



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS-ESPE

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

TÍTULO DE LA TESIS

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN
COMPLEJO TURÍSTICO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD
UBICADO EN LA PARROQUIA DE PINTAG, CANTÓN QUITO,
PROVINCIA DE PICHINCHA.**

AUTORES:

**JOHANNA ELIZABETH FIGUEROA HERNÁNDEZ
PATRICIO ALEJANDRO REYES MENA**

TUTORES:

**DIRECTORA: ING. MARCELA VITERI
CODIRECTORA: ING. ALEXANDRA PARRA**

Tesis previa a la obtención del grado de:

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
QUITO, JULIO 2013**

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO
ESCUELA “HÉROES DEL CENEPA”

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

JOHANNA ELIZABETH FIGUEROA HERNANDEZ

PATRICIO ALEJANDRO REYES MENA

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado “Diseño de un Plan de Negocios para la Creación de un Complejo Turístico para Personas con Discapacidad ubicado en la parroquia Pintag, cantón Quito, provincia de Pichincha”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en el pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es nuestra autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, 31 de Julio del 2013

JOHANNA FIGUEROA

PATRICIO REYES

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

ESCUELA “HÉROES DEL CENEPa”

CERTIFICADO DE TUTORÍA

ING. MARCELA VITERI E ING. ALEXANDRA PARRA

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “Diseño de un Plan de Negocios para la Creación de un Complejo Turístico para Personas con Discapacidad ubicado en la parroquia Pintag, cantón Quito, Provincia de Pichincha”, realizado por la Srta. Johanna Figueroa y el Sr. Patricio Reyes, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a estos motivos y al ser un proyecto que busca la inclusión de las personas con discapacidad se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Srta. Johanna Figueroa y el Sr. Patricio Reyes, que lo entreguen al Esp. Gustavo Paladines, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, 31 de Julio del 2013

Marcela Viteri

DIRECTORA

Alexandra Parra

CODIRECTORA

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO
ESCUELA “HÉROES DEL CENEPA”

AUTORIZACIÓN

JOHANNA FIGUEROA Y PATRICIO REYES

Autorizamos a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo titulado Diseño de un Plan de Negocios para la Creación de un Complejo Turístico para Personas con Discapacidad ubicado en la parroquia Pintag, cantón Quito, provincia de Pichincha, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 31 de Julio del 2013

JOHANNA FIGUEROA

PATRICIO REYES

DEDICATORIA

Alcanzar una meta representa esfuerzo y sacrificio permanente, por lo que al concluir este trabajo queremos dedicar a nuestras madres Irene Hernández y Patricia Mena, quienes son la razón de nuestras vidas y de manera especial a nuestro amigo y hermano Francisco Reyes quien dedico parte de su tiempo para culminar nuestros estudios.

JOHANNA Y PATRICIO

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento para el Señor Alfonso Morales propietario de la hostel Las Granadillas, quien con su valiosa experiencia contribuyó en el desarrollo de esta investigación; a nuestras Directora y codirectora de tesis: Ingeniera Marcela Viteri e Ingeniera Alexandra Parra, por su valiosa paciencia y dedicación para que este trabajo concluya.

JOHANNA Y PATRICIO

RESUMEN

Esta tesis de Ingeniería tiene como fin diseñar un plan de negocios para la creación de un Complejo Turístico para Personas con Discapacidad ubicado en la parroquia Pintag, cantón Quito, provincia de Pichincha, con el propósito de diseñar un centro turístico que integre a personas con discapacidad física motora que deseen realizar actividades de distracción, esparcimiento, confort y a la vez contribuir a su rehabilitación física, mediante servicios especializados como por ejemplo canchas deportivas, centro médico, hospedaje, restaurante, aula multiusos, piscina con accesibilidad, terapia física, etc.

Además la presente tesis incentivará la participación de personas con condición discapacitante a crear proyectos de emprendimiento, debido a que permite que este sector sea incluido en la sociedad y contribuya en la industria y el sector, a través de un turismo de conciencia que relaciona los artículos del buen vivir de la constitución.

En consecuencia mediante los parámetros detallados en la legislación sobre discapacidades, garantiza la accesibilidad de las personas con discapacidad a la utilización de bienes y servicios de la sociedad, gracias a la eliminación de barreras que impidan o dificulten su normal desenvolvimiento e integración social.

ABSTRACT

This thesis of engineering intends to develop the design of a business plan for the creation of a resort for people with disabilities located in Pintag parish, Quito canton, Pichincha province, in order, that there is a tourist center that integrates people with physical mobility disability who wish to carry out activities of distraction, relaxation, comfort and at the same time contribute to their physical rehabilitation, by means of specialized services such as sports fields, Medical Center, lodging, restaurant, multifunction room, swimming pool, accessibility, physical therapy, etc.

Thereby abolishing the urbanistic and architectural, barriers that prevented persons with disabilities and their families to enjoy an environment, healthy, reliable and recreation, favoring the improvement of self-esteem of the person with disabilities through an advance in its autonomy, becoming an enriching experience for its visitors. Similarly using a personal right to be responsible for recreational activities that contribute to the integration of the family, creating an exclusion-free circle.

On the other hand, one of the major problems of the disabled population is segregation which are subjected by other sectors of society, this is clearly reflected in the labor field since there are many limitations that prevent them from working in organizations becoming vulnerable by their conditions. For this reason the current Government has been concerned to dignify this sector through laws and allowed that persons with disabilities can access a steady job, ensuring his job security, raising awareness and business to create social and inclusive consciousness to allow it to generate new sources of employment, contribute to the economic development of the country equitably to the Ecuador becoming an inclusive model in the eyes of the whole world.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	I
CERTIFICADO DE TUTORÍA	II
AUTORIZACIÓN	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE CONTENIDO	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XV
ÍNDICE DE CUADROS	XX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XX
ÍNDICE DE IMÁGENES	XXII
ÍNDICE DE FIGURAS	XXIV
LISTA DE ANEXOS	XXV
INTRODUCCIÓN	XXVIII
METODOLOGÍA	XXIX
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	XXX
OBJETIVOS	XXXI
ALCANCES Y LIMITACIONES	XXXII

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I

1.1 MARCO TEÓRICO	1
1.1.1 HISTORIA DE LAS DISCAPACIDADES EN EL MUNDO	1
1.1.2 HISTORIA, POLÍTICAS Y NORMAS DE DISCAPACIDADES EN ECUADOR.....	2
1.1.3 CLASIFICACIÓN DE LOS COMPLEJOS TURÍSTICOS	3
1.1.4 MARKETING TURÍSTICO	6
1.2 MARCO CONCEPTUAL	10
1.3 MARCO REFERENCIAL	12
1.3.1 HOSTAL FAMILIAR LAS GRANADILLAS	12
1.3.2 FUNDACIÓN AM-EN.....	12
1.3.3 ECUADOR FOR ALL	13
1.3.4 HOSTERÍA MANDÁLA	13
1.4 DIAGNÓSTICO DEL PROYECTO	13

1.4.1 MACROAMBIENTE	13
1.4.1.1 ENTORNO POLÍTICO	14
1.4.1.2 ENTORNO ECONÓMICO	16
1.4.1.3 ENTORNO CULTURAL	18
1.4.1.4 ENTORNO TECNOLÓGICO	19
1.4.1.5 ENTORNO SOCIAL	20
1.4.2 MICROAMBIENTE	22
1.4.2.1 COMPETENCIA	22
1.4.2.2 CLIENTES	22
1.4.2.3 SUSTITUTOS	25
1.4.2.4 PROVEEDORES	30

CAPÍTULO II

2.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	32
2.1.1 OBJETIVO GENERAL.....	32
2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	32
2.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	33
2.2.1 MÉTODOS DE ESTUDIO	33
2.2.2 TIPO DE ESTUDIO	33
2.2.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	34
2.2.3.1 TÉCNICAS PARA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA	34

2.2.3.2 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN CONCLUSIVA....	35
2.3 TRABAJO DE CAMPO	36
2.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	36
2.4.1 TIPO DE MUESTREO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA	36
2.5 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	39
2.5.1 DATOS ESTADÍSTICOS DEL CONADIS	39
2.5.2 ANÁLISIS ESTADÍSTICO POBLACIONAL DE HERIDOS Y ENFERMEDADES DEGENERATIVAS	44
2.5.3 ANÁLISIS DE CIFRAS HOTELERAS	48
2.5.4 ANÁLISIS DE COMPETIDORES DIRECTOS	52
2.6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE	55
2.6.1 ANÁLISIS DE DATOS PRIMARIOS	55
2.6.1.1 ENTREVISTAS	55
2.6.1.2 ENCUESTA	56
2.6.1.3 RESULTADOS DE LA TABULACIÓN DE LA ENCUESTA	62
2.6.1.4 PERFIL DEL CLIENTE.....	110
2.6.1.4.1 MOTIVO DE LA VISITA	110
2.6.1.4.2 PREDISPOSICIÓN PARA LA VISITA	110
2.6.1.4.3 PREDISPOSICIÓN AL PAGO.....	111

CAPÍTULO III

3.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL	112
3.1.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	123
3.1.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL	124
3.1.3 PERFIL DE LOS PUESTOS	125
3.2 FILOSOFÍA EMPRESARIAL	135
3.2.1 LOGOTIPO	135
3.2.2 SLOGAN	137
3.2.3 MISIÓN	137
3.2.4 VISIÓN	137
3.2.5 VALORES	138
3.2.6 CÓDIGO DE ÉTICA	139
3.3 ANÁLISIS FODA	141
3.4 IMPACTOS CRUZADOS	144
3.5 ESTUDIO TÉCNICO	145
3.5.1 UBICACIÓN DEL COMPLEJO	145
3.5.2 PLANO DEL COMPLEJO.....	146
3.5.3 DISTRIBUCIÓN FÍSICA.....	147

3.6 PROPUESTA ESTRATÉGICA	162
3.6.1 ESTRATEGIA DE SERVICIO	163
3.6.2 PROGRAMAS ELABORADOS EN EL COMPLEJO TURÍSTICO	164
3.6.2.1 SERVICIOS OPCIONALES	173
3.6.3 ESTRATEGIA DE PRECIO	174
3.6.3.1 TARIFARIO DE PAQUETES	175
3.6.3.2 TARIFARIO DE SERVICIOS OPCIONALES	176
3.6.4 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	178
3.6.5 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	179
3.6.6 ESTRATEGIAS DE PERSONAL	179
3.6.7 ESTRATEGIAS DE RECEPCIÓN DEL CLIENTE	181
3.6.8 ESTRATEGIA DE EVIDENCIA FÍSICA	184
3.6.8.1 DIMENSIONES DEL ENTORNO DE SERVICIO ..	184
3.6.8.2 DIMENSIONES MODERADORAS DE RESPUESTA DEL ENTORNO	184
3.6.8.2.1 TABLA CON SIGNIFICADO DE AROMAS	188
3.6.8.2.2 TABLA DE TIPOS Y SIGNIFICADOS DE COLORES.....	188
3.6.8.2.3 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO	189
3.6.8.3 SEÑALES SÍMBOLOS Y ARTEFACTOS	190

CAPÍTULO IV

4.1 OBJETIVOS DE ESTUDIO FINANCIERO	193
4.1.1 OBJETIVO GENERAL	193
4.1.2 OBJETIVO ESPECÍFICO	193
4.2 INVERSIÓN INICIAL	193
4.3 FINANCIAMIENTO	196
4.4 DEPRECIACIONES.....	203
4.5 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	206
4.5.1 SUELDOS Y SALARIOS	206
4.6 GASTOS FINANCIEROS	208
4.7 GASTOS DE OPERACIÓN	209
4.8 INGRESOS	211
4.9 ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DEL EFECTIVO.....	215
4.10 VALOR ACTUAL NETO	219

4.11 TASA INTERNA DE RETORNO	222
4.12 PERÍODO DE RECUPERACIÓN	224
4.13 PUNTO DE EQUILIBRIO	225
CONCLUSIONES	226
RECOMENDACIONES	227
BIBLIOGRAFÍA	228
GLOSARIO	230

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N.- 1.1 Calendario de fiestas populares más importantes del Ecuador.....	19
Tabla N.- 1.2 Ficha hotelera Diciembre 2012 Febrero 2013	23
Tabla N.- 1.3 Tarifa por estancia promedio hotelera	24
Tabla N.- 1.4 Federaciones Nacionales de y para la discapacidad en el Ecuador	26
Tabla N.- 1.5 Otras instituciones que ofertan servicio de rehabilitación.....	28
Tabla N.- 1.6 Listado de fundaciones dirigidas a personas con discapacidad en Ecuador	28

Tabla N.-1.7 Lista de proveedores para el Complejo Turístico	31
Tabla N.-2.1 Personas carnetizadas CONADIS	37
Tabla N.- 2.2 Personas registradas en el CONADIS PICHINCHA (1996-2011)	39
Tabla N.- 2.3 Número de personas con discapacidad distribuidas por mayores de edad	40
Tabla N.- 2.4 Número de personas con discapacidad distribuidas menores de edad	41
Tabla N.- 2.5 Número de personas con discapacidad distribuidas por causa discapacidad	42
Tabla N.- 2.6 Número de personas con discapacidad y distribuidas que si trabajan.....	43
Tabla N.-2.7 Proyección de la Población de la Provincia de Pichincha por edad	44
Tabla N° 2.8 Número de Heridos anual por accidentes de tránsito provincia de Pichincha	45
Tabla N.- 2.9 Población en Pichincha 2011 de enfermedades degenerativas.....	47
Tabla N.- 2.10 Registro de hoteles localizados en el Distrito Metropolitano de Quito...	49
Tabla N.- 2.11 Registro de Hosterías localizadas en el Distrito Metropolitano de Quito	50
Tabla N.- 2.12 Porcentaje de pernoctación en Quito.	50
Tabla N.-2.13 Pernoctación hoteles de primera categoría.	51
Tabla N.- 2.14 Rango de edad de los encuestados.....	62
Tabla N.- 2.15 Género de las personas encuestadas	63
Tabla N.- 2.16 Integrantes de la familia de las personas encuestadas	64
Tabla N.- 2.17 Tipo de discapacidad de los encuestados o su Familiar	66
Tabla N.- 2.18 Número de encuestados con discapacidad.....	67
Tabla N.- 2.19 Encuestados con familiar con discapacidad	69

