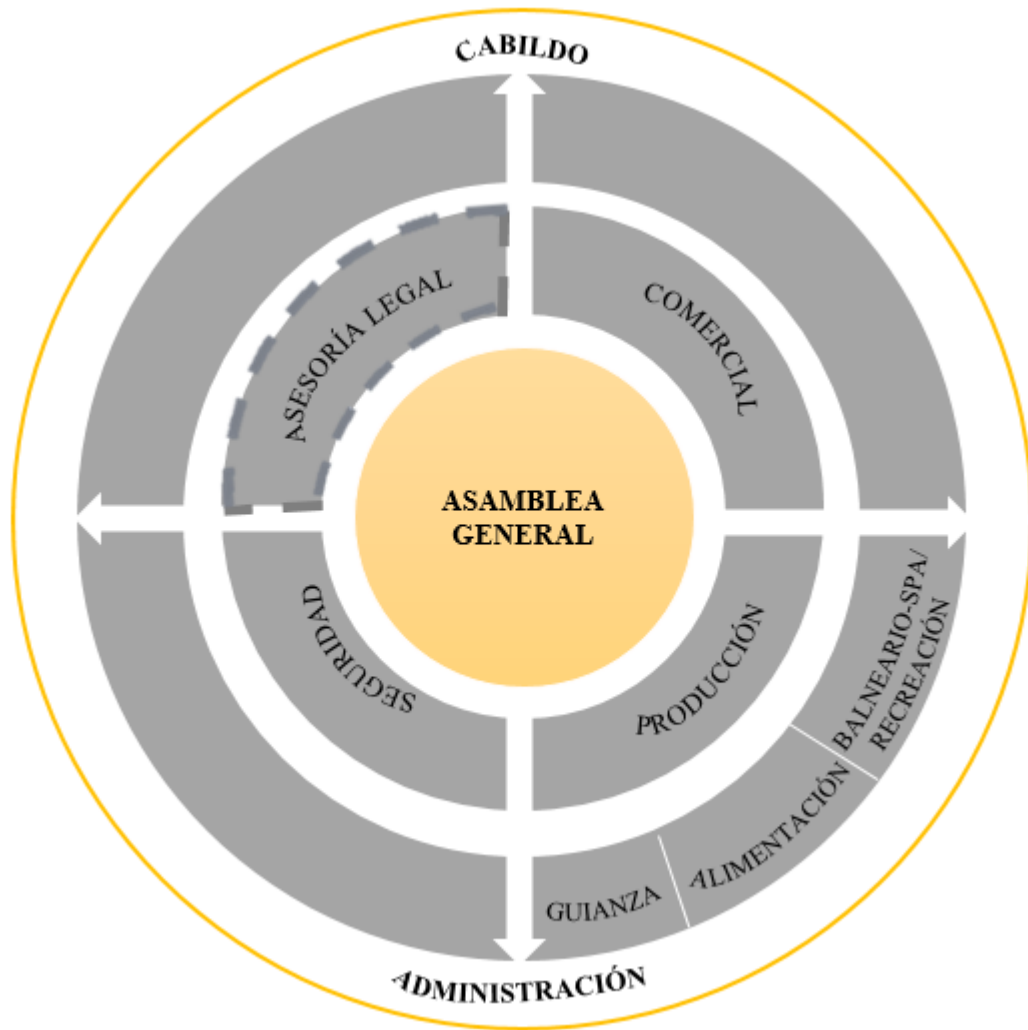


Figura 39-5. Organigrama estructural
Realizado por: Jesenia Porras.

b) Organigrama funcional

El fortalecimiento del Cabildo y su estructura organizativa y operativa, permitirá que la Comuna pueda crear sus propias normas para la elección de la administración adecuada para el proyecto, lo regularán con la respectiva resolución, mediante una actualización del reglamento de la Comuna para legitimar las acciones tomadas por el Cabildo, en el sentido de asignar el personal idóneo para las áreas operativas del centro recreacional.

Es por ello que el organigrama funcional está fundamentado en que la asamblea es la base principal del proyecto, es decir la comunidad, manteniendo una relación directa con los técnicos o profesionales que son la parte de apoyo o asesoría. La empresa estará

legalmente constituida de acuerdo a un sistema comunitario donde se elige a la administración, en dicho ámbito, el administrador será el representante legal del centro recreacional turístico.

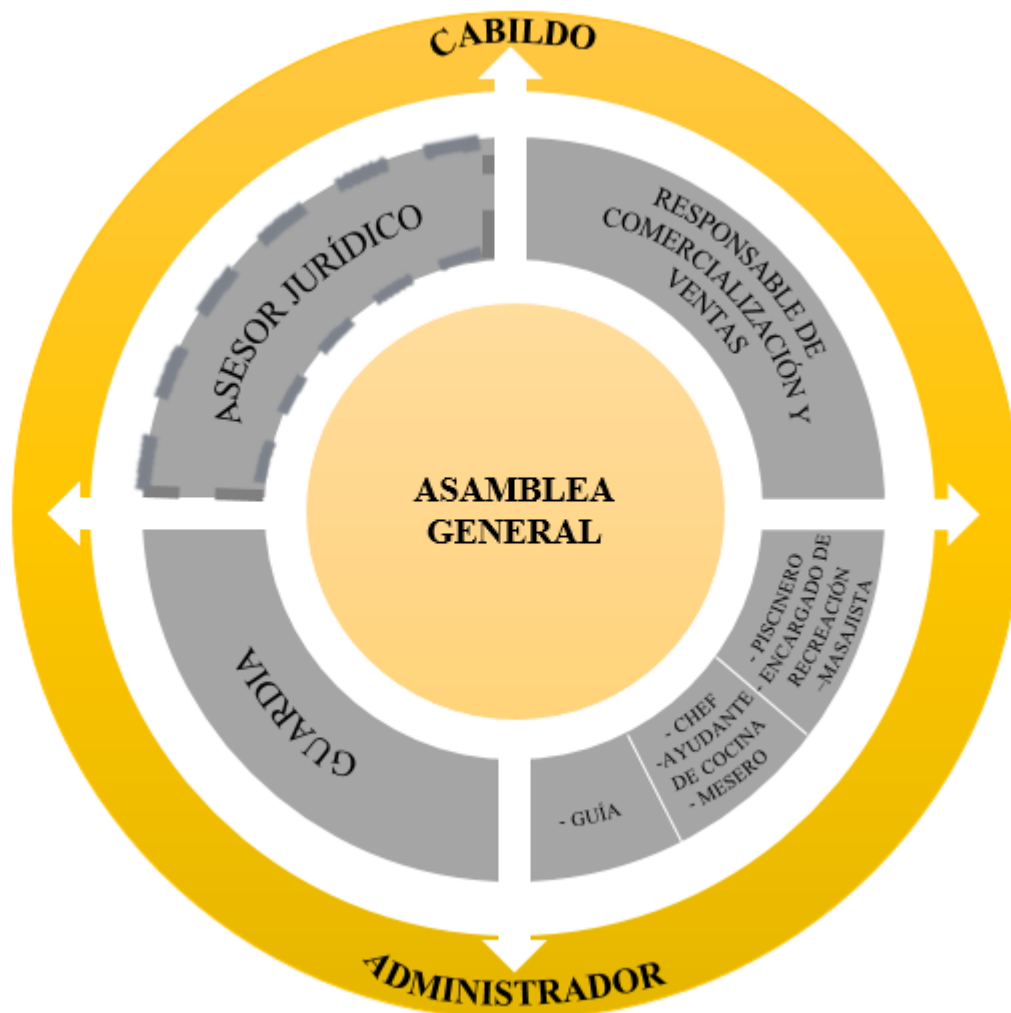


Figura 40-5. Organigrama funcional
Realizado por: Jesenia Porras.

c) Manual de funciones y responsabilidades

La elaboración del manual de funciones tiene como propósito definir el cargo, funciones y responsabilidades, la suplencia y perfil del personal que laborará en el centro recreacional turístico “Intiyana”, distribuidas para cada área de gestión del establecimiento, conformada por asamblea general (comuna), directiva comunitaria (cabildo), personal del centro recreacional (administrativo, operativo, técnico).

Para la elaboración del manual se tomó en cuenta las “Normas técnicas ecuatorianas”, para el personal del sector turístico, en el cual se establece las competencias laborales, mismas que servirán para determinar los resultados que se espera en cada área de trabajo.

i. Asamblea

Tabla 73-5: Funciones de la asamblea

Cargo: Asamblea	
Descripción del cargo	Es la máxima autoridad de la comuna y se encuentra integrada por todos o la mayoría de las y los pobladores mayores de edad, cuyos nombres constan en el registro comunal.
Principales responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Toma decisiones; establece estatutos y reglamentos para el centro recreacional turístico. - Define las políticas administrativas, sociales y culturales. - Monitorea y da seguimiento a las acciones del cabildo. - Solicita reportes financieros. - Establece el plan de trabajo. - Conoce, estudia, y resuelve toda queja y reclamo que se presente con los asuntos de la comuna y el establecimiento. <p>Otras responsabilidades: mantenimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participar en mingas para el mantenimiento de las instalaciones, senderos, jardinería y en general los aspectos de las distintas áreas de operación. - Vigilar el adecuado funcionamiento de toda la infraestructura, accesos y senderos.

Realizado por: Jesenia Porras.

ii. Cabildo

Tabla 74-5: Funciones del cabildo

Cargo: Cabildo	
Descripción del cargo	Representa legalmente a la comunidad, dirige, planifica, gestiona acciones que permitan velar por el bienestar de la comunidad y el centro recreacional turístico.
Principales responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer lineamientos de funcionamiento para ser aprobados por la comunidad. - Crear convenios que ayuden al desarrollo de la comunidad. - Planificar reuniones de trabajo. - Crear un plan de capacitación para los habitantes de la comunidad.