Tabla N.- 2.20 Sector de la ciudad en la que residen.....	70
Tabla N.- 2.21 Desempeña alguna actividad laboral	72
Tabla N.- 2.22 Ingresos mensuales promedio de los encuestados.....	73
Tabla N.- 2.23 Actividades que gustaría realizar.....	75
Tabla N.- 2.24 Qué actividades de recreación y esparcimiento realiza	76
Tabla N.- 2.25 Actividades recomendadas por los encuestados	78
Tabla N.- 2.26 Asistencia a un Complejo Turístico	80
Tabla N.- 2.27 Complejos turísticos más frecuentados	81
Tabla N.- 2.28 Instalaciones que posee el Complejo Turístico	83
Tabla N.-2.29 Cuántas veces al mes los encuestados visitan el Complejo	85
Tabla N.-2.30 Suele permanecer más de un día en el Complejo Turístico	86
Tabla N.-2.31 Personas que realizan rehabilitación física	87
Tabla N.-2.32 Lugar dónde realizan la rehabilitación	88
Tabla N.-2.33 Cuántos días a la semana realizan rehabilitación	90
Tabla N.-2.34 Quién costea la rehabilitación de la persona con discapacidad	91
Tabla N.-2.35 Cuántos días al mes la persona realiza rehabilitación	92
Tabla N.-2.36 Qué costo tiene la rehabilitación	94
Tabla N.-2.37 Personas que asistirían o no a un Complejo Turístico incluyente	95
Tabla N.-2.38 Costo que estarían dispuestos a pagar los usuarios	97
Tabla N.-2.39 Cuánto tiempo permanecería en el Complejo Turístico	98

Tabla N.-2.40 Medios publicitarios sugeridos para el Complejo	100
Tabla N.-2.41 Formas de pago preferidas por los encuestados	102
Tabla N.-2.42 Formas preferidas para garantizar la reserva por los encuestados	103
Tabla N.-2.43 Costos para actividades extras	105
Tabla N.-2.44 Costo de un desayuno en el Complejo Turístico	106
Tabla N.-2.45 Costo de un almuerzo en el Complejo Turístico	107
Tabla N.-2.46 Costo de una cena en el Complejo Turístico	108
Tabla N.-2.47 Variables internas del Complejo Turístico	111
Tabla N.-3.1 Valores en el medioambiente empresarial	139
Tabla N.-3.2 Análisis FODA	142
Tabla N.-3.3 Análisis de Impactos Cruzados.....	144
Tabla N.-3.4 Servicios del Complejo Turístico	164
Tabla N.-3.5 Menú del Complejo Turístico	170
Tabla N.-3.6 Paquetes del Complejo Turístico.....	175
Tabla N.-3.7 Precios por ocupación de cabañas en dólares americanos	175
Tabla N.-3.8 Precios por platos en dólares americanos	177
Tabla N.-3.9 Dimensiones moderadoras de respuestas del entorno	188
Tabla N.-3.10 Dimensiones moderadoras de respuestas del entorno 2	189
Tabla N.-3.11 Significado de la Señalética a utilizar en el Complejo Turístico.....	190
Tabla N.-4.1 Inversión Inicial.....	194

Tabla N.- 4.2 Detalle de Inversiones	195
Tabla N.-4.3 Amortización de la Corporación Financiera Nacional	197
Tabla N.-4.4 Amortización de la Corporación Financiera Nacional Parte 2	198
Tabla N.-4.5 Amortización de la Corporación Financiera Nacional Parte 3	199
Tabla N.-4.6 Amortización de la Corporación Financiera Nacional Parte 4	200
Tabla N.-4.7 Amortización de la Corporación Financiera Nacional Parte 5	201
Tabla N.-4.8 Amortización de la Corporación Financiera Nacional Parte 6	202
Tabla N.-4.9 Porcentaje de depreciación de activos fijos	203
Tabla N.-4.9.1 Depreciaciones parte 1	204
Tabla N.-4.10 Depreciaciones parte 2	205
Tabla N.-4.11 Sueldos y salarios personal administrativo desde el año 2014 hasta el 2013	207
Tabla N.-4.12 Gastos administrativos parte 1.....	207
Tabla N.-4.13 Gastos Financieros.....	208
Tabla N.-4.14 Sueldos y salarios personal operativo desde el año 2014 hasta el 2023.	210
Tabla N.-4.15 Gastos de operación	211
Tabla N.-4.16 Promedio anual de visitantes hacia el Complejo Turístico	213
Tabla N.-4.16.1 Ventas proyectadas parte 1	214
Tabla N.-4.17 Estado de pérdidas y ganancias proyectados	217
Tabla N.-4.17.1 Flujo de caja proyectado parte 1	218
Tabla N.-4.18 Flujo de caja proyectados parte 2	219

Tabla N.-4.19 Interpretación del Valor Actual Neto	220
Tabla N.-4.20 Cálculo de Valor Actual Neto (VAN)	221
Tabla N.-4.21 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto	222
Tabla N.-4.22 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno	223
Tabla N.-4.23 Período de Recuperación	224
Tabla N.-4.24 Punto de Equilibrio	225

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N.-1.1 Producto Interno Bruto Año 2011-2012.	16
Cuadro N.-1.2 Número de personas con discapacidad carnetizadas	25

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N.- 1. 1 Inflación Anual 2011 vs 2012.	17
Gráfico N.- 2.1 Heridos traumáticos de la provincia de Pichincha	46
Gráfico N.- 2.2 Número de personas en la provincia con enfermedades degenerativas	48
Gráfico N.- 2.3 Pernoctación hoteles de primera Quito.....	52
Gráfico N.-2.4 Edades de los encuestados.....	63
Gráfico N.-2.5 Género de las personas encuestadas	64

Gráfico N.-2.6 Número de integrantes de la familia.....	65
Gráfico N.-2.7 Tipo de discapacidad de los encuestados o su familiar	68
Gráfico N.- 2.8 Número de encuestados con discapacidad	68
Gráfico N.-2.9 Número de encuestados con familiar con condición discapacitante	69
Gráfico N.-2.10 Sector de la ciudad en la que residen los encuestados.....	71
Gráfico N.-2.11 Qué actividad laboral desempeña usted o su familiar	72
Gráfico N.-2.12 Ingresos mensuales promedio de los encuestados	74
Gráfico N.- 2.13 Actividades que gustaría realizar a los encuestados.....	75
Gráfico N.- 2.14 Actividades que realizan los encuestados.....	77
Gráfico N.-2.15 Actividades recomendadas para las personas con discapacidad	79
Gráfico N.-2.16 Personas que asisten al Complejo Turístico	80
Gráfico N.-2.17 Complejos turísticos más frecuentados	82
Gráfico N.-2.18 Instalaciones que poseen los Complejos Turísticos	84
Gráfico N.-2.19 Número de veces al mes visitan un Complejo Turístico	85
Gráfico N.-2.20 Permanencia de los encuestados en un Complejo Turístico	86
Gráfico N.-2.21 Número de encuestados que realizan rehabilitación	87
Gráfico N.- 2.22 En qué lugar las personas realizan rehabilitación	89
Gráfico N.-2.23 Cuántos días a la semana las personas realizan rehabilitación	90
Gráfico N.-2.24 Quién costea la rehabilitación de la persona con discapacidad	91
Gráfico N.-2.25 Cuántos días al mes las personas realizan rehabilitación	93
Gráfico N.-2.26 Costo que tiene la rehabilitación	94
Gráfico N.-2.27 Personas que asistirían o no a un Complejo Turístico incluyente	96

Gráfico N.-2.28 Costo que estaría dispuestos a pagar por el ingreso	97
Gráfico N.-2.29 Cuánto tiempo permanecería en el Complejo Turístico.....	99
Gráfico N.-2.30 Medios publicitarios sugeridos para el Complejo	101
Gráfico N.-2.31 Formas de pago preferidas por los encuestados	102
Gráfico N.-2.32 Formas para adquirir el servicio preferido por los encuestados	104
Gráfico N.-2.33 Costos para realizar actividades extras	105
Gráfico N.-2.34 Costo de un desayuno en el Complejo Turístico	107
Gráfico N.-2.35 Costo de un almuerzo en el Complejo Turístico	108
Gráfico N.-2.36 Costo de una cena en el Complejo Turístico	109

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N.-3.1 Logotipo del Complejo Turístico	135
Imagen N.-3.2 Isólogo del Complejo Turístico	135
Imagen N.-3.3 Isotipo del Complejo Turístico	135
Imagen N.-3.4 Fondo de logotipo del Complejo Turístico	136
Imagen N.-3.5 Mapa de la parroquia Pintag	145
Imagen N.- 3.6 Plano del Complejo Turístico	147
Imagen N.- 3.7 Áreas verdes del Complejo Turístico	148
Imagen N.- 3.8 Plano bloque 2 Complejo Turístico	148

Imagen N.- 3.9 Fotografía de Señalética de accesibilidad Hostal Las Granadillas	150
Imagen N.- 3.10 Fotografía de habitación triple de la Hostal Las Granadillas	150
Imagen N.- 3.11 Fotografía mesón y cocina para personas con discapacidad	151
Imagen N.- 3.12 Fotografía señor Morales propietario de la Hostal Las Granadillas ..	151
Imagen N.- 3.13 Planos y medidas de baños con accesibilidad	152
Imagen N.- 3.14 Fotografía general de baños con accesibilidad.	152
Imagen N.- 3.15 Fotografía de servicio higiénico con accesibilidad	153
Imagen N.- 3.16 Fotografía baños con accesibilidad de Hostal Las Granadillas	153
Imagen N.- 3.17 Bañera para personas con discapacidad	154
Imagen N.- 3.18 Fotografía bañera de la Hostal Las Granadillas.....	154
Imagen N.- 3.19 Arnese facilitador de movimiento en el baño	155
Imagen N.- 3.20 Primera parte y accesos con rampas del Complejo Turístico	155
Imagen N.- 3.21 Bloque 1, Complejo Turístico	156
Imagen N.-3.22 Parqueadero y salón multiuso del Complejo Turístico	157
Imagen N.- 3.23 Piscinas con accesibilidad	158
Imagen N.- 3.24 Vestidores con accesibilidad	158
Imagen N.- 3.25 Sauna, Turco, Hidromasaje, Vestidores	159
Imagen N.- 3.26 Piscina del Complejo Turístico	159
Imagen N.- 3.27 Bloque 1, rampas de entrada al Complejo Turístico	160
Imagen N.- 3.28 Canchas deportivas del Complejo Turístico	161

Imagen N.- 3.29 Recepción y entrada al Complejo Turístico	162
Imagen N.- 3.30 Mapa de la ruta desde el Parque el Arbolito hacia el Complejo Turístico	165
Imagen N.- 3.31 Mapa de la ruta desde el Aeropuerto Mariscal Sucre hacia el Complejo Turístico	166
Imagen N.- 3.32 Chiva accesible vista interna	171
Imagen N.- 3.33 Chiva accesible vista lateral	172
Imagen N.- 3.34 Servicios Opcionales	173
Imagen N.- 3.35 Tarifario de Servicios Opcionales	176
Imagen N.- 3.36 Entrada del parqueadero de la recepción del Complejo Turístico	185
Imagen N.- 3.37 Área de estacionamiento del Complejo Turístico	185
Imagen N.- 3.38 Pasillos y altura de extintores en el Complejo Turístico	186
Imagen N.- 3.39 Altura y ancho de las paredes	186
Imagen N.- 3.40 Espacios internos y externos	187
Imagen N.- 3.41 Medidas del interior de un baño	187

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1 Organigrama Estructural Complejo Turístico	124
Figura 3.2 Organigrama Funcional del Complejo Turístico	124
Figura 3.3 Perfil del Gerente General del Complejo Turístico	125

Figura 3. 4 Perfil del Contador Externo del Complejo Turístico	126
Figura 3. 5 Perfil del Terapeuta del Complejo Turístico	127
Figura 3. 6 Perfil del Cocinero del Complejo Turístico	127
Figura 3. 7 Perfil del Psicólogo del Complejo Turístico	128
Figura 3. 8 Perfil de la Persona de Mantenimiento del Complejo Turístico	129
Figura 3. 9 Perfil del Médico del Complejo Turístico	130
Figura 3. 10 Perfil del Profesor de Baile Complejo Turístico	131
Figura 3. 11 Perfil del Guía Chofer del Complejo Turístico	132
Figura 3. 12 Perfil de la Camarera del Complejo Turístico	133
Figura 3. 13 Perfil del Recepcionista del Complejo Turístico	134

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1- Estado de Situación Inicial

ANEXO 2: Gastos sueldos y salarios año 2014

ANEXO 2.1: Gastos sueldos y salarios año 2015

ANEXO 2.2: Gastos sueldos y salarios año 2016

ANEXO 2.3: Gastos sueldos y salarios año 2017

ANEXO 2.4: Gastos sueldos y salarios año 2018

ANEXO 2.5: Gastos sueldos y salarios año 2019

ANEXO 2.6: Gastos sueldos y salarios año 2020

ANEXO 2.6: Gastos sueldos y salarios año 2021

ANEXO 2.7: Gastos sueldos y salarios año 2022

ANEXO 2.8: Gastos sueldos y salarios año 2023

ANEXO 3: Gastos Estado Inicial

ANEXO 3.1: Gasto de Construcción

ANEXO 3.2: Gasto Inicial Unificado

ANEXO 4: Presupuesto de Gastos Parte 1

ANEXO 4.1: Presupuesto de Gastos Parte 2

ANEXO 4.2: Presupuesto de Gastos Parte 3

ANEXO 4.3: Gastos Prorratedos Parte 1

ANEXO 4.3.1: Gastos Prorratedos Parte 2

ANEXO 4.3.2: Gastos Prorratedos Parte 3

ANEXO 5: Personas Promedio Anual por Temporada

ANEXO 5.1: Ventas por Temporada Baja

ANEXO 5.2: Ventas por Temporada Media

ANEXO 5.3: Ventas por Temporada Alta

ANEXO 5.4: Total de Ventas Proyectadas al Año por Servicios

ANEXO 6: Estado de Resultados

ANEXO 6.1: Flujo del Efectivo

ANEXO 7: Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto

ANEXO 8: Periodo de Recuperación

ANEXO 9: Punto de Equilibrio

ANEXO 10 Carta de aceptación del Tema por parte del CONADIS

ANEXO 11: Carta de aceptación del tema por parte de CONQUITO

ANEXO 12: Solicitud de Registro en el MINTUR

ANEXO 13: Carta soporte del presupuesto de construcción del Proyecto

ANEXO 14: Normas INEN sobre accesibilidad al medio físico

ANEXO 15: Requisitos para Crédito en la Corporación Financiera Nacional

ANEXO 16: Certificado de Evaluación de Discapacidad del CONADIS

ANEXO 17: Modelo de extracto

INTRODUCCIÓN

Es preciso pensar que las personas con condición discapacitante al igual que todos merecen que su vida sea más “cómoda” entendiéndose el término como el poder realizar sus actividades diarias con normal desenvolvimiento por medio de una accesibilidad que garantice la utilización de bienes y servicios de la sociedad, para que así en lugar de vivir de la colectividad, vivan en ella, con lo que se pretende que el presente proyecto promueva e incentive a personas con discapacidad a crear un modelo de emprendimiento que pueda asociarse al tema planteado, de manera que consigan integrarse con sus ideas en la industria turística del país.