Realizado por: Jesenia Porras.

iii. Administración del centro recreacional turístico

Tabla 75-5: Manual de funciones del administrador

Cargo: Administrador	
Descripción del cargo	El administrador del establecimiento se ocupa principalmente de gestionar los procesos de la empresa: velar por el bienestar del centro recreacional

	<p>turístico manteniendo una calidad continua de todos los servicios, cumplir con las exigencias legales y tributarias, finalmente incentivar al personal para alcanzar un desarrollo económico, competitivo y de crecimiento empresarial.</p> <p>Por tratarse de una empresa pequeña el administrador será quien a la vez desempeñe el cargo de contador para lo cual deberá analizar registrar, contabilizar todas y cada una de las transacciones económicas y financieras para la emisión de reportes, cuya información le sirva para la toma de decisiones adecuadas.</p>
<p>Principales responsabilidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Observar y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización. - Informar al cabildo todo lo relacionado con el establecimiento. - Planificar objetivos y estrategias. - Encargado del manejo de talento humano (capacitaciones, calculo y emisión de roles de pago). - Establecer estrategias y acciones de mercadeo. - Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento. - Analizar y evaluar resultados para proponer acciones. - Asegurar la satisfacción del cliente interno y externo. - Liderar el equipo humano del trabajo. - Coordinar actividades de capacitación. - Organizar y dirigir las reuniones periódicas del trabajo del personal que conforme el equipo de gestión. - Manejar la publicidad y marketing (promocionar y vender el servicio, así como diseñar nuevas formas de publicidad). - Establecer estrategias y acciones de mercadeo. - Formular políticas de promoción, precios, ventas, para su aprobación por el equipo de gestión. - Establecer acuerdos y alianzas comerciales. <p>Otras responsabilidades: Contador</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejar el presupuesto - Elaborar cotizaciones - Tener una lista de proveedores y efectuar pago. - Llevar en forma adecuada los recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago. - Llenar formulario y pagar los impuestos del SRI. - Verifica que este correcto el registro de las facturas emitidas por recepción. - Responder por los fondos del centro recreacional turístico.
<p>Competencia</p>	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Procesos y procedimientos administrativos y contables. - Técnicas de definición de precios, productos y servicios. - Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo. - Procesos de mejora continúa. - Técnicas de negociación y administración de contratos. - Vocabulario técnico del segmento del turismo y hospitalidad. - Aspectos laborales legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración turística. - Técnicas de liderazgo. - Tipo, estructura y funcionamiento de los establecimientos de diversión. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación a corto y largo plazo. - Toma de decisiones. - Raciocinio numérico aplicado a negocios. - Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita.

	<ul style="list-style-type: none"> - Interpretación del lenguaje corporal. <p>3. Aptitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innovador. - Perseverante. - Detallista. - Atento. - Previsor. - Orientador al cambio.
Suplencia	En el caso de presentarse algún inconveniente y el administrador no pueda asistir al establecimiento, quien lo reemplace será el responsable de comercialización y ventas.
Perfil	<p>1. Experiencia laboral:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo 1 año de experiencia en Administración de empresas. <p>2. Formación académica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudios de tercer nivel en Turismo; Administración de empresas; o carreras afines. - Manejar con fluidez el idioma inglés y tener conocimientos de un segundo idioma.

Realizado por: Jesenia Porras.

iv. Comercial

Tabla 76-5: Manual de funciones del responsable de comercialización y ventas

Cargo: Responsable de comercialización y ventas.	
Descripción del cargo	El/la recepcionista se ocupa, principalmente, de recibir, atender y efectuar la venta al cliente, relacionar al cliente con los diversos servicios y actividades del centro recreacional turístico.
Principales responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Recibir al cliente en forma cortés y amable. - Informar disponibilidad y precios de los productos y servicios del centro recreacional turístico. - Cobrar y facturar por los servicios. - Operar equipos de recepción. - Actuar como nexo entre los clientes y las otras áreas del establecimiento. - Asignar guía a los visitantes que lo requieran - Velar por la seguridad de los clientes y el establecimiento. - Asegurar la satisfacción del cliente. <p>Otras responsabilidades: reservas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar la necesidad del cliente - Informas de servicios, actividades, horarios y tarifas. - Registrar depósitos anticipados para el pago. - Comunicar confirmaciones. - Prever cambios y cancelación de reservas.
Competencia	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dominio del sistema tarifario. - Técnicas de presentación del producto y/o servicio; - Técnicas de atención al cliente; - Técnicas de venta; - Procedimientos de seguridad relacionados con el control de acceso a áreas de circulación social. - Servicios del centro, funciones generales de cada área del establecimiento. - Procedimientos básicos de telefonía, horarios, números útiles en caso de emergencia y uso de guía telefónica.

	<ul style="list-style-type: none"> - Información turística del lugar. - Requisitos de higiene personal. - Relaciones humanas. - Manejo de hojas de cálculo, procesador de palabras de internet. - Contabilidad general. - Usos horarios. - Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros. - Primeros auxilios básicos. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debatir afablemente en discusiones. - Lectura y escritura, con capacidad de comunicación oral simple, de forma sintética y caligrafía legible. - Comunicación verbal clara y articulada, inclusive por teléfono, con manejo de gramática y vocabulario adecuados. - Predisposición para integrarse al trabajo en equipo. - Obtención de la cooperación de colegas y de otros sectores. - Interpretación de lenguaje corporal. - Comprensión de las necesidades del cliente. - Capacidad de relacionarse con el cliente. - Capacidad de realizar una evaluación completa de la situación antes de tomar una decisión. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Confiable. - Equilibrado emocionalmente. - Atento. - Detallista. - Persuasivo.
Perfil	<p>1. Experiencia laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo 6 meses en atención al cliente o en actividades relacionadas al turismo. <p>2. Formación académica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título de bachiller o tercer nivel con conocimientos en servicio al cliente. - Poseer fluidez verbal en idioma inglés, necesario para actuar como intérprete entre el cliente y las demás áreas del establecimiento.

Realizado por: Jesenia Porras.

v. Producción

i) Alimentación

Tabla 77-5: Manual de funciones del chef

Cargo: Chef	
Descripción del cargo	El chef de cocina se ocupa principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.
Principales responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar y controlar la cocina. - Elaborar programación de la cocina. - Elaborar menú o carta. - Crear recetas y preparar platos. - Administrar existencia (stock) y consumo.

	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinar el trabajo de la cocina para servicio especial. - Administrar al equipo. - Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos. - Representar a la organización en eventos relacionados con gastronomía. - Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud por ingesta de alimentos, tanto de clientes como colaboradores.
Competencias	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de presupuesto. - Análisis y control de costos y resultados. - Administración de la producción. - Creación de planes de capacitación para los integrantes del grupo. - Recetas básicas de la comida típica ecuatoriana para los varios tipos de servicio. - Ingredientes, variedad, sazón de productos e insumos básicos de la cocina. - Técnicas de preparación, técnicas de cocción, disposición, montaje y presentación de platos, técnicas de servicio. - Técnicas de aprovechamiento, porcionamiento de alimentos y sustitución de ingredientes, que resulten en pérdidas mínimas. - Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar, y aspecto visual. - Principales tipos, estructura y funcionamiento de establecimientos de alimentación y tipos de servicio y presentación de platos. - Maquinaria, equipos y utensilios de cocina. - Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Leer e identificar hora, temperatura, y peso. - Cálculo estimado de tiempo, peso, dimensión, cantidad, y costo de alimentos. - Calcular operaciones aritméticas básicas, porcentajes y fracciones. - Memoria de corto y largo plazo. - Comunicación clara y articulada, en forma oral y escrita. - Capaz de escuchar, orientar, supervisar, motivar y relacionarse con el equipo de trabajo. - Capacidad de transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante el período de trabajo y con temperatura elevada. - Iniciativa para prevenir y solucionar problemas. - Juzgar sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos. - Reflejos rápidos; coordinación motriz fina. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Detallista. - Confiable. - Atento. - Equilibrado. - Controlador.
Suplencia	El ayudante de cocina será el responsable de sustituir al chef en caso de existir algún inconveniente.
Perfil	<p>1. Experiencia laboral Experiencia mínimo un año 6 meses.</p> <p>2. Formación académica - Licenciatura o tecnología en gastronomía.</p>

Realizado por: Jesenia Porras.

Tabla 78-5: Manual de funciones del ayudante de cocina

Cargo: Ayudante de cocina	
Descripción del cargo	Se ocupa, principalmente en el apoyo de ejecutar recetas, comprender de los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres.
Principales responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta. - Realizar corte y preparación de comestibles variados. - Realizar cocción. - Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos. - Cuidar de la higiene y seguridad alimentaria. - Operar equipos y maquinaria. - Mantener limpia la cocina.
Competencia	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de manipulación, conservación, y almacenamiento de alimentos. - Procedimientos de apertura y cierre de trabajo. - Aprovechamiento y porcionamiento de alimentos. - Ingredientes e insumos básicos de la cocina. - Recetas de platos típicos. - Técnicas de combinación de alimentos. - Maquinaria, equipos, y utensilios básicos de cocina. - Requisitos de higiene y presentación personal. - Técnicas de decoración de platos. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas. - Lectura y escritura para la anotación de pedidos y llenado de formularios. - Lectura e identificación de hora, temperatura y peso. - Cálculos de estimativa de tiempo, peso, dimensión, cantidad, rendimiento, y costo de los alimentos. - Identificación de aroma, sabor y apariencia de los alimentos a través de los sentidos. - Reflejo rápido, coordinación motriz, mano firme y destreza manual para transportar y utilizar objeto, instrumento y equipo leve. - Motricidad fina. - Capacidad de resistir largas jornadas de trabajo. - Capacidad de transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo y en ambiente con temperatura elevada. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Detallista. - Confiable. - Equilibrado emocionalmente.
Perfil	<p>1. Experiencia laboral Experiencia en preparación de platos típicos</p> <p>2. Formación académica Estudios secundarios.</p>

Realizado por: Jesenia Porras.

Tabla 79-5: Manual de funciones del mesero

Cargo: Mesero	
Descripción del cargo	El mesero se ocupa, principalmente, de acomodar al cliente en la mesa; servir alimentos y bebidas, finalizar el plato con el tipo de servicio escogido; preparar y adicionar salsas; flambear; presentar la cuenta y recibir el pago.
Principales responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar y acomodar al cliente en la mesa. - Servir al cliente en la mesa.

	<ul style="list-style-type: none"> - Atender la mesa ocupada. - Actuar como nexo entre el cliente y demás áreas del restáurate. - Cuidar de la seguridad de los alimentos. - Finalizar la atención y recibir el pago. - Asegurar la satisfacción del cliente. - Cuidar de la presentación personal. - Apoyar al equipo. <p>Otras responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuidar del arreglo del punto de venta. - Representar y vender.
Competencias	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Normas de etiqueta y protocolo en la mesa y en el salón. - Tipos de servicio en la mesa. - Preparación y finalización de platos y salsas. - Técnicas de servir bebidas, licores y vinos. - Vocabulario técnico relativo al servicio de alimentos y bebidas. - Funciones y responsabilidades de los diversos servicios de un restaurante. - Procedimientos de emergencia. - Primeros auxilios básicos. - Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación. - Utilización de equipos, computadora, fax, entre otros. - Montaje de mesas. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cálculo de las cuatro operaciones matemáticas. - Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios con caligrafía legible. - Comunicación oral clara y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuados. - Trabajo en equipo. - Interpretación del lenguaje corporal, en particular gestual. - Capacidad para transportar pequeños pesos, permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Detallista. - Confiable. - Atento. - Equilibrado emocionalmente.
Perfil	<p>1. Experiencia laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sin experiencia. <p>2. Formación académica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título de bachiller. - Conocimiento del idioma inglés.