Por ello y debido a la necesidad que las personas con capacidades diferentes tienen para realizar actividades de índole turística, se elaborará el “Diseño de un plan de negocios para la creación de un complejo turístico para personas con discapacidad ubicado en la parroquia Pintag, cantón Quito, provincia de Pichincha.” el cual tiene como objetivo determinar la estructura organizacional, operativa y de mercado del complejo turístico que permitirá que el proyecto en fase de lanzamiento sea posesionado en el sector turístico accesible como uno de los pioneros en la provincia de Pichincha en este aspecto, contribuyendo con sus servicios a fomentar turismo accesible.

METODOLOGÍA

1.- TÍTULO

El Diseño de un Plan de Negocios para la Creación de un Complejo Turístico para Personas con Discapacidad ubicado en la parroquia Pintag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

2.- PRESENTACIÓN DEL TEMA

Diversos acontecimientos ocurridos en los últimos años con respecto a la Carta Magna basada en el Sumak - Kausay o Buen Vivir garantizan:

- Valorar todas las formas de trabajo, generar condiciones dignas y velar por el cumplimiento de derechos laborales de las personas con condición discapacitante.
- Impulsar el reconocimiento del trabajo autónomo, de cuidado humano y familiar, así como la transformación integral de sus condiciones.
- Incentivar actividades económicas o de emprendimiento que permitan la inclusión de este sector en la industria turística por medio de ideas que contribuyan a la disminución progresiva del subempleo y desempleo.
- La autoridad nacional vigilará la accesibilidad de las personas con discapacidad a las diferentes ofertas turísticas a través de servicios adaptados para cada discapacidad

3.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La legislación sobre discapacidades en su artículo 47 establece el derecho a un trabajo remunerado en condiciones de equidad sin discriminación, de igual manera el artículo 51 especifica que las personas con algún tipo de discapacidad gocen de estabilidad laboral lo cual permite que generen sus propios ingresos, en consecuencia podrán destinar un porcentaje a realizar actividades de ocio y esparcimiento.

Por esta razón, es necesario que las autoridades promuevan programas y acciones de inclusión para personas con capacidades diferentes a realizar actividades turísticas, deportivas, culturales y de recreación como por ejemplo: natación, juegos de salón, bailoterapia, yoga y visitas turísticas, etc. Que permitan que este sector decida el uso de su tiempo libre con criterio ajustado a sus requerimientos, al igual que lo hace la población sin discapacidad.

De la misma forma que lo hacen en países desarrollados como Canadá, por medio de infraestructura adecuada para brindar servicios que satisfagan la necesidad de este grupo convirtiéndolos en un mercado potencial para el sector turístico y hotelero accesible.

Por consiguiente el CONADIS (2012), considera que el Ecuador se ha convertido en un destino turístico atractivo para personas con discapacidad, por lo cual se torna cada día más relevante, no solo por los beneficios económicos que genera, sino como una responsabilidad social para que las personas con discapacidad ejerzan su derecho a la recreación.

4.- OBJETIVOS

4.1 GENERAL

Diseñar un plan de negocios para un complejo turístico, que promueva la participación de personas con discapacidad y sus familias a realizar actividades de ocio y esparcimiento a través de un estudio que permita visualizar el origen, entorno, necesidades y preferencias de las personas con alguna condición discapacitante.

4.2 ESPECÍFICOS

- Conocer el entorno en el cual se desenvuelven las personas con discapacidad, por medio de técnicas e instrumentos que ayuden a considerar las necesidades que posee este sector de la sociedad.
- Determinar el tipo de discapacidad más frecuente en la población de la ciudad de Quito, por medio de datos estadísticos que contribuyan a establecer el perfil del cliente al cual se direcciona el proyecto.
- Diseñar un estudio financiero que facilite identificar los ingresos y gastos que involucran el desarrollo del proyecto, con la finalidad de declarar su viabilidad a través del análisis del período de recuperación.

4.3 MÉTODOS

Dado el nivel de importancia que implica el Tema “Diseño de un Plan de Negocios para la Creación de un Complejo Turístico para Personas con Discapacidad, ubicada en la parroquia Pintag, cantón Quito, provincia de Pichincha”; se iniciará con el estudio exploratorio que utilizará tanto datos de fuentes secundarias como primarias.

Se tomará como fuente los datos de las siguientes entidades: Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Ministerio de Inclusión Social (MIES), Ministerio de Relaciones Laborales (MRL), etc. Así como información de datos primarios como las tabulaciones de las

encuestas a familiares y personas con discapacidad, de igual manera con el análisis de la investigación concluyente.

Se prepararán flujo gramas, gráficos estadísticos, entrevistas y una encuesta.

5.- ALCANCES Y LIMITACIONES

5.1 ALCANCE

El desarrollo de esta tesis está dirigido a la inclusión de las personas con discapacidad, como lo especifica el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) (2012), referente motivador para que los prestadores de servicios turísticos se involucren activamente al nuevo paradigma de la inclusión dejando atrás viejos y discriminatorios estereotipos.

5.2 LIMITACIONES

Este estudio no está direccionado a todo tipo de discapacidad, debido a que es nuevo en incursionar en el mercado, pero que a futuro se podría tomar en cuenta para la expansión de la cartera de servicios enfocados hacia varias clases de discapacidades.

CAPÍTULO I

1.1 MARCO TEÓRICO

1.1.1 Historia de las Discapacidades en el Mundo

La historia de las discapacidades según Fernández (2012) (p:4), se remonta a la prehistoria donde en la zona de Atapuerca, ubicada en la provincia de Burgos en España, se han encontrado restos arqueológicos de homo hedilbergensis, los cuales presentaban un crecimiento anormal de su cráneo afectando su conducto auditivo y provocando sordera la cual para esos tiempos representaba un gran problema. Precisamente en su publicación menciona que en otras partes del mundo se mostraban enfermedades o malformaciones en diferentes articulaciones del cuerpo e incluso artritis que afectaba su cráneo, mandíbula, columna, cadera y pies. Mientras que en la antigua Grecia, todos los hombres eran criados para ser militares, y aquellos que nacían con alguna malformación física eran arrojados al vacío de una caverna. Del mismo modo en Atenas uno de los filósofos Aristóteles, aseguró que existía una ley en la que se prohibía la crianza y condenaba al abandono a cualquier persona que naciese con alguna deformación; incluso en el mismo texto el autor menciona que platón manifestó que era necesario quitar del medio a cualquier individuo débil o que presentará una discapacidad, de modo similar en Roma existía una ley llamada “ las doce tablas”, la cual permitía que el padre quite la vida de su hijo recién nacido si este presentaba algún tipo de malformación, algo poco practicado ya que ellos preferían enviarlos en cestas con flores por los ríos o venderlos como esclavos, muchos eran mutilados de sus malformaciones para aumentar su precio.

A continuación se detallará la evolución de las políticas y normativas referentes a las personas con discapacidad en el Ecuador con sus respectivas agrupaciones.

1.1.2 Historia, Políticas y Normas de las Discapacidades en el Ecuador.

De acuerdo con el criterio de cazar (2013) (p: 22) la atención a las personas con discapacidad en el Ecuador se ha caracterizado por ser de baja cobertura y deficiente calidad, asentada básicamente en las acciones del sector privado y en algunas instituciones del sector público que ha asumido su responsabilidad desde hace unas dos décadas.

La intervención del estado de manera más sistematizada y técnica surge mucho más tarde. El 18 de julio de 1980 se crea la división nacional de rehabilitación en el Ministerio de Salud encargándose de la organización e implementación de la rehabilitación funcional.

El 5 de agosto de 1982 se expide la ley de protección del minusválido, que crea la dirección nacional de rehabilitación integral del minusválido –Dinarim, y le asigna al Ministerio de Bienestar Social la rectoría y coordinación con las demás instituciones en todo lo relacionado con esta actividad.

La ampliación de la atención en ese entonces, también se realiza por acciones que provienen del sector privado. Una de las instituciones de mayores realizaciones es el Instituto Nacional del Niño y la Familia-INNFA. El crecimiento fue en todas las áreas, pero llevado adelante en forma desordenada, lo que originó la duplicidad de acciones, la dispersión de recursos y una total descoordinación y desarticulación de las acciones.

Sin embargo, un hecho trascendental en este período es la expedición de la ley de discapacidades 180 (1992) y la creación del consejo nacional de discapacidades (1993), que surgieron del trabajo de un equipo interinstitucional de técnicos en discapacidades, delegados de los Ministerios de Salud, Educación,

Bienestar Social, Trabajo, el INNFA, el CONADE, conformando la Comisión Interinstitucional de Análisis de la Situación de las Discapacidades en el Ecuador, presidida por el Dr. Rodrigo Crespo Toral, que laboró durante 2 años, 6 meses en el diseño del plan nacional de discapacidades y la ley de discapacidades, que fuera expedida en agosto de 1992.

En este último período las acciones han estado encuadradas en la elaboración y actualización del marco normativo, la expedición de políticas, coordinación de actividades, mejoramiento de la calidad de la atención y en la paulatina incorporación del tema de las discapacidades en todos los ámbitos.

Las acciones más representativas en busca de ayuda e inclusión de las personas con discapacidad se han llevado a cabo desde el año 2007 hasta la actualidad, junto con la ex vicepresidencia precedida por el licenciado Lenin Moreno, quien creó programas como la misión solidaria Manuela Espejo y Joaquín Gallegos Lara. Además el gobierno nacional ha diseñado políticas que ayudan e incentivan a la inclusión de éstas personas dentro de la sociedad.

1.1.3 Clasificación de los Complejos Turísticos

De acuerdo con la ley de turismo (2002) establece que existen dos subgrupos en los cuales se clasifican los complejos turísticos en Ecuador:

- Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

LEY DE TURISMO

Para el presente proyecto se ha considerado de la ley de turismo (2002) los siguientes artículos:

Artículo 31, sección 7 de la ley de turismo en cuanto a complejos vacacionales los define como todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuyas instalaciones y servicios permitan que los clientes disfruten en contacto con la naturaleza, mediante hospedaje con pensión completa y sea un lugar ideal para practicar deporte de manera colectiva a precios especiales.

De acuerdo al artículo 32 de la ley de turismo los complejos vacacionales deberán prestar como mínimo los siguientes servicios:

A) De hospedaje y complementarios:

- Servicio de recepción.
- Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
- Servicio de comedor.
- Servicio telefónico.
- Servicio de lavandería y planchado.
- Servicio de asistencia médica.
- Servicio de vigilancia durante el día y la noche de todo el recinto del establecimiento.

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

El servicio de vigilancia estará encomendado a personal especializado en número suficiente, personal al que corresponderá custodiar todo el recinto del establecimiento, especialmente durante la noche, cuidando que no se introduzcan personas extrañas y que los huéspedes cumplan las prescripciones del reglamento al que se refiere el artículo 34 de la ley de turismo (2002).(p.10)

Por otra parte el artículo 33 manifiesta que las tarifas en los complejos vacacionales se cobrarán por persona como remuneración por el hospedaje diario, tarifa en la que estará comprendida, además del alojamiento, la pensión alimenticia, el uso de todas las instalaciones y servicios del establecimiento; en el caso que el complejo oferte servicios extras a los especificados mediante la ley, se deberá fijar una tarifa de acuerdo a los costos y margen de utilidad que implique brindar dicho servicio.

De igual manera el artículo 34 de la ley de turismo en cuanto a la rama anterior mencionada, indica que el reglamento interno del complejo deberá ser expuesto en un lugar destacado de la recepción, especificando las disposiciones, condiciones, funcionamiento, horarios de los diferentes servicios, deberes y derechos que deberán sujetarse los usuarios.

Además según la sección 8 del artículo 35, aplicado en la ley de campamentos turísticos, define este tipo de establecimiento como aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados, que facilitan la vida al aire libre. Este artículo de la ley de turismo (2002), se ha tomado como referencia, ya que existe un área destinada para su efecto.

Es por ello que mediante, el artículo 38 dictamina en cuanto al campamento de una estrella deberán contar con las siguientes condiciones mínimas:

- a) De recepción;
- b) De asistencia médica con cargo al cliente, debiendo existir un botiquín de primeros auxilios;
- c) Telefónico con algún aparato con cabina aislada;
- d) De vigilancia diurna y nocturna;
- e) De recolección de basura, dos veces al día;
- f) De custodia de valores en caja fuerte;
- g) De recepción y entrega diaria de correspondencia en la recepción; y,
- h) Contar, entre su personal, al menos con un recepcionista capacitado, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento y personal de mantenimiento y limpieza. Todo el personal deberá llevar el correspondiente distintivo.(p. 9).

1.1.4 Marketing Turístico

Según Kotler (2011) el marketing turístico hace referencia a la técnica imprescindible que permite difundir quienes somos como posible destino turístico, qué se desea transmitir al consumidor, a través de la coherencia entre ventas e imágenes, logrando llegar a los ojos y sensaciones del interesado.(p. 7)

Kotler (2011) señala tres niveles del producto:

El genérico, el esperado y el mejorado. El producto genérico sería aquel destinado a satisfacer la necesidad más básica del cliente. Producto esperado representa el conjunto de atributos que el consumidor espera recibir en relación con las expectativas necesidades que éste tiene sobre el mismo. En relación con el producto mejorado, podemos decir que incluiría toda una serie de beneficios sobre el producto genérico y el producto esperado con el objetivo fundamental de diferenciarse de la competencia

En consecuencia Kotler (2011) determina que las características del producto turístico son:

1. **Inseparabilidad.-** Se puede identificar en servicios que con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables

2. **La Heterogeneidad.-** Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuándo y dónde, debido al factor humano, el cual participa en la producción y entrega.

3. **Carácter Perecedero.-** Se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario.

4. **Intangibilidad.-** Se deduce del hecho de que las características de las componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos y las expectativas con el uso y los resultados que esperan obtener.

5. **Tangibilidad.-** Se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

De manera que Kotler (2011) menciona que se debe considerar las 7 P's del marketing, las cuales se enfocan:

1. **PRODUCTO:** El cual se lo define como cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad.

2. **PRECIO:** Es el valor de intercambio del producto bien o servicio determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. Se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costos.

3. **PLAZA:** Es considerado un elemento de la mezcla que se utiliza para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente.

4. **PROMOCIÓN:** La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

Por consiguiente Kotler (2011), afirma que la comunicación no es sólo publicidad, los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son:

5. **EVIDENCIA FÍSICA:** Como lo menciona Lovelock (2008), es el punto final del sistema de presentación de servicios que se incluye en el elemento de lugar y tiempo de las 7 P's. En los servicios de alto contacto este elemento tiene un papel fundamental en la creación de la experiencia del servicio y el incremento o disminución de la satisfacción del cliente

6. PROCESOS: De acuerdo con Kotler (2011)(p.301), el proceso consiste en analizar las oportunidades de mercadotecnia, investigar y seleccionar los mercados meta, diseñar las estrategias de mercado, planear los programas de marketing, así como organizar, instrumentar y controlar esfuerzos a través del diseño de políticas que cumplan a cabalidad los pasos necesarios para la atención al cliente, venta y post-venta.

7. PERSONAL: Según Lovelock (2008) (p.34) entre los empleos más demandantes en los negocios se encuentran los puestos de contacto directo con los clientes. Este es el vínculo entre el interior y exterior de la organización, y se espera que sean rápidos y eficientes al desempeñar tareas operativas, así como corteses y útiles al tratar con los clientes. A menos que los gerentes de operaciones y de marketing se pongan de acuerdo sobre la forma de equilibrar estos dos conjuntos de activos, los empleados pueden verse innecesariamente presionados por demandas conflictivas.

1. **La Publicidad.-** Consiste en divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.

2. **Las Relaciones Públicas.-** Técnicas de negociación, marketing y publicidad para complementar y reforzar su desempeño en el marco de un entorno social particular enfocado a un plan o proyecto planteado.

3. **La Venta Personal.-** La venta personal es la más poderosa forma de comunicación persuasiva, y representa el último eslabón del ciclo de convencimiento del cliente

4. **La Promoción de Ventas.-** Los incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio.

5. El Marketing Directo.- Tiene como propósito adquirir un nivel de respuesta lo más alto posible frente al consumidor, de igual manera emplea frecuentemente para la promoción de la imagen empresarial.

1.2 MARCO CONCEPTUAL

De acuerdo con Santillán(1962) es un intento por caracterizar todos aquellos elementos que intervienen en el proceso de la investigación, a través de la revisión de publicaciones de varios autores y teorías se busca poder encontrar aquellas definiciones, conceptos y líneas para enmarcar la investigación e interpretar los resultados y las conclusiones que se alcanzan. Por consiguiente se detalla el presente listado de términos (p.8).

✚ **Competencia.-** Como lo señala el Congreso Estatal Popular de Educación y Cultura (2013), es un sistema de conocimientos conceptuales y procedurales, organizados en esquemas operatorios, que permiten la identificación de una situación.

✚ **Consumidor.-** Alonso(1999), afirma que es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios.

✚ **Demanda.-** Por otra parte (Alonso, 1999), también define como la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor.

✚ **Diseño.-** Lo define Sanguinetti (2011) como el proceso previo de configuración mental, "pre-figuración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Utilizado habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas.

✚ **Estudio Financiero.-** Tal y como lo menciona René González (2004) permiten proyectar a la empresa conociendo sus antecedentes, sus estados financieros, su capacidad de generar fondos, y en base a estas variables, proyectarla en el futuro. Es importante destacar que esta parte de simular, proyectar, es manejar un escenario optimista de la empresa.(p.12)

✚ **Estudio Legal.-** De acuerdo con el criterio de José Antonio Yeng (2007), es aquel que se basa en las respectivas normas y regulaciones que se rigen de acuerdo a la constitución de organizaciones de índole social amparadas en el Código Civil Ecuatoriano.(p.22).

✚ **Estudio de Mercado.-** Águeda (1996) afirma que consiste en la búsqueda sistemática de información de oferta, demanda, proveedores y consumidores sirviendo como base de apoyo para la toma de decisiones.(p.28)

✚ **Estudio Operativo.-** Rivera (2004) aclara que es usado para encontrar la forma de lograr la producción de un bien o servicio de calidad, mediante el análisis y la evaluación de las materias primas, así como los insumos auxiliares y servicios que se requieran en la elaboración de un bien o servicio.(p.32)

✚ **Evaluación Financiera.-** Como lo dice González(2004), es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo.(p.38).

✚ **Normas de Accesibilidad al Medio Físico.-** Ésta norma según la facultad de artes de la Universidad Nacional de Colombia (2000), establece las características que deben tener las señales a ser utilizadas en todos los espacios públicos y privados para indicar la condición de accesibilidad a las personas con discapacidad, así como también indicar aquellos lugares donde se proporciona orientación asistencia e información, como por ejemplo: bares, hoteles, restaurantes, etc.(p.42).

✚ **Oferta.-** Alonso(1999), lo define como la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen a los consumidores, tomando en cuenta los diversos precios y condiciones en un determinado momento dentro de un mercado.(p.46)

✚ **Ordenanzas Municipales.-** El Registro Oficial (2007), establece que son un tipo de norma jurídica que se incluye dentro de los reglamentos, y que se caracteriza por estar subordinada a la ley. (p.49).

✚ **Plan de Negocios.** –Según González (2004) es un documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. (p.54).

1.3 MARCO REFERENCIAL

A continuación se detallará los proveedores turísticos que han considerado en sus establecimientos para el mercado del Turismo con Discapacidad, los cuales se mencionará a continuación.

1.3.1 Hostal Familiar las Granadillas

Las Granadillas, está direccionada al Turismo de fácil acceso para personas con discapacidad, su localización se encuentra en la ciudad de Baños de Agua Santa.

1.3.2 Fundación A-mén

Es una entidad no gubernamental localizada en la parroquia de Tumbaco que tiene como objetivo brindar rehabilitación a personas con discapacidad, sean niños o adultos mediante la hipo terapia, con el fin de mejorar los niveles de motricidad, contribuyendo a alcanzar una rehabilitación integral, mediante el

apoyo de padres de familia, instituciones públicas y privadas, profesionales del medio y el público en general.

1.3.3 Ecuador For All

Ecuador para todos es una agencia de viajes tour – operador ubicada en la ciudad de Quito, ha estado involucrada en la industria del turismo por más de 5 años y se encuentra direccionada a personas con discapacidad, trabajan en estrecha colaboración con la Fundación A-mén.

1.3.4 Hostería Mandála

Se encuentra localizada en Puerto López, provincia de Manabí cuenta con habitaciones con accesibilidad, al igual que una rampa hecha a base de madera que conecta a la hostería directamente con la playa, lo que la convierte en el primer establecimiento con accesibilidad de la zona.

1.4 DIAGNÓSTICO DEL PROYECTO

Es el proceso por medio del cual se puede determinar y evaluar las necesidades y oportunidades que posee el proyecto, empresa u organización para llevarse a cabo.

1.4.1 Macroambiente

Se refiere a las variables externas que afectan el normal desarrollo del proyecto.

1.4.1.1 Entorno Político.

Como lo aclara el Servicio de Rentas Internas,(2010) las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas, productivas, y que se dediquen a cualquiera de las siguientes actividades, gozarán de una exoneración del Impuesto a la Renta durante cinco años contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la inversión.

- 1.- Producción de alimentos frescos, congelados e industrializados;
- 2.- Cadena forestal, agroforestal y sus productos elaborados
- 3.- Metalmecánica
- 4.- Petroquímica
- 5.- Farmacéutica
- 6.- Turismo
- 7.- Energías renovables incluida la bioenergía o energía a partir de biomasa
- 8.- Servicios logísticas de Comercio Exterior
- 9.- Biotecnología y software aplicados.

Por consiguiente la ley también detalla que las personas naturales, sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los impuestos arancelarios, excepto el Impuesto al Valor Agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos por diez años y maquinaria necesaria para la operación del negocio.

Por otra parte el art.47 de la legislación sobre discapacidades (2013) indica que, cualquier empresa o empleador público o privado que tenga más de 25 trabajadores está obligado a contratar un mínimo de un 4% de personas con discapacidad, en labores permanentes que consideren apropiadas en relación de

sus conocimientos, condiciones físicas y aptitudes individuales. Al igual que cualquier individuo, la legislación establece que las personas con discapacidad posean los mismos derechos y obligaciones; por esta razón el actual gobierno ha fomentado el cumplimiento de estos derechos buscando la inclusión e igualdad, entre los que se destacan un mejor acceso a la salud y a la obtención de becas educativas que les permita prepararse y ser excelentes profesionales.

El Ministerio de Inclusión Económica y Social (2013), ayuda a las personas con discapacidad, para que puedan crecer económicamente, y de esta manera involucrarse en la vida diaria. Consecuencia de esto se ha lanzado planes a su favor como créditos especiales que ayudan a que puedan acceder a planes de vivienda.

De igual manera el Ministerio de Relaciones Laborales (2013), fomenta el cumplimiento de obligaciones laborales contenidas en el Código del Trabajo, como la inclusión de personas con discapacidad en empresas públicas y privadas, en Coordinación con la Unidad de Discapacidades, a fin de garantizar los derechos de los trabajadores con alguna clase de discapacidad, procurando su inserción laboral en las empresa según el porcentaje que determina la ley.

Al mismo tiempo en la constitución se desarrolló el Plan Nacional del “Buen Vivir” la cual establece la inclusión laboral de las personas con discapacidad para que realicen trabajos permanentes que se consideren apropiados en relación con sus conocimientos, condiciones físicas y aptitudes individuales, en consecuencia las personas con discapacidad gozarán de estabilidad especial en el trabajo, lo que torna cada día más relevante los beneficios económicos que podrían destinar a la realización de actividades turísticas, culturales y de recreación.

1.4.1.2 Entorno Económico.

De acuerdo con el criterio del centro de estudios y análisis de la cámara de comercio de Quito (2012) (p.47), el entorno económico influye en la toma de decisiones sobre la viabilidad de un plan de negocios. A continuación se detallará los siguientes:

Cuadro.-1.1 Producto Interno Bruto por Clase de Actividad Económica.

Años 2011 y 2012

PIB POR ACTIVIDAD COMERCIAL	Años 2011	Años 2012	CRECIMIENTO EN PORCENTAJE
SERVICIOS	9371499	9949201	6,16
HOTELES Y RESTAURANTES	1,159,780	1,263,928	8,98

Fuente y fecha: (Banco Central del Ecuador, 2013)

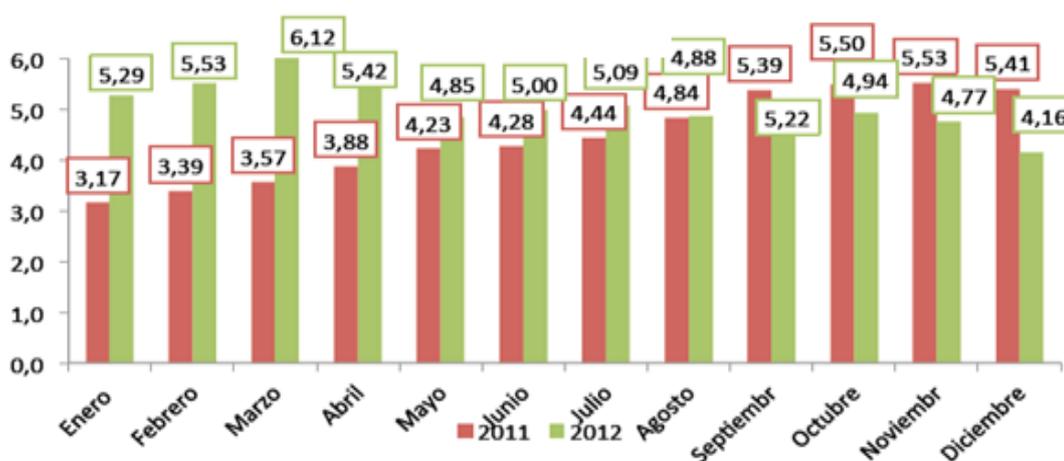
Elaborado por: (Revista Poderes, 2013)

Los resultados del cuadro N°.1.1 del Banco Central del Ecuador (2013), determinan que el producto interno bruto de hoteles y restaurantes en los últimos años ha ido en crecimiento hasta llegar a 1'263.928 dólares en el año 2012, con lo que se refleja un incremento del 8.98% en los ingresos por motivo de diversos sectores y en especial por turismo.