Realizado por: Jesenia Porras.

ii) Piscina/spa y áreas recreativas

Tabla 80-5: Manual de funciones del piscinero

Cargo: Piscinero	
Descripción del cargo	Es el personal responsable de custodiar la piscina y mantener limpia las instalaciones.
Principales responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar labores de mantenimiento, orden y servicio al cliente, tanto en la piscina como en las zonas húmedas existentes en su área laboral. - Informar al cliente sobre precauciones y prohibiciones.

	<ul style="list-style-type: none"> - Vigilar el buen uso de las instalaciones. - Entregar implementos y materiales. - Atiende algunos encargos de los clientes. - Fomentar espíritu de conservación. -Aseo y mantenimiento de las instalaciones de piscina y demás zonas húmedas. - Revisar jardines y dar apoyo al personal del área recreativa. - Mantenerse en alerta a cualquier eventualidad.
Competencias	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formación en área de atención al cliente. - Mantenimiento de piscinas y zonas húmedas. - Cuidado presencia física y aseo personal. - Poseer dotes de comunicación y habilidades sociales. - Conocimientos básicos en primeros auxilios. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cumplimiento de instrucciones orales y escritas específicas, frecuentemente con una rutina simple. - Realizar tareas repetitivas, frecuentemente de la misma manera. - Estar siempre atento a las exigencias del cliente y de la seguridad de los mismos. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Práctico. - Ordenado. - Atento. - Activo. - Amable. - Cooperador.
Perfil	<p>1. Experiencia laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sin experiencia <p>2. Formación académica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Educación básica - Curso de atención al cliente y mantenimiento de piscinas y salvavidas.

Realizado por: Jesenia Porras.

Tabla 81-5: Manual de funciones del encargado de recreación

Cargo: Encargado de recreación	
Descripción del cargo	Es el personal responsable de dar orientación y asistencia a los visitantes sobre actividades recreativas; mantener el área.
Principales responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Informa a los clientes sobre las actividades recreativas. - Vigilar y da mantenimiento a las áreas recreativas. - Informar al cliente sobre precauciones y prohibiciones. - Entregar implementos y materiales. - Atiende algunos encargos de los clientes. - Fomentar espíritu de conservación. - Se encarga de la limpieza del área.
Competencias	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formación en área de atención al cliente. - Cuidado presencia física y aseo personal. - Poseer dotes de comunicación y habilidades sociales. - Conocimientos básicos en primeros auxilios. - Educación ambiental. - Herramientas y suministros. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cumplimiento de instrucciones orales y escritas específicas, frecuentemente con una rutina simple.

	<ul style="list-style-type: none"> - Estar siempre atento a las exigencias del cliente y de la seguridad de los mismos. - Rápido desplazamiento de un lugar a otro. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activo. - Práctico. - Atento. - Amable. - Cooperador.
Perfil	<p>1. Experiencia laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sin experiencia <p>2. Formación académica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Educación básica - Curso de atención al cliente.

Realizado por: Jesenia Porras.

Tabla 82-5: Manual de funciones del/la masajista

Cargo: Masajista	
Descripción del cargo	Es el personal encargado de las instalaciones del spa, controla, maneja el ingreso, manipula implementos, brinda tratamientos corporales.
Principales responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar masajes. - Programación del servicio. - Asesoramiento acerca de todos los servicios del spa. - Mantener debidamente limpio, en orden y con los debidos requerimientos de higiene, el área de trabajo y el equipo utilizado.
Competencia	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Masoterapia. - Hidroterapia. - Aplicación de tratamiento mediante medios físicos, manuales y ejercicios terapéuticos. - Conocimiento de funcionamiento muscular y enfermedades musculares. - Conocimientos en nutrición. - Atención al cliente. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de planificación - Trabajo en equipo <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perseverante. - Proactivo.
Perfil	<p>1. Experiencia laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> - Opcional: masajista <p>2. Formación académica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fisioterapeuta o bachiller - Certificado en técnicas de masaje.

Realizado por: Jesenia Porras.

iii) Guianza

Tabla 83-5: Manual de funciones del guía

Cargo: Guía especializado en turismo de aventura	
Descripción del cargo	El guía especializado en turismo de aventura se ocupa, principalmente, de conducir en forma segura al turista por ambientes no urbanos, en actividades deportivas y de aventura, que tengan al mismo tiempo el carácter recreativo y que involucren riesgos evaluados, controlados y asumidos en el contacto con la naturaleza.
Principales responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar y preparar las condiciones más favorables para el ciclismo, canopy o camping. - Aplicar técnicas elementales de orientación. - Asegurar el uso adecuado de equipos. - Liderar grupos. - Instruir al turista en cuanto a las técnicas mínimas y prácticas necesarias para la realización de la actividad. - Prevenir impactos ambientales y sociales ocasionados por actividades de turismo de aventura. - Cumplir la legislación. - Asegurar el bienestar y la seguridad del turista. - Asegurar la satisfacción del turista. - Aplicar primeros auxilios básicos. - Gestionar situaciones de emergencia. - Cuidar de la apariencia personal y postura técnica.
Competencias	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vocabulario técnico de hotelería y turismo. - Interpretación de señales naturales climáticas. - Técnicas de orientación. - Técnicas de conducción de grupos, integración y estrategia de solución de conflictos. - Manejo de equipos de canopy y camping. - Estrategias de comunicación y técnica de instrucción para grupos. - Requisitos básicos de seguridad en turismo de aventura. - Factores que contribuyen a la ocurrencia de accidentes. - Peligros y riesgos ambientales. - Situaciones y procedimientos de emergencia. - Procedimientos de primeros auxilios básicos. - Principios de conservación ambiental. - Técnicas de mínimo impacto ambiental. - Reglas básicas de educación, convivencia social y cuidado con la higiene personal. - Aspectos legales y condiciones tales como la responsabilidad civil y penal, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y legislación de seguridad laboral aplicable al turismo de aventura. - Historia, geografía, folclore, artes de los destinos y comunidades receptoras. - Interpretación ambiental y cultural. - Utilización del sistema de posicionamiento global. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser expresivo. - Hablar de manera clara y articulada. - Tener buena condición física y sensorial. - Calcular usando formulas simples, cuatro operaciones aritméticas, calculo porcentual y calculo con ángulos. - Tener raciocinio lógico verbal. - Capacidad de tomar decisiones. - Capacidad de planificación.

	3. Actitudes - Persuasivo. - Controlador. - Confiable. - Atento. - Optimista. - Perseverante.
Perfil	1. Experiencia laboral - Mínimo 1 año de experiencia. 2. Formación académica - Licencia de guía especializado. - Conocimiento del idioma inglés.

Realizado por: Jesenia Porras.

vi. Seguridad

Tabla 84-5: Manual de funciones del guardia

Cargo: Guardia	
Descripción del cargo	Vigilar y proteger los bienes muebles e inmuebles, y salvaguardar la integridad de los clientes y personal del establecimiento.
Principales responsabilidades	- Acatar a los estatutos y reglamentos establecidos por el centro recreacional. - Evitar actos delictivos o infracciones. - Controlar el acceso de las personas al centro recreacional. - Dirigir el ingreso y salida de vehículos. - Crear planes de seguridad. - Reportar novedades ocurridas durante el horario de trabajo, en forma clara y precisa. - Entregar en administración objetos y /o valores hallados en las rondas. - Verificar de las puertas de cada una de las oficinas. - Proporcionar una respuesta inmediata a los sistemas de alarma.
Competencias	1. Conocimientos - Atención al cliente - Manejo de correspondencia 2. Habilidades - Trabajo en equipo. - Capacidad de análisis. - Orientación a resultados. - Sentido de competitividad. - Implementación de acciones y estrategias. 3. Actitudes - Compromiso. - Lealtad. - Cooperación. - Ética.
Perfil	1. Experiencia laboral - Mínimo 6 meses de experiencia. 2. Formación académica: - Bachiller con conocimientos adicionales en: - Cursos de defensa personal y sistemas de alarma.

Realizado por: Jesenia Porras.

b. Requerimientos del área administrativa.

1) Talento humano

Tabla 85-5: Talento humano

Nº	CARGO	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL	BENEFICIOS DE LEY	PAGO ANUAL TOTAL
1	Administrador	360,83	4329,96	895,25	5225,21
	Total	360,83			5225,21

Fuente: Ministerio de trabajo

Realizado por: Jesenia Porras.

2) Materiales e insumos

Tabla 86-5: Materiales e insumos para el área administrativa

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Carpetas de cartón	24	0,60	1,20	14,40
Archivadores	15	2,50	3,12	37,50
Papel bond (resmas)	10	5,00	4,16	50,00
Lápices	30	0,50	1,25	15,00
Cuaderno Universitario	12	1,50	1,50	18,00
Esferos	20	0,35	0,58	7,00
Corrector	12	0,50	0,50	6,00
Papel de notas	10	1,20	1,00	12,00
	Total		13,31	159,90

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras.

3) Activos fijos

Tabla 87-5: Activos fijos para el área administrativa

ACTIVO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Muebles y enseres				
Sillas	u	3	19,00	57,00
Silla giratoria	u	1	51,00	51,00
Escritorio	u	1	100,00	100,00
			Subtotal	208,00
Equipos de oficina				
Teléfono	u	1	54,99	54,99
Calculadora	u	1	12,00	12,00
Computadora	u	1	900,00	900,00
			Subtotal	970,99
			Total	1178,99

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras.

4) Activos diferidos

a) Requisitos para formar la empresa

Tabla 88-5: Requisitos para formar la empresa

DENOMINACIÓN	INVERSIÓN
Estatuto de constitución	50,00
Elevación escritura de registro	250,00
Registro de nombramiento legal	100,00
Apertura cuenta en el Banco Nacional de Fomento	200,00
Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual	100,00
Registro en el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria.	25,00
Total	725,00

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras.

b) Requisitos para el funcionamiento

Tabla 89-5: Requisitos para el funcionamiento del centro recreacional

REQUISITOS	INVERSIÓN
De permisos, patentes y licencias	
Registro en el Mintur	80,00
Permiso del cuerpo de bomberos	50,00
Permiso sanitario	50,00
LUAF	140,00
Otras instituciones	30,00
Total	350,00

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras.

c) Procesos de selección de talento humano

Tabla 90-5: Procesos de selección del personal

DENOMINACIÓN	INVERSIÓN
Convocatoria (radio, televisión, internet)	200,00
Recepción	100,00
Entrevista	60,00
Reclutamiento	50,00
Total	410,00

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras.

d) Proceso de inducción del talento humano para la empresa

Tabla 91-5: Proceso de inducción del talento humano para la empresa

DENOMINACIÓN	INVERSIÓN
Charlas motivacionales	100,00
Capacitaciones	300,00
Total	400,00

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras.

e) Estudios

Tabla 92-5. Estudios

DENOMINACIÓN	INVERSIÓN
Estudio de factibilidad	1500,00
Total	1500,00

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Jesenia Porras.

E. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA

1. Análisis económico

a. Inversiones del proyecto

Tabla 93-5: Inversiones del proyecto

TIPO DE INVERSIÓN	INVERSIÓN
Activos fijos	
Construcciones y edificaciones	423321,80
Maquinaria y equipo	9983,80
Muebles y enseres	13225,00
Menaje	2203,40
Equipo de computación/oficina	2914,97
Activos diferidos o nominales	
Capacitación personal (productiva)	738,80
Gastos de promoción	622,50
Gastos de constitución / Permisos	1885,00
Estudios	1500,00
Capital de trabajo	
Materia prima	2149,56
Materiales e insumos	1654,04

Mano de obra directa	5007,20
Mano de obra indirecta	708,00
Sueldos y salarios	1437,66
Servicios básicos	211,52
TOTAL	467563,25

Fuente: Información secundaria

Realizado por: Jesenia Porras.

b. Usos y fuentes del proyecto

Tabla 94-5: Usos de fondo y fuentes de financiamiento del proyecto

INVERSIÓN	USOS	FUENTES	
		FINANCIAMIENTO	PRÉSTAMO
Activos fijos			
Construcciones y edificaciones	423321,80	423321,80	
Maquinaria y equipo	9983,80	9983,80	
Muebles y enseres	13225,00	13225,00	
Menaje	2203,40	2203,40	
Equipo de computación/oficina	2914,97	2914,97	
Activos diferidos o nominales			
Capacitación personal (productiva)	738,80	738,80	
Gastos de promoción	622,50	622,50	
Gastos de constitución / Permisos	1885,00	1885,00	
Estudios	1500,00	1500,00	
Capital de trabajo			
Materia prima	2149,56	2149,56	
Materiales e insumos	1654,04	1654,04	
Mano de obra directa	5007,20	5007,20	
Mano de obra indirecta	708,00	708,00	
Sueldos y salarios	1437,66	1437,66	
Servicios básicos	211,52	211,52	
Total	467563,25	467563,25	

Fuente: Información secundaria

Realizado por: Jesenia Porras.

c. Calculo del pago de la deuda

No existe una tabla de endeudamiento debido a que el proyecto será financiado por el GAD Provincial de Cotopaxi.

d. Depreciación de activos fijos

Tabla 95-5: Depreciación de activos fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR DEL BIEN	VALOR ANUAL DE LA DEPRECIACIÓN	AÑOS DE DEPRECIACIÓN	AÑOS DE DURACIÓN DEL PROYECTO	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR DE SALVAMENTO	COSTO DE DEPRECIACIÓN
Construcciones y edificaciones	423321,80	21166,09	20	5	5%	317491,35	105830,45
Maquinaria y equipo	9983,80	998,38	10	5	10%	4991,90	4991,90
Muebles y enseres	13225,00	1322,50	10	5	10%	6612,50	6612,50
Menaje	2203,40	220,34	10	5	10%	1101,70	1101,70
Equipo de computación/oficina	2914,97	971,66	3	5	33%	0,00	4858,28
TOTAL ANUAL	451648,97	24678,97				330197,45	123394,83

Fuente: Información secundaria

Realizado por: Jesenia Porras.

e. Amortización de inversiones nominales

Tabla 96-5: Amortización de inversiones nominales

INVERSIONES NOMINALES	VALOR DE INVERSIÓN	AÑOS				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacitación personal (productiva)	738,80	147,76	147,76	147,76	147,76	147,76
Gastos de promoción	622,50	124,50	124,50	124,50	124,50	124,50
Gastos de constitución / Permisos	1885,00	377,00	377,00	377,00	377,00	377,00
Estudios	1500,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
TOTAL	4746,30	949,26	949,26	949,26	949,26	949,26

Fuente: Información secundaria

Realizado por: Jesenia Porras.

f. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

Tabla 97-5: Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN	60493,65	68962,76	78617,55	89624,00	102171,36	116475,36
Mano de obra directa	36276,61	41355,34	47145,08	53745,39	61269,75	69847,51
Mano de obra indirecta	5133,00	5851,62	6670,85	7604,77	8669,43	9883,15
Materia prima	12897,36	14702,99	16761,41	19108,01	21783,13	24832,77
Materiales e insumos	6186,68	7052,82	8040,21	9165,84	10449,06	11911,92
GASTOS DE VENTAS	6310,00	7193,40	8200,48	9348,54	10657,34	12149,37
Promoción y publicidad	6310,00	7193,40	8200,48	9348,54	10657,34	12149,37
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	36969,56	42012,40	47761,24	54314,92	61786,11	70303,27
Sueldos y salarios	10412,21	11869,92	13531,71	15426,15	17585,81	20047,82
Servicios básicos	1269,12	1446,80	1649,35	1880,26	2143,49	2443,58
Depreciaciones	24338,97	27746,43	31630,93	36059,25	41107,55	46862,61
Amortización	949,26	949,26	949,26	949,26	949,26	949,26
TOTAL	103773,21	118168,56	134579,27	153287,47	174614,82	198927,99

Fuente: Información secundaria

Realizado por: Jesenia Porras.

g. Estructura de ingresos

Tabla 98-5: Estructura de ingresos

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alimentación	1462,81	1667,60	1901,07	2167,22	2470,63
Precio de mercado	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
SUBTOTAL 1	5851,24	6670,41	7604,27	8668,87	9882,51
Piscina	1141,17	1300,93	1483,06	1690,69	1927,39
Precio de mercado	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
SUBTOTAL 2	3423,50	3902,79	4449,19	5072,07	5782,16
Camping	1674,30	1908,70	2175,92	2480,55	2827,83
Precio de mercado	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
SUBTOTAL 3	8371,50	9543,51	10879,61	12402,75	14139,14
Spa	740,22	843,85	961,99	1096,66	1250,20
Precio de mercado	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
SUBTOTAL 4	3701,09	4219,24	4809,93	5483,32	6250,99
Caminata guiada	2595,17	2958,49	3372,68	3844,85	4383,13
Precio de mercado	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
SUBTOTAL 5	5190,33	5916,98	6745,36	7689,71	8766,26
Canopy	2163,37	2466,24	2811,52	3205,13	3653,85
Precio de mercado	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
SUBTOTAL 6	21633,73	24662,45	28115,19	32051,32	36538,50
Pesca recreacional	2912,40	3320,14	3784,96	4314,85	4918,93
Precio de mercado	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
SUBTOTAL 7	4368,60	4980,21	5677,44	6472,28	7378,40
Ciclismo	70,50	80,37	91,62	104,44	119,07
Precio de mercado	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
SUBTOTAL 8	176,24	200,92	229,04	261,11	297,67

Todos los servicios	2031,19	2315,56	2639,74	3009,30	3430,60
Precio de mercado	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00
SUBTOTAL 9	67029,31	76413,41	87111,29	99306,87	113209,83
TOTAL	119745,54	136509,92	155621,31	177408,29	202245,45

Fuente: Información secundaria

Realizado por: Jesenia Porras.

Todos los precios de la estructura de ingresos son por pax.

h. Estado de resultados

Tabla 99-5: Estado de resultados

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ventas	119745,54	136509,92	155621,31	177408,29	202245,45
(-) Costo de Producción	68962,76	78617,55	89624,00	102171,36	116475,36
(=) Utilidad bruta	50782,78	57892,37	65997,30	75236,93	85770,10
(-) Gastos de Administración	42012,40	47761,24	54314,92	61786,11	70303,27
(-) Gastos de Ventas	7193,40	8200,48	9348,54	10657,34	12149,37
Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores	1576,98	1930,65	2333,84	2793,48	3317,46
(-) 22% Impuesto a la Renta	346,94	424,74	513,45	614,56	729,84
Utilidad antes de participación a trabajadores	1230,04	1505,91	1820,40	2178,91	2587,62
(-) 15% Participación Trabajadores	184,51	225,89	273,06	326,84	388,14
(=) Utilidad antes de reservas	1045,54	1280,02	1547,34	1852,07	2199,48
(-) 10% Reserva Legal	104,55	128,00	154,73	185,21	219,95
(=) UTILIDAD NETA	940,98	1152,02	1392,60	1666,87	1979,53

Fuente: Información secundaria

Realizado por: Jesenia Porras.

i. Flujo de caja del proyecto

Tabla 100-5: Flujo de caja del proyecto

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
+ Ventas	119745,54	136509,92	155621,31	177408,29	202245,45
+ Valor de salvamento					330197,45
- Costos producción	68962,76	78617,55	89624,00	102171,36	116475,36
- Gastos de administración	42012,40	47761,24	54314,92	61786,11	70303,27
- Gastos de ventas	7193,40	8200,48	9348,54	10657,34	12149,37
Utilidad antes de repartición de utilidades e impuestos	1576,98	1930,65	2333,84	2793,48	3317,46
- Impuesto	346,94	424,74	513,45	614,56	729,84
= Utilidad antes impuesto	1230,04	1505,91	1820,40	2178,91	2587,62
- Reparto utilidades	184,51	225,89	273,06	326,84	388,14
= Utilidad neta	1045,54	1280,02	1547,34	1852,07	2199,48
+ Depreciaciones	24678,97	24338,97	24338,97	24338,97	24338,97

+ Amortizaciones	949,26	949,26	949,26	949,26	949,26
+ Capital de Trabajo					11167,98
= FLUJO DE CAJA	26673,76	26568,25	26835,57	27140,30	38655,69