Inflación

El Banco Central del Ecuador (2013), explica que la inflación es un incremento generalizado por la variación de precios de los bienes y servicios en relación con la moneda que maneja un país.

Gráfico N°.- 1. 1 Inflación anual 2011 vs 2012



Fuente y fecha: (El centro de estudios y análisis Camara de Comercio de Quito, 2012)

Elaborado por: El centro de estudios y análisis Camara de Comercio de Quito

En el gráfico No.-1.1 se observa que entre los años 2011 y 2012 existe una ligera disminución el índice de precios que ha bajado en los últimos meses del año 2012, ya que el gobierno ha implementado políticas reguladoras y también la defensoría del consumidor con normas que sistematizan las actividades comerciales, turísticas e industriales.

Sueldo Básico

Para este año se ha fijado la cantidad de \$318 como sueldo básico. Este valor debe ser tomado en cuenta como referencia al momento de realizar un análisis del talento humano y perfil de puestos, con los cuales se determinara el número de trabajadores y los costos que representarán para la empresa, incluido los impuestos de ley y afiliación al IESS.

1.4.1.3 Entorno Cultural

Según el Ministerio de Cultura (2010), cultura es un conjunto de costumbres, valores y actitudes de los habitantes de un determinado lugar o país y estos definen su comportamiento. (p. 14).

De igual manera el Ministerio de Turismo (MINTUR)(Ministerio de Turismo, 2013), realizó un breve análisis sobre la cultura de viaje que contribuye al desarrollo turístico, a través de las costumbres vacacionales de la gente, por medio de la investigación basada en temporadas sobre todo en feriados, en los cuales las playas son el mayor atractivo.(p. 21).

Como también menciona el Ministerio de Turismo (2013), la publicidad que ha realizado el gobierno sobre atractivos, ha logrado que los turistas busquen nuevos lugares para conocer y descansar cada feriado, en consecuencia se han obtenido cifras que superan los 55 millones de dólares en el año 2012.

Por último otro factor importante a considerar respecto a las fiestas populares, es la identidad nacional para lo cual se detalla las fiestas más representativas a través de la siguiente tabla.

Tabla No.- 1.1 Calendario de fiestas populares más importantes del Ecuador

Nombre de la Celebración	Mes	Lugar
Fundación Española de San Francisco de Quito	6 de diciembre	Quito
Mama Negra	Septiembre y noviembre	Latacunga
Corpus Cristi	Junio	Cuenca / Pujilí
Fiesta de la Flores y las Frutas	Febrero	Ambato
Taita Carnaval	Carnaval fecha móvil	Guaranda
Fiesta de la Virgen del Cisne	Mediados de agosto hasta la primera semana de septiembre	Loja
Romería a la Virgen del Quinche	Noviembre	El quinche
Virgen de las Mercedes	Septiembre	Quito
Fiestas del Maíz	Junio	Sangolquí
Fiesta del Yamor	Septiembre	Otavalo

Fuente y fecha: (Ministerio de Turismo, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes.

1.4.1.4 Entorno Tecnológico

Según el Consejo Nacional de Discapacidades CONADIS (2011), una de las tecnologías que se utilizan en algunas bibliotecas es el software Job Access With speech (Jaws), el cual lee todo el texto que aparezca en el monitor, permitiendo a las personas con discapacidad visual poder trabajar en un computador. Además dentro de las instalaciones hospitalarias existen centros de terapia física, que paulatinamente han sido renovados estos últimos años.

También existen nuevas tecnologías que pueden ser adquiridas por personas con discapacidad en el extranjero, gracias a la exoneración total de pago de impuestos, que a continuación se detallan:

- El centro de referencia estatal de autonomía personal y ayudas técnicas CEAPAT(2012), es un instituto con sede en Madrid el cual se dedica al desarrollo de nuevas tecnologías para apoyo a personas con discapacidad, además tiene como misión contribuir a hacer efectivos los derechos de las personas con discapacidad, a través de la accesibilidad integral.
- La empresa Guido Simplex (2013), con sede en Roma-Italia, se dedica a la producción de instrumentos y adaptaciones para vehículos, ellos poseen su representante en el Ecuador quien es Auto Adaptaciones Edu.

1.4.1.5 Entorno social

Como lo aclara la Vicepresidencia de la República del Ecuador (2013), se han creado programas en apoyo a las personas con discapacidad en busca de su inclusión en la sociedad, con excelentes resultados entre los que se puede nombrar (p. 68).

- Misión solidaria Manuela Espejo, fue creada en el año 2009 con la ayuda de la república de cuba, cuyo objetivo es promover y fortalecer la protección de los derechos de las personas con discapacidad, ya han cumplido la fase de diagnóstico en la investigación médico-científica de las causas de las discapacidades. El modo de trabajo es brindar ayuda técnica como sillas de ruedas, colchones, atención médica, etc. A facilitar una mejor calidad de vida a este grupo de ciudadanos.

- Misión Joaquín Gallegos Lara, surgió durante el desarrollo de la misión Manuela Espejo quienes observaron casos críticos de personas con discapacidad intelectual, física severa o con multi-discapacidades, que viven en un entorno de extrema pobreza, siendo, en muchas ocasiones, abandonados por sus familiares en largas jornadas, y por consecuencia obligados a trabajar en las calles o el campo. Esta misión otorga una ayuda económica de 240 dólares a un familiar o representante para que se haga responsable del cuidado de una persona con este padecimiento.
- Ecuador sin barreras, es otro programa que mantiene como filosofía propiciar la inclusión de personas con discapacidad a la sociedad y garantizar el cumplimiento de sus derechos, de esta manera la sociedad ecuatoriana se sensibiliza de la realidad de esta población, que ha permanecido invisible por la inoperancia de los distintos gobiernos de turno, buscando romper con la desigualdad social.

Por otro lado la Organización Mundial de la Salud (2013) afirma que aproximadamente el 15% de la población mundial, padece algún tipo de discapacidad y poseen las mismas necesidades de salud que los demás. Pero adicional estas personas necesitan más atención sanitaria, por lo que esta organización ha destinado recursos para todos los países con el fin de cubrir estas necesidades.

La conclusión de la labor que están realizando la OMS, se resume en atención prioritaria como un sector vulnerable de la sociedad quienes poseen los mismos derechos y oportunidades que cualquier otra persona buscando como fin la inclusión dentro de las sociedades.(p. 71).

1.4.2 Microambiente

Constituyen todas las variables internas de una empresa u organización, entre éstas se encuentran los proveedores, intermediarios, clientes, etc.

1.4.2.1 Competencia

Olamendi (2012), define a la competencia como la rivalidad entre empresas o productos que aspiran conseguir el máximo de clientes, dividiendo a la competencia en leal y desleal. Es por ello que la competencia leal, es aquella que permite a los consumidores acceder a precios más favorables mediante productos de mayor calidad, mientras que la desleal se caracteriza por la acción de competencia contraria a las normas y buenos usos mercantiles y del mercado.

Al no existir una competencia directa se ha considerado los siguientes centros turísticos: Hostal Familiar las Granadillas, Fundación Amén, Ecuador For All, y Hostería Mandála, quienes se caracterizan por contar con accesibilidad universal, y se detallarán a profundidad en la investigación de mercado.

1.4.2.2 Clientes

Olamendi (2012) informa que la palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la “persona que depende de”. Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer. el clientes el protagonista de la acción comercial. Dar una buena respuesta a sus demandas y resolver cualquier tipo de sugerencia es algo prioritario del servicio. (p. 47).

Por tal motivo se ha analizado el tipo de cliente al cual el plan desea enfocarse, como lo son las personas con discapacidad física de movilidad. Por esta razón se basó en las estadísticas correspondientes a la tasa de ocupación hotelera y del CONADIS. A continuación se detallan las más importantes:

TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA (TOH)

De acuerdo con los estudios realizados por Quito Turismo, en el año 2012. La tasa de ocupación hotelera consiste, en el cociente entre el número de pernoctaciones producidas en un período de referencia y el número total de plazas disponibles por día en ese mismo período.

Tabla N°.- 1.2 Ficha Hotelera de Diciembre 2012 a Febrero 2013

TOH				
	dic-12	ene-13	feb-13	ene-feb 13
TOTAL	50.3	55.1	55.9	54.4
LUJO	61.1	68.9	72.4	70.6
PRIMERA	51.1	54.2	58.8	56.4
SEGUNDA	40.9	39.5	40.2	39.8

LLEGADAS DE PERSONAS POR (MILES)				
	dic-12	ene-13	feb-13	ene-feb 13
TOTAL	65.6	60.5	67.4	127.9
LUJO	21.5	19.5	24	43.6
PRIMERA	20.8	20.1	23.3	43.4
SEGUNDA	23.3	20.9	20.1	40.9

TARIFA PROMEDIO EN DÓLARES				
	dic-12	ene-13	feb-13	ene-feb 13
TOTAL	63.4	64.6	67.7	65.2
LUJO	106.2	101.5	109.7	105.8
PRIMERA	54.5	56	55	55.2
SEGUNDA	21.8	23.2	22.9	22.6

PERNOCTACIONES DE PERSONAS POR (MILES)				
	dic-12	ene-13	feb-13	ene-feb 13
TOTAL	98.2	96	99.5	188.9
LUJO	35.1	33.6	37.1	73.3
PRIMERA	31.3	33	34.3	56.4
SEGUNDA	31.8	29.5	28.2	59.1

HABITACIONES OCUPADAS POR PERSONAS POR (MILES)				
	dic-12	ene-13	feb-13	ene-feb 13
TOTAL	81.2	85.7	84.4	170.1
LUJO	29.7	55.6	55	66.6
PRIMERA	26.6	28.2	28.6	56.8
SEGUNDA	24.9	24	22.8	46.8

COEFICIENTE DE DOBLE OCUPACIÓN HOTELERA				
	dic-12	ene-13	feb-13	ene-feb 13
TOTAL	1.21	1.12	1.18	0.11
LUJO	1.18	1	1.12	1.1
PRIMERA	1.18	1.17	1.2	0.99
SEGUNDA	1.28	1.28	1.23	1.26

Fuente y fecha: (Cámara de Turismo de Quito, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/Patricio Reyes

De la comparación entre los tres últimos meses, diciembre del 2012, enero y febrero del 2013, el de mejor desempeño es febrero. Además, entre estos la tasa de ocupación hotelera ha crecido en Quito, debido a la llegada de visitantes nacionales y extranjeros. Se calcula que para los próximos meses se mantenga o incremente el promedio de ingresos por pernoctación ya que con las se espera una mayor demanda de turistas para los meses de julio y agosto.

Tabla N°.- 1.3 Tarifa Promedio por Estancia Hotelera

Discapacidad	Número de	%
---------------------	------------------	----------

MES	TOH	TARIFA	ESTANCIA MEDIA
dic-12	57	59	1.48
ene-13	53	62	1.49
feb-13	56	59	1.48

Fuente y fecha: (Cámara de Turismo de Quito, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

En febrero del 2013, por razones de mercado y mejora la ocupación hotelera, se mantiene la política comercial de revisión de precios que persiste en la estancia media.

La comparación de los tres meses refleja que existe un equilibrio tomando en cuenta que diciembre es un mes de temporada alta, pero que ha mantenido su pernoctación. Se espera que este promedio se mantenga para los próximos meses del 2013.

CUADRO N°.- 1.2 Número de personas con discapacidad carnetizadas

Año 2011

	personas	
Auditiva	6956	15%
Física	21110	46%
Intelectual	10035	22%
Lenguaje	692	2%
Psicológico	1859	4%
Visual	5103	11%
Total	45756	100%

Fuente y fecha: (Consejo Nacional de Discapacidades CONADIS, 2011)

Elaborado por: Johanna Figueroa/Patricio Reyes

Dado que el Consejo Nacional De Discapacidades no posee datos más actuales de personas con discapacidad, se ha tomado en cuenta el año 2011. Conforme al cuadro no.-1. 2 lo conforman 45.756 personas carnetizadas se encuentran realizando alguna actividad laboral, la mayor parte trabajando por su propia cuenta, se estima que para este año este número haya crecido en un 10% mínimo ya que el gobierno nacional ha establecido políticas de inclusión.

1.4.2.3 Sustitutos

De acuerdo al análisis, existen 17 organizaciones sin fines de lucro que prestan servicio a personas con discapacidad las mismas que se detallan a continuación:

Tabla N°.- 1.4 Federaciones Nacionales de y para la Discapacidad en el Ecuador.

<p>FENEDIF</p> <p><i>Federación Nacional de Ecuatorianos con discapacidad física, la cual impulsó la creación del proyecto de subsidio de incapacidad laboral (sil) considerado como el monto de dinero que reemplaza la remuneración o renta del trabajador mientras éste se encuentra con licencia médica autorizada.</i></p>	
<p>FEPAPDEN</p> <p>La Federación Ecuatoriana pro atención a la persona con discapacidad intelectual, parálisis cerebral, autismo y síndrome de Down.</p>	
<p>FENCE</p> <p>Federación Nacional de ciegos del Ecuador, el objetivo con que fue creada es contribuir al progreso y desarrollo, económico, social, profesional de sus federados.</p>	
<p>FENASEC</p> <p>Organización enfocada a las personas con discapacidad auditiva. Enfoca su plan de trabajo en los siguientes principios: promoción de derechos, vida independiente, igualdad de oportunidades e integración y participación de los</p>	

<p>miembros de las organizaciones filiales.</p>	
<p>FENEDIF</p> <p>Federaciones Nacionales de y para la Discapacidad del Ecuador.</p>	
<p>SIREDIS</p> <p>Sistema Red de Discapacidades la cual está encargada de coordinar, asesorar y articular acciones entre organizaciones e instituciones internas y externas que trabajan con y para las personas con discapacidad, posibilitando su inclusión en todos los ámbitos de la sociedad mediante la construcción de una cultura de derechos para la prevención y manejo de las discapacidades</p>	

Fuente y fecha: (Consejo Nacional de Discapacidades CONADIS, 2012)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla No.- 1.5 Otras instituciones que ofertan servicio de rehabilitación:

<p>IESS</p> <p>Instituto ecuatoriano de seguridad social</p>	
---	---

<p>ISSFA</p> <p>Instituto de seguridad social de las Fuerzas Armadas</p>	
<p>ISSPOL</p> <p>instituto de seguridad social policial</p>	

Fuente y fecha: (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas, Instituto de Seguridad Social de la Policia Nacional)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla N°.- 1.6 Listado de fundaciones dirigidas a personas con algún tipo de discapacidad en Ecuador.

<p>FUNDACIÓN FASCINARM</p> <p>Contribuye con el mejoramiento de la calidad de vida de personas en circunstancias especialmente difíciles, y principalmente de aquellas con discapacidad intelectual y sus familias</p>	
<p>FUNDACIÓN AMOR- ENERGÍA</p> <p>Promover la salud, integración social, igualdad de oportunidades y la rehabilitación de niños, jóvenes y adultos con discapacidad mediante terapias convencionales y alternativas que restablecen la armonía del ser humano con el medio ambiente.</p>	

<p>FUNDACIÓN SERLI</p> <p>La Sociedad Ecuatoriana pro rehabilitación de los lisiados - S.E.R.L.I., es una institución pionera en la rehabilitación física, autónoma, sin fines de lucro; creada con el objetivo de servir a las comunidades en general, y en especial a la discapacidad.</p>	
<p>FUNDACIÓN VIRGEN DE LA MERCED</p> <p>Este organismo se estableció para asistir a personas con capacidades diferentes y enfermedades crónicas.</p>	
<p>FUNDACIÓN EL TRIÁNGULO</p> <p>Ser una institución auto sustentable, que cubra el ciclo de vida para niños, jóvenes y adultos con síndrome de Downy retardo mental, para alcanzar su independencia y valorar su capacidad adaptativa a través de la felicidad.</p>	
<p>FUNDACIÓN REINA DE QUITO</p> <p>Trabaja de manera mancomunada con el centro infantil aprendiendo a vivir enfocado a niños con síndrome de Down desde su</p>	

<p>nacimiento para contribuir a su adecuada integración social, en igualdad de oportunidades.</p>	
<p>FUNDACIÓN CON CRISTO</p> <p>Contribuir al desarrollo integral y evolutivo de los niños con parálisis cerebral</p>	

Fuente y fecha:(Fundación Fasinar,Fundación Am-en;Serli;Fundación Virgen de la Merced;Fundación el Triángulo;Fundación Reina de Quito;Fundación con Cristo,2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/Patricio Reyes.

1.4.2.4 Proveedores.

Según la matriz de Porter (1997), se puede ejercer poder de negociación sobre los que participan en un sector industrial amenazando con elevar los precios o reducir la calidad de los productos o servicios. Los proveedores poderosos pueden así exprimir los beneficios de un sector industrial incapaz de repercutir los aumentos de coste con sus propios.(p. 32).

Una empresa u organización al ser nuevas en el mercado se encuentran sujetas al poder de negociación que establezcan los proveedores, hasta conseguir posicionarse como marca en el mercado, al lograr mejorar el volumen de compra de la empresa y su capacidad de negociación con sus provisosres. Es por ello que se toma en consideración a uno de los proveedores de servicio más importante en el desarrollo y funcionamiento que tendrá el complejo turístico mediante profesionales expertos y altamente calificados que se encuentren remunerados de acuerdo a lo establecido en el ministerio de relaciones laborales.

Tabla N°.-1.7 Lista de proveedores para el Complejo Turístico

Proveedores	Datos relevantes
	<p>Fabricantes de piscinas</p> <p>Dirección: calle Nápoles n9-100 y Milán-sierra hermosa-calderón</p> <p>teléfonos: 022021344</p>
	<p>Empresa de adaptación de vehículos para personas con discapacidad.</p> <p>Dirección: Lérica e13-72 y Lugo - sector la floresta. Cel. 083517036</p>
	<p>Distribuidor de calefones para hogares y centros turísticos</p> <p>Dirección: Díaz Ocampo s9-112 y gil Martín teléfonos: (593) 2 2658775 / (593) 2 2617823</p>
	<p>Distribuidor de carnes y embutidos</p> <p>Dirección matriz: los naranjos n44-15 y av. De los granados, teléfono:</p> <p>Servicio al consumidor - 1800 776622</p>

Fuente y fecha:(Fundación Fasinarm,Fundación Am-en;Serli;Fundación Virgen de la Merced;Fundación el Triángulo;Fundación Reina de Quito;Fundación con Cristo,2013)

Elaborado por:Johanna Figueroa/Patricio Reyes

CAPÍTULO II

Estudio de Mercado

2.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Establecer el tipo de cliente al cual se direccionará el Complejo Turístico, a través de un estudio de mercado que permita segmentar el tipo de discapacidad más frecuente en la población de Quito.

2.1.1 Objetivo General

Determinar la necesidad, gustos y preferencias de las personas con discapacidad mediante el análisis general y específico del mercado que permita direccionar el enfoque del proyecto.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar las características del segmento de mercado, para establecer el perfil de los potenciales clientes.
- fundamentar las características del servicio que requieren los potenciales clientes
- Determinar la frecuencia en que se utilizan los servicios que ofertará el complejo turístico.
- Especificar las características que oferta la competencia.

2.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Constituye el proceso cómo se llevará a cabo el estudio apuntando al cumplimiento de los objetivos planteados para la investigación, Malhotra (2004)(p. 58).

2.2.1 Método De Estudio

La metodología que se va emplear para la elaboración de la presente tesis es la siguiente:

Se empleará el método deductivo porque va de lo general a lo particular, ya que como lo menciona Lorenzano(2012)es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones. Es decir que parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales.(p. 45).

2.2.2 Tipo de Estudio

La presente tesis utilizará los siguientes tipos de estudios detallados a continuación:

- Exploratoria que según Malhotra (2004), es aquella que proporciona conocimiento acerca del problema, es decir, se efectúa sobre un tema u objeto desconocido, por lo que sus resultados, constituyen una visión aproximada del objeto en estudio. Esto permitirá conocer más a fondo el mundo en el cual conviven las personas con discapacidad, haciendo un

análisis de las carencias sociales que afectan su normal desenvolvimiento.(p. 49).

- Los resultados de la investigación conclusiva según Malhotra(2004), se utilizan como entrada para la toma de decisiones administrativas. Con esto se conocerá si las teorías planteadas acerca de las personas con discapacidad son ciertas, ya que se tendrá un contacto directo con lo que se obtendrá una mejor visión acerca del perfil de los clientes.(p. 49).

2.2.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

2.2.3.1 Técnicas para Investigación Exploratoria

Para este estudio se utilizaron las siguientes técnicas:

Datos Secundarios

Como lo menciona Malhotra (2004), constituyen un conjunto de datos elaborados por terceras personas con el fin de conocer el problema de investigación.

Por tal motivo los datos secundarios que se analizaron fueron de las siguientes organizaciones: Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS), el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), y la Agencia Nacional de Tránsito (ANT).

2.2.3.2 Técnicas de la Investigación Conclusiva

Datos Primarios

- **Entrevista**

Se utilizó la entrevista para determinar el criterio y comportamientos relacionados con la discapacidad.

Entrevista, al Sr. Alfonso Morales ex concejal de Baños y propietario del Hostal las Granadillas, por otro lado se solicitará cotizaciones de paquetes turísticos a Ecuador For All, para un análisis de servicio, precio y contenido adicional se considerará las entrevistas a las empresas Nery Fas y Ecu Golosinas, como posibles organizaciones que brindarán su apoyo o aval privado al proyecto.

- **Encuesta**

Como lo menciona Romeo (2012), es un estudio en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, con el fin de obtener información para realizar un análisis. Los datos se obtienen a partir de una muestra representativa. Lo que permitirá entre otras cosas ver aspectos como nivel socioeconómico y sector de residencia que ayudará al proyecto. (p. 17).

2.3 TRABAJO DE CAMPO

Para el presente proyecto se elaboraron encuestas las cuales fueron efectuadas en las siguientes casas de salud: Hospital de la Policía Nacional, Hospital de las Fuerzas Armadas, Hospital Carlos Andrade Marín, Fundación (Amén). La encuesta fue dirigida a personas con algún tipo de deficiencia o condición Discapacitante al igual que a personas que poseen a algún familiar con discapacidad, a través de preguntas direccionadas a identificar los gustos, preferencia frecuencia con las cuales las personas con dichas condiciones realizan rehabilitación y su nivel de ingresos. Por tanto el proyecto se considerará incluyente para personas con discapacidad y su medio.

2.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

La herramienta que se utilizó fue Excel; ya que permite tabular y obtener los resultados del estudio en base al siguiente cálculo muestral:

En Quito existe una población de 45.756 personas que aparecen como personas registradas en el CONADIS entre 1996-2011, con discapacidad.

2.4.1 Tipo de Muestreo y Tamaño de la Muestra

El muestreo que se utilizó fue aleatorio simple, que según Malhotra (2004)(p. 79), este tipo de muestreo permite que cada elemento de la población tenga una probabilidad de selección conocida, quiere decir que cada uno es seleccionado independientemente de otros elementos. Este tipo de muestreo permitirá tomar diferentes partes de la población total de la provincia para sacar la muestra, ya

que dentro de este universo existen varios tipos de discapacidad con lo que se obtendrá datos certeros y para la investigación

Para calcular la muestra, se utilizará el número de personas carnetizadas del (CONADIS) al año 2011. Como se puede observar existen en pichincha un alto índice de discapacidad, lo cual permitirá obtener un mayor enfoque en el direccionamiento del complejo turístico.

Tabla N°.-2.1 Personas carnetizadas CONADIS

Provincia	Auditiva	Física	Intelectual	Lenguaje	Psicológico	Visual	Total
Pichincha	6.956	21.110	10.035	692	1.859	5.103	45.756

Fuente y fecha: (Consejo Nacional de Discapacidades CONADIS, 2011)

Elaborado por: Johana Figueroa/Patricio Reyes.

La fórmula para el cálculo del muestreo es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 p q n}{N e^2 + z^2 p q}$$

Fuente y fecha: Kotler (2011)

Elaborado por: Johana Figueroa/Patricio Reyes.

$n = 45.756$ → universo

$z = 96\% \rightarrow 0.96 \rightarrow$ nivel de confianza

$e = 8\% \rightarrow 0.08 \rightarrow$ margen de error

$p = 50\% \rightarrow 0.5 \rightarrow$ nivel de probabilidad que sea afirmativa la muestra

$q = 50\% \rightarrow 0.5 \rightarrow$ nivel de probabilidad que sea falsa la muestra

$n = ?$ → Tamaño de la muestra

$$q = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 45.756}{45.756 \times 0,08^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{43944.06}{293.80}$$

$q = 149.57 \rightarrow n = 150$

2.5 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.

Se realiza un análisis de datos secundarios, en el que se detalla todas las fuentes de investigación estadística, a continuación se presentan los datos tomados para el análisis:

2.5.1 Datos Estadísticos del CONADIS:

Tabla N°.- 2.2 Personas registradas en el CONADIS en la provincia de Pichincha

Año 2011

Discapacidad	Número de personas	%
Auditiva	6.956	15%
Física	21.110	46%
Intelectual	10.036	22%
Lenguaje	692	2%
Psicológico	1.859	4%
Visual	5.103	11%
Total	45.756	100%

Fuente y fecha:(Consejo nacional de Discapacidades CONADIS, 2011)

Elaborado por :Patricio Reyes/Johanna Figueroa.

Conclusión:

La **tabla N°.- 2.2** muestra que la mayor parte de las personas con discapacidad de pichincha tiene una deficiencia física, con 46% del total de personas registradas en el CONADIS, seguido de capacidad intelectual con el 22%.

La **tabla N°.- 2.3** muestra que 16.113 personas correspondientes al 51%, poseen discapacidad física, siendo la más frecuente en las personas mayores de edad en la provincia de Pichincha.

Tabla N°.- 2.3 Número de personas con discapacidad carnetizadas distribuidas por personas mayores de edad en la provincia de Pichincha.

Año 2011

Discapacidad	Número de personas	%
Auditiva	4.844	15%
Física	16.113	51%
Intelectual	5.470	17%
Lenguaje	383	1%
Psicológico	1.144	4%
Visual	3.855	12%
Total	31.809	100%

Fuente y fecha:(Consejo nacional de Discapacidades CONADIS, 2011)

Elaborado por :Patricio Reyes/Johanna Figueroa.

Mediante los datos que refleja la tabla 2.4 se puede observar que el tipo de discapacidad, en menores de edad más frecuente es la física con el 35%, seguido de la discapacidad intelectual con el 24% y la discapacidad auditiva con el 20%.

Tabla N°.- 2.4 Número de personas con discapacidad carnetizadas distribuidas por personas menores de edad provincia de Pichincha.

Año 2011

Discapacidad	Número de personas	%
Auditiva	2.854	20%
Física	4.826	35%
Intelectual	3.301	24%
Lenguaje	793	6%
Psicológico	880	6%
Visual	1.293	9%
Total	13.947	100%

Fuente y fecha :(Consejo Nacional de Discapacidades CONADIS, 2011)

Elaborado por :Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

La tabla N°.- 2.5, denota que las tres causas más importantes que originaron la discapacidad son: el primero con el 36% los accidentes de tránsito y a la vez es un dato alarmante ya que la mayor parte de discapacidades se originan por esta causa, el segundo grupo con un 22% se encuentran las discapacidades por enfermedad adquirida (enfermedades de generativas) y finalmente con un 15% de origen congénito o genético ocasionado por embarazos de alto riesgo.

Tabla N°.- 2.5 Número de personas con discapacidad carnetizadas distribuidas por causa que originó la discapacidad provincia de Pichincha.