Fuente: Información secundaria

Realizado por: Jesenia Porras.

j. Cálculo del punto de equilibrio

Tabla 101-5: Cálculo del punto de equilibrio

Ingresos totales	119745,54	136509,92	155621,31	177408,29	202245,45
Costos fijos totales	47759,01	54312,37	61783,20	70299,96	80009,05
Gastos Administrativos	40565,61	46111,89	52434,66	59642,62	67859,69
Gastos de Ventas	7193,40	8200,48	9348,54	10657,34	12149,37
Costos Variables	70409,56	80266,90	91504,26	104314,86	118918,94
Materia Prima	14702,99	16761,41	19108,01	21783,13	24832,77
Mano de Obra Indirecta	5851,62	6670,85	7604,77	8669,43	9883,15
Mano de Obra Directa	41355,34	47145,08	53745,39	61269,75	69847,51
Servicios Básicos	1446,80	1649,35	1880,26	2143,49	2443,58
Materiales e insumos	7052,82	8040,21	9165,84	10449,06	11911,92
TOTAL COSTOS	118168,56	134579,27	153287,47	174614,82	198927,99
PUNTO DE EQUILIBRIO VENTAS	115917,98	131823,94	149956,74	170628,12	194193,50

Fuente: Información secundaria

Realizado por: Jesenia Porras

2. Análisis financiero

a. Valor actual neto

VAN= 61047,46

El valor actual neto se calculó con la tasa pasiva del 5,62 %, obteniendo un VAN positivo de \$ 61 047,46, de tal manera que el proyecto es factible puesto que genera ganancias.

b. Relación beneficio costo

VAN= 61047,46

VAP= 42259,15

B/C= VAN/VAP

B/C= \$1,44

La relación beneficio/costo es de \$ 1,44, es decir que por cada dólar invertido se tiene una ganancia de \$0,44 centavos.

c. Tasa interna de retorno

TIR= 24%

Al ser un proyecto comunitario donde la inversión inicial, se pretende corra por parte del GAD Provincial de Cotopaxi, los dos primeros años no se pretende realizar salida de flujo pero a partir del tercer año se realizaran mejoras, donde existirá salida de flujo de efectivo. Sin embargo la tasa de retorno, al invertir en el proyecto, resulta más atractiva que la tasa pasiva del banco central, la cual es del 5,62%. Es decir que las ganancias serán mayores en relación con las ganancias de los bancos.

d. Periodo de recuperación del capital

El período de recuperación del capital invertido será de 3 años.

VI. CONCLUSIONES

A. El porcentaje de aceptación de la demanda (95% turistas nacionales y 70% turistas extranjeros) se constituye en un escenario favorable para la inversión en el proyecto, pues garantiza un flujo constante de visitantes que consumirían los productos y servicios planificados para el Centro recreacional Intiyana.

B. Técnicamente la propuesta es viable debido a que la capacidad instalada puede sostener la inversión requerida en cuanto a infraestructura y planta turística, lo cual mantiene estrecha relación con las actividades y los servicios programados, que están en función del perfil de la demanda.

C. La evaluación ambiental del proyecto es positiva de acuerdo al análisis de la matriz de Lázaro Lagos, con impactos favorables al ambiente (502 puntos), en el componente de flora y fauna (48 puntos) por la valoración de las especies, la cual se dará mediante la implementación de señalética para el cuidado de la biodiversidad; y el componente socio cultural (417 puntos) por la creación de fuentes de empleo y la dinamización de la economía local. El proyecto beneficiará directamente a los habitantes de la comuna de Yanayacu en la conservación de los recursos naturales, fortalecimiento cultural y activación de la economía local.

D. La propuesta cumple con los requerimientos establecidos en el marco legal, una vez revisadas las diferentes leyes como la Constitución y la Ley de la Economía Popular y Solidaria para la operación del Centro de recreacional, se constituye como una empresa popular y solidaria.

E. Administrativamente el proyecto muestra una estructura orgánica funcional de tipo circular, condición que genera una estructura de planificación interna basada en elementos de la cooperación transversal, que pasa por todos los niveles manteniendo estrecha relación entre quienes van a administrar el establecimiento y la comunidad, generando corresponsabilidad para el correcto funcionamiento del Centro recreacional Intiyana.

F. El proyecto es económicamente rentable, ya que presenta un valor actual neto positivo de \$61.047,46; con una tasa interna de retorno del 24%, mayor que la tasa del banco central la cual es del 5,62%; el período de recuperación del capital es de 3 años después de que arranque el proyecto y la relación beneficio/costo es de \$ 1,44, es decir que por cada dólar invertido se tiene una ganancia de \$0,44 centavos.

VII. RECOMENDACIONES

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

B. Los productos propuestos y diseñados en el estudio técnico deben ser flexibles (expuestos a cambios), para responder a los procesos de innovación que experimenta la actividad turística y a las nuevas exigencias de los clientes. Es necesario además crear nuevos servicios y actividades vinculadas con la comuna, para generar nuevas oportunidades de ingresos económicos.

C. Se recomienda ejecutar el plan de manejo ambiental propuesto, el mismo que prevenga, controle, mitigue, y compense los posibles impactos negativos causados por la implementación y la operación turística del proyecto.

D. Cumplir con todos los requerimientos legales para la debida operación turística del Centro recreacional Intiyana, de conformidad con las leyes vigentes. Además es importante que la empresa cuente con personal capacitado para un adecuado funcionamiento, de ello depende mucho la calidad del servicio, por lo que se recomienda que el talento humano que labore en el establecimiento cumpla con el manual de funciones expuesto en el estudio administrativo.

E. Trabajar en la gestión para el financiamiento de la empresa pública, en este caso el GAD Provincial de Cotopaxi, para la implementación del proyecto, presionando se brinde el apoyo, por ser un proyecto comunitario que impulsará el turismo en la Provincia y contribuirá al Buen Vivir; además buscar alternativas como el GAD Municipal, MINTUR y otras instituciones, para en un futuro realizar ampliaciones de nuevos servicios y capacitación del personal, o de existir una negativa del Consejo Provincial contar con estas alternativas.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: realizar el estudio de factibilidad para la implementación de un centro recreacional turístico en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, mediante la determinación de la viabilidad comercial, técnica, ambiental, legal administrativa y económica financiera; se utilizó técnicas de investigación bibliográfica y de campo. El estudio comercial del proyecto definió el nivel de aceptación del mismo, por parte de turistas nacionales en 95% y turistas extranjeros en 70%, los cuales prefieren servicios y actividades como alimentación, camping, picnic/parrilladas, piscina, spa, juegos, canchas deportivas, canopy, pesca recreativa y paseos guiados. En función del perfil del turista se definió los requerimientos técnicos; se diseñó la construcción del área administrativa, restaurante con capacidad para 42 pax, piscina natural con capacidad para 80 personas, spa con 3 salas, criadero de truchas, adecuación de un museo, juegos infantiles, canchas deportivas, zona de picnic/parrilladas, camping, parqueadero, servicios sanitarios y un sendero ecológico; se realizó también la estructura técnica de cada servicio. El análisis ambiental indica que existe un puntaje de 502 en impactos positivos frente a 256 puntos en impactos negativos, esto le brinda viabilidad ambiental. La empresa turística estará constituida como empresa de economía popular y solidaria. Se estructuró la parte organizativa, con su manual de funciones y reglamento. El estudio económico financiero arroja: el valor actual neto es positivo de \$61.047,46; la TIR es del 24%, el período de recuperación del capital es de 3 años y la relación beneficio/costo es de \$ 1,44. Se concluye que el proyecto es factible generando beneficios sociales, económicos y ambientales.

Palabras Claves: estudio de factibilidad, centro recreacional turístico, empresa de economía popular y solidaria.



IX. SUMMARY

This research aims to: make the feasibility study for the implementation of a tourist recreational centre in Canton Salcedo, Cotopaxi province, by determining the technical, environmental, legal, administrative, economic, financial and commercial viability, this will use bibliographic and field research techniques. The commercial project study defined the level of acceptance, as a result there of is concluded that 95% of domestic tourists and 70% of foreign tourists like to supply services and activities, camping, swimming, picnicking, barbecues, SPA, playgrounds, sports fields, canopy, sport fishing and guided walks. Depending on the tourist profile, defined technical requirements; the construction of the administrative area, gastronomy area with capacity for 42 people, natural water pool with 80 seats, SPA with 3 rooms, trout farm, museum, playgrounds, sports fields, picnic area and grill was designed, camping, parking, restrooms and an ecological path; the technical structure of each service was held. Environmental analysis indicates a score of 502 points in positive impacts and about 256 points in negative impacts, so this is a project with environmental sustainability. The tour company will be incorporated as a company popular and solidarity economy. The organizational part was structured with its manual functions and regulation. The economic and financial study showed: the net present value is positive of \$ 61,047.46; IRR is 24%, the capital recovery period is 3 years and the benefit / cost is \$ 1.44. It is concluded that the project is feasible generating social economic and environmental benefits.

Keywords: feasibility study, tourist recreational centre, company popular and solidarity economy



X. BIBLIOGRAFÍA

1. Aguilar, L. (2006). *La recreación como perfil profesional: experiencia americana. Ier simposio de doctores y licenciados*. México: FUNLIBRE. Consultado el 15 de abril 2015. Recuperado de http://www.redcreacion.org/.../do.../perfiles_profesionales.html
2. Arboleda, G. (1998). *Proyectos, formulación, evaluación y control*. Cali - Colombia: AC Editores.
3. Arboleda, G. (1999). *Proyectos, formulación, evaluación y control*. Cali - Colombia: AC Editores.
4. Azquieta, D. (1994). *Gestión y valorización de proyectos de recursos naturales. dirección de proyectos y programación de inversiones*. Santiago - Chile: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social – ILPES.
5. Baca, G. (2010). *Evaluación de proyecto. Sexta Edición*. México D.F: McGraw-Hill.
6. Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos. Cuarta edición*. México D.F: McGraw-Hill.
7. Baca, U. (2002). *Formulación y evaluación de proyectos*. Chile.
8. Báez, A. & Acuña, A. (2003). *Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en áreas protegidas*. México.
9. Blanco, A. (2008). *La demanda y la oferta*. Consultado el 11 de septiembre del 2013. Recuperado en: <http://www.blanco.com/.../impresin-bajo-demanda-lulu-vs-bubok...>

10. Boullón, R. (1985). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
11. Caballero, V. (2006). *Diagnóstico Ambiental de Las Lagunas del Centro de Recursos Tecnológicos "Fátima" Provincia de Pastaza*. (Prácticas Pre-profesionales II. Ingeniería en Ecoturismo). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.
12. Cajas, C. (s.f). Matriz de Lázaro Lagos. *Cátedra de auditoria e impactos ambientales*. Riobamba.
13. Cámara Nacional de Ecoturismo y Turismo Sostenible de Costa Rica CANAECO. (2004). *Foro Internacional de Ecoturismo – Centroamérica*. Consultado el 13 de abril 2014. Recuperado en <http://www.canaeco.org/ecoturismo-turismo-sostenible>.
14. Casani, F. (2009). *Economía de la empresa*. Madrid - España: EDITEX.
15. Chacón, M. (2006). *Educación física para niños con necesidades educativas especiales*. San José - Costa Rica: EUNED.
16. Crosby, A. & Moreda, A. (1996). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales-naturales*. Madrid.
17. Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera. Primera edición*. Costa Rica: Tecnológica de CR.
18. García, A. & Bória, A. (2005). *Los nuevos emprendedores: creación de empresas en el siglo XXI*. Barcelona.
19. Hamilton, M. & Pezo, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Primera edición*. Bogotá: Convenio Andres Bello.
20. Hernández, Morales, & Andrade. (1999). *Guía para la elaboración de programas de manejo para áreas naturales*. México: The Nature Conservancy.