Año 2011

Discapacidad	Número de personas	%
Accidentes de tránsito	16592	36%
Enfermedad adquirida	10099	22%
Accidentes de trabajo	2310	5%
Accidente doméstico	2941	6%
Accidente deportivo	76	0%
Violencia	513	1%
Desastres naturales / guerra	15	0%
Congénito / genético	6961	15%
Problemas de parto	3828	8%
Trastornos nutricionales	37	0%
Otros	2384	5%
Total	45756	100%

Fuente y fecha:(Consejo Nacional de Discapacidades CONADIS, 2011)

Elaborado por :Johanna Figueroa / Patricio Reyes

La tabla 2.6 muestra que el 42% de parte de sus ingresos corresponde a personas con discapacidad que trabajan en el sector privado, es decir pueden destinar a algún tipo de actividad de ocio y esparcimiento. Otro grupo importante con un 41% dentro de la tabla son las personas que se encuentran laborando por su propia cuenta, lo que refleja que poseen sus propios ingresos y pueden usarlos para actividades de recreación, y para finalizar el tercer grupo que ocupa otro porcentaje significativo en el cuadro es el sector público con un 17%, lo cual permite obtener un mayor enfoque con respecto al segmento económico al cual el complejo turístico se direccionará.

Tabla N°.- 2.6 Número de personas con discapacidad carnetizadas y distribuidas por personas que si trabajan provincia de Pichincha.

Año 2011

Discapacidad	Número de personas	%
Por cuenta propia	3.575	41%
Sector privado	3.592	42%
Sector público	1.475	17%
Otros	12	0.10%
Total	8.654	100%

Fuente y fecha:(Consejo Nacional de Discapacidades CONADIS, 2011)

Elaborado por :Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

2.5.2 Análisis de cifras estadísticas poblacionales, heridos y de personas que padecen enfermedades degenerativas.

Se ha considerado la información estadística del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), como se detalla a continuación.

En la tabla N°. 2.7 , se detalla la proyección de la población, realizada por el INEC(2010), hasta el año 2017, en el cual se observa que habrá un crecimiento poblacional promedio del 16% en los rangos de edad de 44 a más de 80 años y que a su vez ocasionará mayores necesidades incluidas las de esparcimiento y recreación.(p. 35).

Tabla N°.2.7 Proyección de la población de la provincia de Pichincha por grupos de edad período 2013-2017

POR EDADES	2013	2014	2015	2016	2017	% crecimiento del periodo 2017 vs. 2013
40 - 44	178,190	183,629	189,296	195,109	200,969	13%
45 - 49	155,841	160,177	164,624	169,248	174,106	12%
50 - 54	134,401	138,829	143,159	147,419	151,640	13%
55 - 59	110,255	114,913	119,572	124,187	128,730	17%
60 - 64	86,390	90,422	94,604	98,914	103,323	20%
65 - 69	65,890	68,981	72,212	75,588	79,126	20%
70 - 74	48,374	50,613	52,984	55,485	58,118	20%
75 - 79	33,612	34,944	36,420	38,039	39,784	18%
80 y más	40,671	41,129	41,819	42,725	43,840	8%
						140%
					promedio	16%

Fuente y fecha: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2011)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

A continuación se presentan las gráficas de heridos traumáticos ocasionados en accidentes de tránsito quienes también forman parte del mercado potencial.

Conforme a la tabla N°.- 2.8. Se observa que el número de heridos en accidentes de tránsito ha decrecido, seguramente debido a las campañas y políticas implementadas por el Gobierno Nacional y la Policía, como por ejemplo corazones azules, conductor elegido y las nuevas leyes de tránsito más estrictas, por lo que se proyecta que para los próximos años 2013 y 2014 exista un número de heridos de 10.369 para el 2013 y 9.062 para el 2014, correspondiente a la disminución del 10% anual que se ha venido presentando en todos estos años.

Tabla N° 2.8 Número de heridos por año por accidentes de tránsito en la provincia de Pichincha.

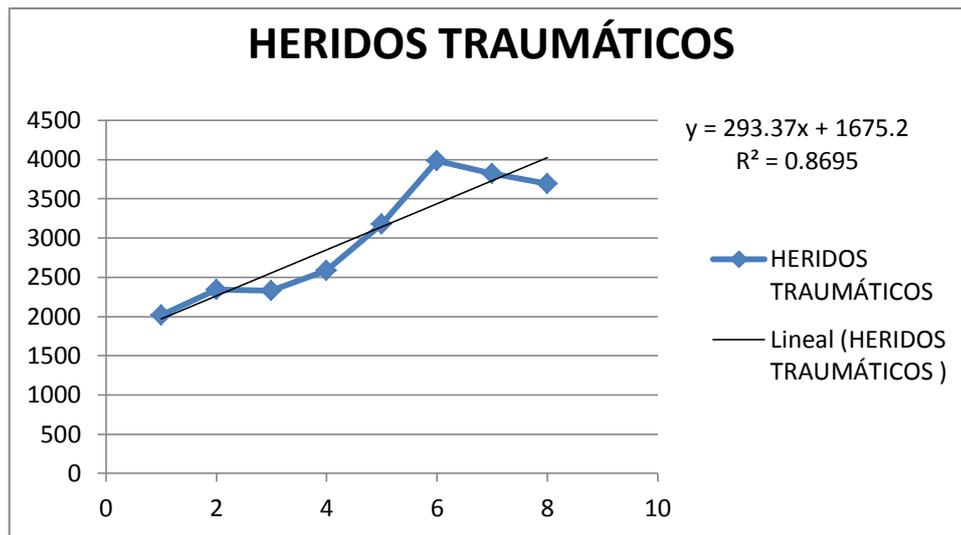
Años	Número de Heridos	Porcentaje	Porcentaje Decrecimiento
2010	14.102	36%	
2011	13.364	34%	-5%
2012	11.487	29%	-14%
Total	38.953	100%	-19%
		Promedio	-10%

2013	10.369	10.369
2014	9.061,5	9.062

Fuente y fecha:(Agencia Nacional de Tránsito, 2010)

Elaborado por:Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico N°.- 2.1 Heridos traumáticos de la provincia de Pichincha



Fuente y fecha:(Agencia Nacional de Tránsito, 2010)

Elaborado por:Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Por otra parte, una pieza clave en el estudio de la demanda son las personas que padecen enfermedades degenerativas, por tal motivo se consideró este grupo de personas para realizar el análisis, por medio de la fórmula de regresión lineal, debido a que las variables analizadas son dependientes la una de la otra y tienen correlación.

De acuerdo con la tabla N°.- 2.9, se puede interpretar que al transcurrir los años, la población se va incrementando y por ende tiende también a incrementarse sus afecciones a la salud, entre ellas las de tipo degenerativo, las cuales de alguna manera representan un porcentaje promedio de crecimiento del 10% anual.

Este tipo de enfermedades causan por lo general depresión, baja autoestima, siendo imprescindible que estos pacientes recurran a terapias o actividades de distracción para complementar sus tratamientos. Es por ello que un complejo turístico incluyente deberá tener como enfoque contribuir a la mejora de pacientes que sufran estas enfermedades.

Para el año 2014 se proyecta que 8.291 personas padecerán de alguna clase de enfermedad degenerativa.

Tabla N°.- 2.9 Población en Pichincha que padecen enfermedades degenerativas

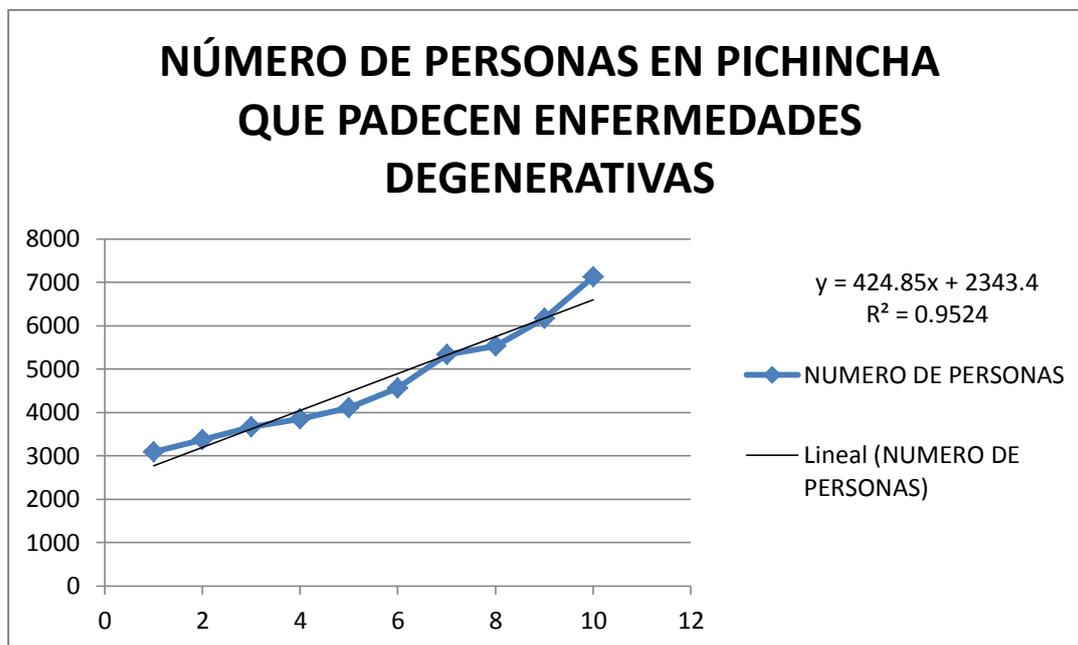
Total de personas en Pichincha que padecen enfermedades degenerativas			
Años	Número de Personas	Porcentaje	Porcentaje de Crecimiento
2001	3.093	7%	
2002	3.365	7%	9%
2003	3.666	8%	9%
2004	3.855	8%	5%
2005	4.105	9%	6%
2006	4.560	10%	11%
2007	5.338	11%	17%
2008	5.532	12%	4%
2009	6.162	13%	11%
2010	7.125	15%	16%
Total	46.801	100%	88%
	Crecimiento promedio		10%

2013	13	7.866,45	7.867
2014	14	8.291,30	8.291

Fuente y fecha: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC , 2011)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico 2.2 Número de personas en la provincia que padecen enfermedades degenerativas



Fuente y fecha: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC , 2011)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

2.5.3 Análisis de Cifras Hoteleras

De acuerdo con los datos reflejados en la tablan.-2.4, muestra la cantidad de Hoteles en Quito, se observa que en primer lugar se encuentran los hoteles de primera con un 55%, seguido de los hoteles de lujo con 25% y finalmente los de segunda con un 18%.

Tabla N°.- 2.10 Registro de hoteles localizados en el Distrito Metropolitano de Quito

Clasificación de Hoteles en Quito		
Categoría	Cantidad	Porcentaje
Lujo	11	25%
Primera	24	55%
Segunda	8	18%
Tercera	1	2%
Gran total	44	100%

Fuente y fecha: (Ministerio de Turismo, 2011)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

La tabla N°.-2.11, referente a la clasificación de hosterías en Quito indica que los establecimientos de primera tienen mayor participación equivalente al 55%, por lo cual se puede establecer que se encuentran direccionadas hacia un segmento de mercado de clase media y alta; mientras que el 18% es la proporción correspondiente a las hosterías de segunda, que se encuentran generalmente enfocadas a una clase baja, denominada de Back-Packers o mochileros.

Por otra parte el número de hosterías que se han tomado en cuenta para el análisis son las que se encuentran registradas de manera legal en la Cámara de Turismo de Pichincha.

Tabla N°.-2.11 Registro de hosterías localizadas en el Distrito Metropolitano de Quito

Hosterías		
Primera	17	94%
Segunda	1	6%
Total	18	100%

Fuente y fecha: (Ministerio de Turismo, 2011)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Seguido se efectuará el análisis, proyección e interpretación de datos correspondiente a la pernoctación en Quito.

De acuerdo con el análisis de la tabla N°.-2.12, existe una tasa de crecimiento promedio del 6% anual; debido a la fluctuación de datos, se espera que para los próximos años 2014 y 2015 la cifra se mantenga o tenga un crecimiento similar al último período.

Tabla N°.- 2.12 Porcentaje de pernoctación en Quito.

<i>Años</i>	<i>Pernoctaciones Totales no Residentes</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje de Crecimiento</i>
2006	151.284	12%	
2007	163.435	13%	8%
2008	190.688	15%	17%
2009	169.648	13%	-11%
2010	188.157	15%	11%
2011	185.791	15%	-1%
2012	209.391	17%	13%
Total	1 258.394	100%	

Fuente y fecha: (Ministerio de Turismo, 2011)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Porcentaje promedio de crecimiento = $36\% / 6 \text{ datos} = 6$

Porcentaje promedio de crecimiento 6%

Por otra parte se presenta el porcentaje de ingresos hoteleros, correspondiente a los establecimientos de primera categoría.

De acuerdo con la tabla N°.-2.13, el porcentaje de crecimiento promedio anual de pernoctación es del 30%, es por ello que mediante la proyección aplicada para el año 2014 refleja un incremento de 25.493 personas, por tanto se logra interpretar que mientras Quito crezca, su número de visitantes nacionales e internacionales también subirá.

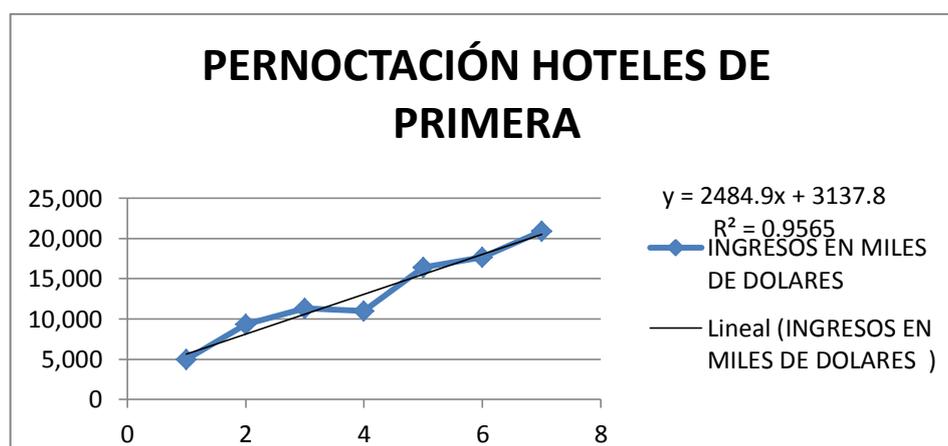
Tabla N°2.13 Pernoctación Hoteles de primera categoría.