21. Herrera, M. (2001). *Trabajo de finanzas estratégicas: guías de estudios 1, 2 y 3*. Quito - Ecuador.
22. Kendall (2005). *Análisis y diseño de sistemas. Sexta edición*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
23. Koch, J. (2009). *Manual del empresario exitoso*. Consultado el 08 de Noviembre de 2013. Recuperado en: <http://www.esmas.com/emprendedores.html>.
24. Red Latinoamericana-alemana de Pedagogía Social - LAPSO, Servicio académico alemán para extranjeros - DAAD. (2003). *Pedagogía social en Latinoamérica. estrategias en educación popular, desarrollo e interculturalidad*. Ecuador.
25. Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2013). *Sistema de clasificación de los ecosistemas del ecuador continental*. Quito: Subsecretaría de Patrimonio Natural.
26. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). *Principales indicadores de turismo. Agosto 2014*. Boletín N°08. Consultado el 23 de sep. 2014. Recuperado en <http://servicios.turismo.gob.ec/.../boletin-agosto-2014.compr...>
27. Monllor, J. (1994). *Economía, legislación y administración de empresas. Edición ilustrada*. España: EDITUM.
28. Moraguez, D. (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. Consultado el 15 abril 2015. Recuperado en: <http://www.oei.es/cultura/turismodmoragues.htm>
29. Muñoz, E. (2003). *Apuntes de la Cátedra de Proyectos Ecoturísticos. Ingeniería en Ecoturismo*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
30. Organización Mundial de Turismo - OMT. (2008). *Glosario Básico*. Consultado el 13 de abril 2015. Recuperado en <http://media.unwto.org/.../entender-el-turismo-glosario-básico>.

31. Organización de las Naciones Unidas - ONU. (2000). *Medio ambiente y desarrollo sostenible*. Consultado el 17 de abril de 2011. Recuperado en: http://www.cinu.org.mx/temas/des_sost.htm
32. Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Salcedo. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Salcedo*. Salcedo - Ecuador.
33. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Primera edición*. Quito – Ecuador: Senplades.
34. Sapag, N. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación. Primera edición*. México: Pearson Educación.
35. Vega, J. (2006). *Los estudios de viabilidad para negocios*: Centro de Desarrollo Económico del Recinto Universitario de Mayagüez. Consultado el 15 de abril 2015. Recuperado en en <http://cde.uprm.edu/>
36. Vega, L. (2009). *Responsabilidad social y los principios del desarrollo sostenible como fundamentos teóricos de la información social de la empresa*. Madrid - España: ESIC.
37. Wiswell, A. (2003). *Infancia y discapacidad: La recreación como estrategia de soporte a los procesos de habilitación e integración funcional*. III Simposio Nacional de Vivencias y Gestión en Recreación. Bogotá, C.: FUNLIBRE. Consultado el 15 de abril 2015. Recuperado en <http://www.redcreacion.org/docume.../simposio3vg/AWiswell.html>.
38. Yucta, P. (2002). *Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos*. Riobamba, Ecuador.
39. Zorrilla, S. (2004). *Cómo aprender economía: conceptos básicos*. México, D.F: Limusa.
40. Zúñiga (2003). *Gestión de proyectos de conservación y manejo de recursos naturales. Primera edición*. San José – Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

XI. ANEXOS

Anexo 1. Formatos de encuesta dirigida para turistas nacionales y extranjeros



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



ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES QUE VISITAN EL PARQUE NACIONAL COTOPAXI

Encuestador: Jesenia Porras **Fecha de encuesta:** _____ **Lugar:** _____

El propósito de esta encuesta es conocer el perfil del turista a cerca de los gustos y preferencias que tienen al momento de visitar un establecimiento turístico.

La información que Ud. nos va a proporcionar es de carácter confidencial, marque con (x) la respuesta.

DATOS GENERALES

1. **Edad:** () años
2. **Género:** 2.1.Femenino () 2.2.Masculino ()
3. **Lugar de residencia:** País _____ Ciudad _____
4. **Ocupación:**
 - 4.1. Empleado privado ()
 - 4.2. Empleado público ()
 - 4.3. Empleada doméstica ()
 - 4.4. Patrono ()
 - 4.5. Cuenta propia ()
 - 4.6. Jornalero ()
 - 4.7. Socio ()
 - 4.8. Otro _____
5. **Nivel de educación:**
 - 5.1. Primaria ()
 - 5.2. Secundaria ()
 - 5.3. Superior ()
 - 5.4. Post grado ()

GUSTOS Y PREFERENCIAS

6. **¿Cuál es su principal motivo de viaje?**
 - 6.1. Recreación ()
 - 6.2. Compras ()
 - 6.3. Visita a familiares/amigos ()
 - 6.4. Congreso/ convención () _____
 - 6.5. Otros/ especifique _____
7. **Con quién prefiere usted realizar viajes de turismo? (Marque una respuesta.)**
 - 7.1. Solo ()
 - 7.2. Familia ()
 - 7.3. Pareja ()
 - 7.4. Amigos ()
 - 7.5. Grupo organizado ()

8. ¿Cuándo prefiere realizar sus viajes?

- 8.1. Fines de semana () 8.3. Vacaciones ()
 8.2. Feriados () 8.4. Días de poca afluencia ()

9. ¿Le gustaría a usted que se implemente un centro recreacional turístico en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi?

- 9.1. SI () 9.2. NO ()

10. ¿Qué áreas y servicios desearía que tenga el centro recreacional?

- 10.1. Alimentación () 10.5. Juegos/canchas deportivas ()
 10.2. Piscina () 10.6. Spa ()
 10.3. Área de camping () 10.7. Área de picnic ()
 10.4. Parqueadero () 10.8. Venta de artesanías/ productos ()
 10.9. Otros

servicios/especifique_____

11. ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar en el centro recreacional?

(Marque máximo 3 opciones)

- 11.1. Paseos guiados () 11.4. Canopy ()
 11.2. Senderismo () 11.5. Pesca recreativa ()
 11.3. Educación ambiental () 11.6. Otros/ especifique_____

12. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría degustar en el establecimiento?

- 12.1. Comida típica () 12.3. Comida internacional ()
 12.2. Comida nacional ()

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para ingresar al centro recreacional?

- 13.1. \$ 1,00 () 13.3. \$ 3,00 ()
 13.2. \$ 2,00 () 13.4. \$ Más de 3,00 ()

14. ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?

- 14.1. Televisión/Radio () 14.4. Internet/redes sociales ()
 14.2. Revistas/ periódicos () 14.5. Persona a persona ()
 14.3. Trípticos/ Afiches () 14.6. Otros/ especifique_____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



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



**SURVEY DIRECTED FOR INTERNATIONAL TOURISTS WHO VISIT THE
 COTOPAXI NATIONAL PARK**

Interviewer: Jessenian Porras **Survey Date:** _____ **Place:** _____

The purpose of this survey is to know the tourist's profile, about the tastes and preferences they have at the moment of visiting a tourist establishment.

The information that you will provide us is confidential.

INDICATIONS

Mark with an (x) the true answer.

GENERAL INFORMATION

1. Age: _____ years old

2. Gender: 2.1. Female () 2.2. Male ()

3. Place: Country _____ City _____

4. Occupation:

- | | | |
|---------------------------|----------------------|---------------------|
| 4.1. Private Employee () | 4.4. Patron () | 4.7. Partner () |
| 4.2. Public employee () | 4.5. Independent () | 4.8. Unemployed () |
| 4.3. Housewife () | 4.6. Journeyman () | 4.9. Other _____ |

5. Level of education:

- | | |
|---------------------|------------------------|
| 5.1. Elementary () | 5.3. Higher () |
| 5.2. Secondary () | 5.4. Post graduate () |

TASTES AND PREFERENCES

6. What is your main reason for traveling?

- | | | |
|---------------------|---------------------------------------|---------------------|
| 6.1. Recreation () | 6.3. Visiting relatives / friends () | 6.5. Other /specify |
| 6.2. Shopping () | 6.4. Congress / convention () | _____ |

7. Do you prefer travelling alone or with someone? (Check one)

- | | | |
|-----------------|------------------|--------------------------|
| 7.1. Alone () | 7.3. Couple () | 7.5. Organized Group () |
| 7.2. Family () | 7.4. Friends () | |

8. When do you prefer travelling?

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| 8.1. On weekends () | 8.3. On vacation () |
| 8.2. On holidays () | 8.4. Low turnout days () |

9. Would you like that with help local government can create a recreational tourist center in Salcedo's town, in Cotopaxi province?

9.1. YES () 9.2. NO ()

10. What areas and services would you like the recreation tourist center have?

(Read all the answers first)

- | | |
|----------------------------|---|
| 10.1. Food () | 10.5. Games / sports fields () |
| 10.2. Pool () | 10.6. Spa () |
| 10.3. Camping area () | 10.7. Picnic area () |
| 10.4. Parking () | 10.8. Selling handicrafts /other products () |
| 10.9. All of the above () | 10.10. Other services / specify_____ |

11. What activities would you like to do and practice in the recreation tourist center? (Mark maximum 3 options)

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------|
| 11.1. Guided walking tour () | 11.4. Zip line () |
| 11.2. Hiking () | 11.5. Sport fishing () |
| 11.3. Environmental Education () | 11.6. Other / specify_____ |

14. What kind of food would you like degustation?

- | | |
|-------------------------|------------------------------|
| 14.1. Typical food () | 14.3. International food () |
| 14.2. National Food () | |

15. How much would you prefer to pay for entering the recreation center?

- | | |
|-------------------|------------------------|
| 15.1. \$ 1.00 () | 15.3. \$ 3.00 () |
| 15.2. \$ 2.00 () | 15.4. Over \$ 3.00 () |

16. What methods of communication do you usually use?

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| 16.1. TV / Radio () | 16.4. Internet / social network () |
| 16.2. Magazines / newspapers () | 16.5. Person to person () |
| 16.3. Leaflets / posters () | 16.6. Other / specify_____ |

THANKS FOR YOUR HELP!

Anexo 2. Establecimientos turísticos del cantón Salcedo

a. Establecimiento de alojamiento

Tabla 102-11. Establecimientos de alojamiento del cantón Salcedo

TIPO: HOSTAL					
Nombre del establecimiento	Propietario	Contacto	Dirección	Categoría	Número de plazas
Jarfi	Mónica Elizabeth Figueroa Espín	Tel.: (03) 272-7140/ 272-9743 Correo: hoteljarfimolles@yahoo.com	Sucre 14-10 y García Moreno	Tercera	35
La Casona	Mario Jiménez Correa	Tel.: (03) 272-8224/ 272-6122 Correo: ingmjimenezc@hotmail.com	Bolívar 634 y 24 de Mayo	Tercera	35
TIPO: HOSTAL RESIDENCIA					
Nombre del establecimiento	Propietario	Contacto	Dirección	Categoría	Número de plazas
Las Vegas	Miguel Ángel Garzón	Tel.: (3) 272-6376	Sucre 22 17 y Juan León Mera	Tercera	41
TIPO: HOSTERÍA					
Nombre del establecimiento	Propietario	Contacto	Dirección	Categoría	Número de plazas
Rumipamba de las Rosas	Rumipamba de las Rosas S.A.	Tel.: (03) 272-6128 Correo: ventas@rumipamba.com www.cialcotel.com	Av. Norte s/n y Eloy Yerovi	Primera	160
El Surillal	Héctor Gustavo Porras Cortes	Tel.: (03) 2726322/ 2729020 Cel.: 098736375 Correo: informacion@hosteriaelsurillal.com	Barrio Yanayacu, vía a Píllaro	Primera	63
Los Molinos de Yanayacu	María Isabel Fonseca Ramírez	Tel.: (03) 273-0425 Correo: molinosdeyanayacu@gmail.com	Barrio Yanayacu, vía a Píllaro	Primera	16
El Imperio Real	Luis Antonio Villacis Rengifo	Tel.: (03) 272-8412 Correo: el.imperio_real@hotmail.com; cristianvilladj@msm.com	Av. Jaime Mata y Mario Mogollón, vía Ambato	Segunda	29

Fuente: Catastro turístico Mintur. 2015

Realizado por: Jesenia Porras

b. Establecimientos de alimentos y bebidas

Tabla 103-11. Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Salcedo

TIPO: RESTAURANTE					
Nombre del establecimiento	Propietario	Contacto	Dirección	Categoría	Número de plazas
Asadero Emanuel	Ángel Enrique Guevara Lisintuña	Tel.: (03) 272-8226 Correo: asaderoemanuel@hotmail.com	Olmedo y Bolívar Esq.	Tercera	40
Asadero Emanuel 2	Edwin Osmel Criollo Romero	Cel.: 099852135 Correo: edwosncr@hotmail.com	Abdón Calderón entre Olmedo y Mejía	Tercera	40
Marisquería Perla del Pacífico	Washington Fredy Tonato Fonseca	Tel.: (03)272-9650	Panamericana Norte, a 100 m del hospital de Salcedo	Segunda	40
Las Delicias de la Negra	Ángel Mesías Tonato Fonseca	Tel.: (03) 272-8069	Panamericana Norte, a 50 m. del redondel	Segunda	40
Pizzería La Focacia	Fanny Rosa Hinojosa Paredes	Tel.: (03) 272-7697	García Moreno y 24 de mayo	Segunda	32
Asadero Full Pollo	Fanny Melaña Castillo Chamorro	Tel.: (03) 273-9519 Correo: ruthc1986@outlook.com	García Moreno y Av. Olmedo	Tercera	40
Marisquería Restaurant Costa Azul	María de los Ángeles Cobeña Moreno	Tel.: (03) 272-8594 Correo: piqueros@hotmail.com	Vicente Maldonado y Vicente León	Tercera	56
Marisquería Restaurant Costa Azul 2	María de los Ángeles Cobeña Moreno	Tel.: (03) 272-9397 Correo: piqueros@hotmail.com	24 de Mayo y Bolívar	Tercera	60
Súper Pollo Rico 4	Nancy Lorena Gálvez Ramírez	Tel.: (03) 272-8002	García Moreno y Vicente León. Esq.	Segunda	48
Asadero el Leñador 4	Marco Edison Semanate Hernández	Tel.: (03) 272- 7615	24 de Mayo y Luis A. Martínez	Tercera	52
Pizzería Bella Donna	Nelly Bertha Godoy Torres	Tel: (03) 272-6659 Correo: xaxiramosgodoy@hotmail.com	Padre Salcedo y Vicente León	Segunda	24
La Esquina de Ales 2	Piedad Margarita Bailon Bravo	Tel.: (03) 280-0830 Correo: alam-mendoza@hotmail.com	Sucre y Ricardo Garcés	Tercera	40
El Sabrosón de María	María Hermelinda Choloquina Sangucho	Cel.: 0984319419 Correo: cruzana-22@hotmail.com	Sucre y Bolívar	Tercera	24
La Cabaña Salcedo	Elvia Esther Parra Acuña	Tel.: (03) 272-7978 Correo: evilmisrbp86@hotmail.com	Quito 310 y Bolívar	Tercera	42
The Glass Grill Restorant	Absalon Gumercindo Bautista Gavilanez	Cel.: 0995342899 Correo: bautistaabsalon@yahoo.com	Belisario Quevedo y Av. Circunvalación	Segunda	60
Paradero el	Alexandra	Cel.: 0958811838	24 de mayo y	Tercera	32

Rincón del Mar	Elizabeth Jimenez Tonato	Correo: alexaeli09@hotmail.com	Av. Circunvalación		
La Casa Del Márquez Bar Restaurant	Silvia Amparo Tutasig Guanoluisa	Telf.: (03) 272-7838 Correo: silvita-30@hotmail.com	García Moreno y Quito. Esquina	Segunda	16
Chifa China Salcedo	Youling You	Cel.: 0999652825 Correo: jgi0999652825@126.com	Ana Paredes y Vicente León	Tercera	20
Asadero Columbus	Juan Isidro Albán Silva	Telf.: (03) 272-6161 Correo: catalina_alban@hotmail.com	García Moreno y Vicente León	Segunda	80
Chifa Marisquería Cangrejo Rojo	Xu Haizhi	Telf.: (03) 280-7366 Correo: 1844680989@qq.com	García Moreno y Rocafuerte	Tercera	36
D'Campes 3	Luz Gonzalina Bautista Solorzano	Cel.: 0995292246 Correo: luzbautista68@yahoo.com; dcampes@hotmail.com	24 de mayo y Ricardo Garcés	Tercera	80
Paradero el Viajero	Senaida Teresa Valle Albán	Telf.: (03) 273-8116	Panamericana Sur junto al peaje de Panzaleo	Tercera	32
Chifa Kun Fu	Ye Zhuoheng	Telf.: (03) 273-0675 Correo: mrchef.cn@gmail.com	Sucre y Luis A. Martínez	Tercera	32
TIPO: CAFETERÍA					
Nombre del establecimiento	Propietario	Contacto	Dirección	Categoría	Número de plazas
Café Tradición	Pablo Javier Córdova Jiménez	Telf: (03) 272-8641 Correo: pablocordova473@gmail.com	Sucre 943 y González Suarez	Tercera	16
TIPO: FUENTES DE SODA					
Nombre del establecimiento	Propietario	Contacto	Dirección	Categoría	Número de plazas
El Castell	Edgar Candelario Da Silva De Freitas	Telf.: (03) 272-8533 Correo: guadalupesrj@hotmail.com	Sucre y Luis A. Martínez	Segunda	28
TIPO: BAR					
Nombre del establecimiento	Propietario	Contacto	Dirección	Categoría	Número de plazas
Café Bar la Guarida del Lobo	José Rubén Chicaiza Chacha	Cel.: 0995441612 Correo: ruben-geminis@hotmail.com	Pasaje sin nombre y Belisario Quevedo	Segunda	40

Fuente: Catastro turístico Mintur. 2015

Realizado por: Jesenia Porras

c. Establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento

Tabla 104-11. Establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento del cantón Salcedo

TIPO: TERMAS Y BALNEARIOS					
Nombre del establecimiento	Propietario	Contacto	Dirección	Categoría	Número de plazas
Complejo turístico Príncipe San Miguel	María Carmen Caiza Santafé	Telf.: Correo: principesanmiguel@hotmail.com	Antonio José Holguín y Cusubamba	Segunda	


Fuente: Catastro turístico Mintur. 2015

Realizado por: Jesenia Porras

Anexo 3. Costo de las recetas para el área de alimentación


a. Costo de las recetas de platos típicos

Tabla 112-11: Cálculo del costo- receta trucha asada

NOMBRE DE LA RECETA:		TRUCHA ASADA					
Área:	Restaurante					Receta #	0001
Fecha:						Procedimiento	
Costo Receta:	\$ 2,74		Costo Porción:	\$ 2,74			
Producción			# PAX para Preparación		1		
Producto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Cantidad Utilizada	Costo Total		
Trucha	1	1	\$ 1,50	1,00	\$ 1,50		
Ajo	diente	2	\$ 0,12	6,00	\$ 0,36		
Comino	cucharada	1	\$ 0,02	1,00	\$ 0,02		
Sal	cucharada	1	\$ 0,04	1,00	\$ 0,04		
Limón	1	2	\$ 0,05	2,00	\$ 0,05		
Cebolla roja	1	1/2	\$ 0,08	0,50	\$ 0,08		
Tomate de carne	1	1	\$ 0,20	1,00	\$ 0,20		
Lechuga	Hojas	2	\$ 0,07	2,00	\$ 0,07		
Arroz	Libra	1/2	\$ 0,27	0,50	\$ 0,27		
Maduro	1	1/2	\$ 0,05	0,50	\$ 0,05		
Aceite	cucharada	3	\$ 0,10	3,00	\$ 0,10		
Observaciones						FOTOGRAFÍA	
Acompañado con una copita de vino							


Realizado por: Jesenia Porras.

Tabla 114-11: Cálculo del costo- receta trucha papas con cuy

NOMBRE DE LA RECETA		PAPAS CON CUY				
Área:	Restaurante				Receta #	0003
Fecha:					Procedimiento	
Costo Receta:	\$ 6,71		Costo Porción:	\$ 1,68		
Producción			# PAX para Preparación	4		
Producto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Cantidad Utilizada	Costo Total	
Cuy	1	1	\$ 6,00	1,00	\$ 6,00	
Ajo	diente	4	\$ 0,12	4,00	\$ 0,12	
Cebolla blanca	rama	2	\$ 0,06	2,00	\$ 0,06	
Ají	1	2	\$ 0,15	2,00	\$ 0,15	
Papas	lb	2	\$ 0,30	2,00	\$ 0,30	
Sal	cucharada	2	\$ 0,04	2,00	\$ 0,04	
Pimienta	cucharada	1	\$ 0,02	1,00	\$ 0,02	
Comino	cucharada	1	\$ 0,02	1,00	\$ 0,02	
Observaciones					FOTOGRAFÍA	
Lpalto típico importante de la zona, que se consume principalmente en ocasiones especiales como bodas y compadrazgos.						

Realizado por: Jesenia Porras.


Tabla 117-11: Cálculo del costo- receta colada morada con empanadas de viento

NOMBRE DE LA RECETA:		COLADA MORADA Y EMPANADAS DE VIENTO				
Área:	Restaurante				Receta #	0006
Fecha:					Procedimiento	
Costo Receta:	\$ 10,53		Costo Porción:	\$ 0,70		
Producción			# PAX para Preparación	15		
Producto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Cantidad Utilizada	Costo Total	
COLADA MORADA						
Harina maíz negro	lb	1	\$ 0,80	1,00	\$ 0,80	
Naranja	l	20	\$ 0,35	20,00	\$ 0,35	
Mora	lb	2	\$ 1,00	2,00	\$ 1,00	
Mortiño	lb	1/2	\$ 0,50	0,50	\$ 0,50	
Piña	l	1	\$ 1,00	1,00	\$ 1,00	
Babaco	l	1	\$ 0,80	1,00	\$ 0,80	
Frutilla	lb	1	\$ 1,00	1,00	\$ 1,00	
Ishpingo	l	3	\$ 0,05	3,00	\$ 0,05	
Canela	rama	6	\$ 0,10	6,00	\$ 0,10	
Bolitas de pimienta dulce	l	15	\$ 0,05	15,00	\$ 0,05	
Clavo de olor	l	10	\$ 0,05	16,00	\$ 0,08	
Hierbas aromáticas	Atado	1	\$ 1,20	1,00	\$ 1,20	
EMPANADAS						
Discos medianos (masa)	l	15	\$ 0,20	15,00	\$ 0,20	
Quesillo desmenuzado	taza	2 1/2	\$ 1,75	2,50	\$ 1,75	
Cebollita blanca picada	taza	1	\$ 1,00	1,00	\$ 1,00	
Azúcar para espolvorear	taza	1/2	\$ 0,30	0,50	\$ 0,30	
Aceite para freír	taza	1	\$ 0,35	1,00	\$ 0,35	
Observaciones					FOTOGRAFÍA	
Se sirve la colada caliente acompañada con las empanadas de viento.						

Realizado por: Jesenia Porras.


c. Receta de postres

Tabla 120-11: Cálculo del costo- receta delicias de babaco

NOMBRE DE LA RECETA:			DELICIA DE BABACO			
Área:	Restaurante				Receta #	0001
Fecha:						
Costo Receta:	\$ 1,80		Costo Porción:	\$ 0,36		
Producción			# PAX para Preparación		5	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Cantidad Utilizada	Costo Total	
Babaco maduro grande	1	1	\$ 0,80	1,00	\$ 0,80	
Azúcar	taza	1 1/2	\$ 0,70	1,50	\$ 0,70	
Canela	rama	2	\$ 0,10	1,00	\$ 0,05	
Zumo de limón	taza	1/2	\$ 0,20	0,50	\$ 0,20	
Agua	taza	3	\$ 0,00	3,00	\$ 0,00	
Clavo de olor	1	2	\$ 0,05	2,00	\$ 0,05	
Observaciones					FOTOGRAFÍA	
Se puede servir acompañado de galleta crocante y helado de vainilla.						

Realizado por: Jesenia Porras.

Tabla 121-11: Cálculo del costo- receta postre moras calientes

NOMBRE DE LA RECETA:			MORAS CALIENTES			
Área:	Restaurante				Receta #	0002
Fecha:					Procedimiento	
Costo Receta:	\$ 4,84		Costo Porción:	\$ 0,97		
Producción			# PAX para Preparación		5	
Producto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Cantidad Utilizada	Costo Total	
Moras (trituradas)	taza	1 1/4	\$ 1,00	1,25	\$ 1,00	
Maicena	cucharada	2	\$ 0,08	2,00	\$ 0,08	
Sal	pizca	1	\$ 0,01	1,00	\$ 0,01	
Azúcar	taza	2/3	\$ 0,75	0,67	\$ 0,75	
Helado de vainilla	lt	1/2	\$ 3,00	0,50	\$ 3,00	
Observaciones					FOTOGRAFÍA	
						

Realizado por: Jesenia Porras.

Anexo 4. Análisis de costos y cálculo de precio de camping

Tabla 105-11: Análisis de costos de camping

Equipo de camping			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Sleeping bag	12	59,00	708,00
Carpa (x3)	6	160,00	960,00
Aislante	12	19,90	238,80
Linterna	8	16,00	128,00
Plástico para carpa 3m x c/u	12	1,00	12,00
Botiquín primeros auxilios	1	39,00	39,00
Total		294,90	2085,00

Realizado por: Jesenia Porras.

Tabla 106-11: Cálculo del precio de camping

Depreciación	Vida útil	Costo de construcción y adquisición	Porcentaje	Condiciones de uso	Calculo del precio de venta
Infraestructura sanitaria	10 años	8000,00	10%	24 pax x mes	2,77
Equipos	5 años	294,90	20%	24 pax x mes	0,20
Subtotal					2,97
Margen de utilidad					55%: 1,63
Total					P.V.P: \$5,00

Realizado por: Jesenia Porras.

Anexo 5. Análisis de costos y cálculo del precio de canopy

Tabla 107-11: Análisis de costos: Presupuesto de componentes estructurales de canopy

COMPONENTES ESTRUCTURALES				
Cantidad	Denominación	Descripción/modelo	Precio unitario	Precio total
160 m	Cable de acero	Alma de acero o polipropileno diámetro 3/8 de pulgadas (9,5mm) o mayor	20,18	3228,80
5 Anclajes cimentados				
Concreto reforzado (1.50m de profundidad x 1m2 de superficie) (soporte mínimo 8 toneladas de ruptura para de 50 m de longitud)				
10	Bloque de anclaje	Concreto reforzado Hormigón simple f'c 210 Kg/cm2 (anclajes)	130,00	1300,00
	Varilla de anclaje			
	Cemento			
	Apoyo de cable			
	Ripio / Arena			
2	Hormigón simple en columnas	f'c 210 Kg/cm2+ encofrado	150,00	300,00
Elementos de anclaje de acero				
	Guardacabos	Marca Crosby		

10	Terminales	Marca crosby	200,00	2000,00
	Abrazaderas(uni3n)	Marca crosby Resistencia sujetar: presi3n de 2880 libras		
	Tensores	Marca Crosby		
Plataforma				
5	Columnas de concreto/acero	6m	15,00	75,00
16	Hormig3n en columnas	f'c 210 Kg/cm2+ encofrado	150,00	2400,00
16	Columnas de madera	5m	15,00	75,00
50	Pernos		1,00	50,00
Sistema de frenado				
4	Frenos pasivos	Frenos de resorte, frenos de cuerda el3stica, frenos magn3ticos	80,00	320,00
Total				9748,80

Realizado por: Jesenia Porras.

Tabla 108-11: An3lisis de costos: Presupuesto de equipos de protecci3n personal para canopy

EQUIPOS DE PROTECCI3N PERSONAL PARA CANOPY				
Cantidad	Descripci3n	Modelo	Precio unitario	Precio total
5	Polea "Petzl"	Tandem cable Polea doble desplazamientos cuerda y cable	142,00	710,00
10	Mosquet3n	Am`D SCREW LOCK /28KN	31,00	310,00
5	Arn3s de asiento "Petzel"	CORAX Arn3s regulable confortable/ 490-530g	100,00	500,00
10	Cintas o reata	Cinta ANNEAU Anillo cosido de poliamida de 60 cm	10,00	100,00
10	JOKO-Y L3nea de vida (60cm)		40,00	400,00
5	Casco Peltz	Elios azul	105,00	525,00
5	Guantes (par)		25,00	125,00
Total			453,00	2670,00

Realizado por: Jesenia Porras.

Tabla 109-11: C3lculo del precio para canopy

Depreciaci3n	Vida 3til	Costo de construcci3n y adquisici3n	Porcentaje	Condiciones de uso	C3lculo del precio de venta
Infraestructura canopy	10 a3os	9748,80	10%	24 pax x mes	4,06
Equipos	5 a3os	453,00	20%	24 pax x mes	0,75
Subtotal					4,81
Margen de utilidad					60% 2,88
Total					P.V.P: \$10,00

Anexo 6. Análisis de costos y cálculo de precio para ciclismo

Tabla 110-11: Análisis de costos para ciclismo

Equipo de ciclismo			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Bicicletas	6	239,00	1434,00
Cascos	6	25,00	150,00
Total		264,00	1584,00

Realizado por: Jesenia Porras.

Tabla 111-11: Calculo del precio para ciclismo

Depreciación	Vida útil	Costo de y adquisición	Porcentaje	Condiciones de uso	Calculo del precio de venta
Equipos	5 años	264,00	20%	24 pax x mes	0,18
Guianza 30 min-1h (Jornalero 1 día: \$15,00)					1,87
Subtotal					2,05
Margen de utilidad					22%: 0,45
Total					P.V.P: \$2,50

Realizado por: Jesenia Porras.