<i>Años</i>	<i>Pernoctación</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje de Crecimiento</i>
2006	4.959	5%	
2007	9.337	10%	88%
2008	1.298	12%	21%
2009	10.982	12%	-3%
2010	16.415	18%	49%
2011	17.649	19%	8%
2012	20.904	23%	18%
Total	91.542	100%	
promedio			30%

2013	8	23.009
2014	9	25.493

Fuente y fecha: (Ministerio de Turismo, 2011)
Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico 2.3 Pernoctación Hoteles de primera en Quito



Fuente y fecha: (Ministerio de Turismo, 2011)
Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

De acuerdo al análisis de los datos secundarios) se puede establecer que existe la posibilidad de apertura de nuevos complejos turísticos.

2.5.4 Análisis de Competidores Directos

Es necesario investigar a los competidores directos y sus estrategias de mercado para descubrir o potenciar una ventaja competitiva, ya que deducir a la competencia es una parte fundamental que permite el desarrollo o crecimiento del futuro establecimiento turístico.

De acuerdo al análisis realizado no existe competencia directa alguna en el sector (ubicación física) en el cual se espera funcione el complejo turístico, es por esto que se ha analizado las hosterías y prestadores de servicios turísticos con accesibilidad en todo el país entre los principales se encuentran los siguientes:

ECUADOR FOR ALL

Análisis de los Servicios

Es una agencia de viajes tour operadora se encuentra en el mercado turístico durante 5 años direccionado a personas con discapacidad.

Entre los principales servicios cuenta con los siguientes:

- Paquetes turísticos con accesibilidad
- Vehículos adaptados para personas con discapacidad móvil
- Acompañamiento de profesionales especialistas cuando el cliente lo requiera.

Sus clientes son pasajeros extranjeros, principalmente americanos.

Los precios de tours, por ejemplo para tours promedio de 8 días la cifra promedio está entre \$1590 y \$2140 dólares.

HOSTERÍA MANDÁLA

Análisis de los Servicios

- Instalaciones con accesibilidad para fomentar la inclusión e igualdad en calidad de servicios para todos.
- Ubicado frente al mar
- Centro de información en 4 idiomas
- Biblioteca
- Sala de juegos
- Videoteca
- Restaurante con bar
- Parqueadero y wifi

Tarifas por Habitación.

De acuerdo a información del sitio web de la hostería Mandála (2012), las habitaciones dobles con accesibilidad tiene el siguiente precio:

- \$49.50 temporada baja
- \$58.50 temporada alta

No incluye los desayunos

HOSTAL LAS GRANADILLAS

Conocido como el primer centro de alojamiento con accesibilidad en la ciudad de baños de agua santa, ganando el premio reina Sofía de España como la primera ciudad del Ecuador con accesibilidad para personas con discapacidad físico motora, a través de (rampas) y en general de infraestructura pública y privada, en el año 2009.

Análisis de los Servicios.

Los servicios que ofertan son:

- Biblioteca
- Balcones con vista panorámica de la ciudad.
- Un mirador con accesibilidad
- Restaurante
- Información turística de la ciudad.

Tarifas

Las habitaciones cuestan \$25 dólares por persona e incluyen el desayuno.

Los departamentos cuestan \$ 30 dólares por persona y también incluyen desayunos.

2.6 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE

2.6.1 Análisis de Datos Primarios.

2.6.1.1 Entrevistas

Se realizó la entrevista, al Sr. Alfonso Morales ex concejal de Baños y propietario de la Hostal Las Granadillas, quién manifestó que la imagen de las personas con capacidades diferentes debe modificarse, debido a las leyes que amparan a las personas con discapacidad y garantizan su inserción laboral, lo cual los convierte en clientes potenciales, que puedan tener acceso pleno a realizar actividades turísticas, culturales y de recreación.

Por otro lado durante la entrevista con la Ing. Carla Aguayo Gerente de la empresa NERY FAS, mencionó que dentro de la organización tienen experiencia en el trabajo con personas con discapacidad, y están interesados en contribuir económicamente con el proyecto cuando sus ventas sobrepasen los \$150.000, se destinará el 0.5%, a manera de apoyo para que las personas de escasos recursos puedan acceder a este tipo de servicios para mejorar su salud física y emocional.

Finalmente se realizó la entrevista a la Sra. Silvia Gavilanes propietaria de la empresa Ecuagolosinas quién indicó que ha contribuido con menaje a la ejecución de proyectos de índole social, por esta razón se mostró atraída por el tema de tesis planteado, de igual manera accedió a brindar su apoyo en similares condiciones como lo ha venido efectuando en otras oportunidades.

2.6.1.2 Encuesta



Escuela Politécnica del Ejército

Escuela “Héroes Del Cenepa”

Plan para la Creación de un Complejo Turístico para personas con discapacidad denominado “Ankally-Yaku” en la provincia de Pichincha cantón Quito –parroquia Pintag.

ENCUESTA

Dirigida a personas con Capacidades Especiales o familiares con discapacidad.

1.- ¿En qué rango de edad se encuentra usted o su familiar con discapacidad?

16 - 20 21 - 25 26 - 35
36 - 50 51 - en adelante

2.- ¿Cuál es su género o el género de su familiar con discapacidad?

Masculino Femenino

3.- ¿Cuántas personas integran su familia?

2 - 4 personas 5 -7 personas 8 - en adelante

4.- ¿Qué tipo de discapacidad posee usted o su familiar?

Física Auditiva visual intelectual
del habla otros cual _____

5.- ¿En qué parte de la ciudad reside usted o su familiar?

Sur Centro Centro norte Norte Valles

6.- ¿Usted [o su familiar](#) se encuentra desempeñando alguna actividad laboral al momento?

sí no

7.- ¿Sus ingresos mensuales [o los de su familiar](#) aproximados se encuentran entre?

318-410 411-550 551-700 701 – o mas

8.- ¿Realiza [usted o su familiar](#) actividades de recreación y esparcimiento?

Si contesta si por favor pase a la pregunta 11

No si contesta no por favor pase a la pregunta 9

9.- ¿Le gustaría realizar alguna actividad de recreación y esparcimiento?

Sí No

¿Por qué?-----

10.- ¿Qué actividad le gustaría realizar? Pase a la pregunta 13

Bailo terapia manualidades cerámica origami

Aromaterapia rehabilitación motora otros

11.- ¿Qué actividades de recreación y esparcimiento realiza?

12.- ¿Qué otras actividades de recreación y esparcimiento adicional estaría interesado en realizar?

13.- ¿Usted asiste a algún complejo turístico vacacional?

Si

No si su respuesta es no pase a la pregunta 18

¿Por qué? -----

¿Cuál?-----

14.- ¿Qué instalaciones posee el complejo turístico que usualmente visita?

Sauna Hidromasaje Restaurant Piscina

Parqueadero Dpto. Médico Canchas Deportivas

Turco Vestidores Zona de Camping

Si su opción es otros especifique ¿Cuáles?-----

15.- ¿Cuántas veces al mes visita el complejo turístico?

1 vez 2 veces 3 veces más de 3 veces

16.- ¿Usted suele permanecer más de 1 día en el complejo turístico?

Si contesta si pase a la pregunta 17, si contesta no pase a la pregunta 25

Sí No

17.- ¿Cuántos días suele permanecer?

2 días 3 días más de 4 días

18.- Usted realiza rehabilitación física?.

Sí No

Si responde no, pase a la pregunta 25

19.- ¿Dónde realiza la rehabilitación?

.....

20.- ¿Cuántos días de rehabilitación mínimo realiza, o algún familiar que efectuó dicha actividad?

.....

21.- ¿Quién suele pagar la rehabilitación?

Usted algún familiar el gobierno

22.- ¿Cuántos días por mes realiza rehabilitación?

.....

23.- ¿Cuánto usualmente suele pagar por la rehabilitación diaria?

24.- ¿Usted asistiría a un complejo turístico que integre a personas con discapacidad?

Sí No

¿Por qué no?-----

25.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por el ingreso al complejo turístico que incluya el uso de instalaciones?

\$8 a \$12 \$13 a \$15

26.- ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a pasar en el complejo turístico que oferte el servicio de rehabilitación, sauna, turco, hidromasaje, box lunch, transporte, etc.

10 días 20 días 1 mes

27.- ¿Qué menú cree que se debe ofertar en el complejo turístico para personas con discapacidad (desayuno - almuerzo – cena)?

28.- ¿Qué medios de comunicación sugiere para dar a conocer el complejo turístico?

radio internet revistas

televisión mailing trípticos

29.- ¿Qué forma de pago usted prefiere a la hora de adquirir un servicio?

Efectivo Cheque Tarjeta débito automático
Tarjeta de crédito Depósitos Transferencias bancarias

30.- ¿Cómo desearía adquirir el servicio para garantizar su reserva?

Página web Punto de venta directo
Agencia de viajes Freelence

31.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por las actividades de manualidades, bailo terapia, aromaterapia, camping?

\$2.00 - \$4.00 \$5.00- \$7.00 \$8.00 – en adelante

32.- ¿Qué estimado de dinero consideraría apropiado pagar por el consumo de un plato incluido impuestos:

desayuno	\$ 3,50 a \$ 5	<input type="checkbox"/>	\$ 6 en adelante	<input type="checkbox"/>
almuerzo	\$ 6 a \$ 8	<input type="checkbox"/>	\$ 8,50 en adelante	<input type="checkbox"/>
Cena	\$ 6 a \$ 8	<input type="checkbox"/>	\$ 8,50 en adelante	<input type="checkbox"/>

GRACIAS POR SU GENTIL COLABORACIÓN

2.6.1.3 Resultados de la tabulación de la encuesta

Reflejó datos importantes como la sectorización del plan de negocios ya que la mayor parte de la población con discapacidad de Quito se encuentra en el sur.

Mientras que la información recolectada fue recopilada de 150 personas de las cuales 72 tenían algún tipo de discapacidad y 78 cuentan con al menos un familiar con dichas características, los cuales se reflejan en el desarrollo de la pregunta número 4.

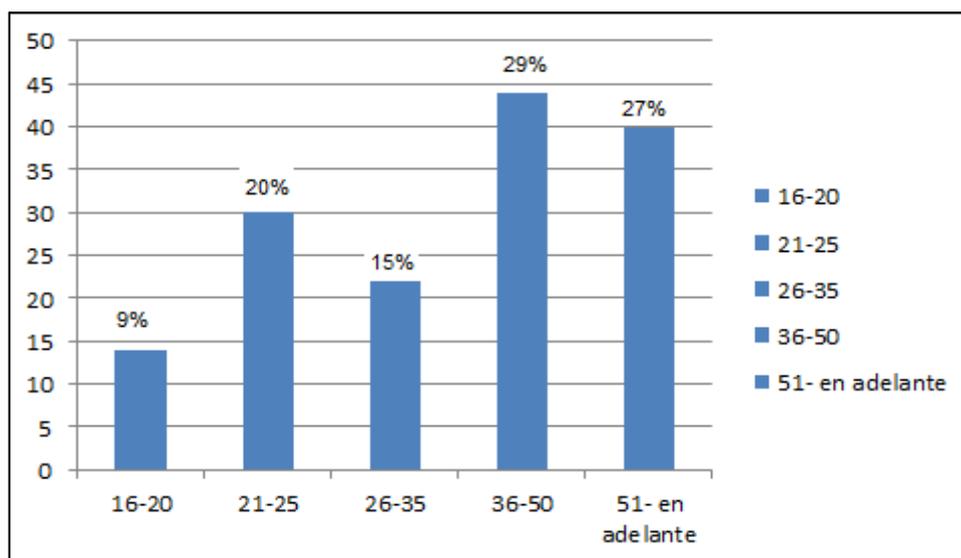
1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

Tabla N°.- 2.14 Rango de edad de los encuestados

Edad	# Personas	Porcentaje
16-20	14	9%
21-25	30	20%
26-35	22	15%
36-50	44	29%
51- en adelante	40	27%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.4 Edades de los encuestados



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
 Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

Se concluye que el 29% del total de los encuestados se encuentra entre 36 y 50 años, por lo que se estima que la mayor parte del mercado se halla en una edad intermedia, para lo cual será necesario destinar actividades de esparcimiento y distracción que engloben a este sector, en segundo lugar con el 27% los adultos mayores, y para finalizar con un porcentaje del 20%, están los de 21 a 25 años.

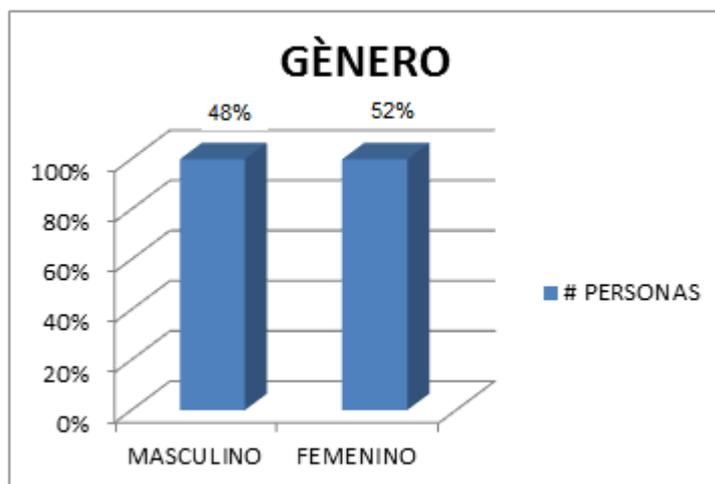
2.- ¿Cuál es su género?

Tabla N°.- 2.15 Género de las personas encuestadas

Género	# Personas	Porcentaje
Masculino	72	48%
Femenino	78	52%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
 Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.5 Género de las personas encuestadas



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

Mediante la interpretación de la gráfica se puede analizar que el 78% de los encuestados son de género femenino, lo cual indica que para efectos de logística, se deberá considerar.

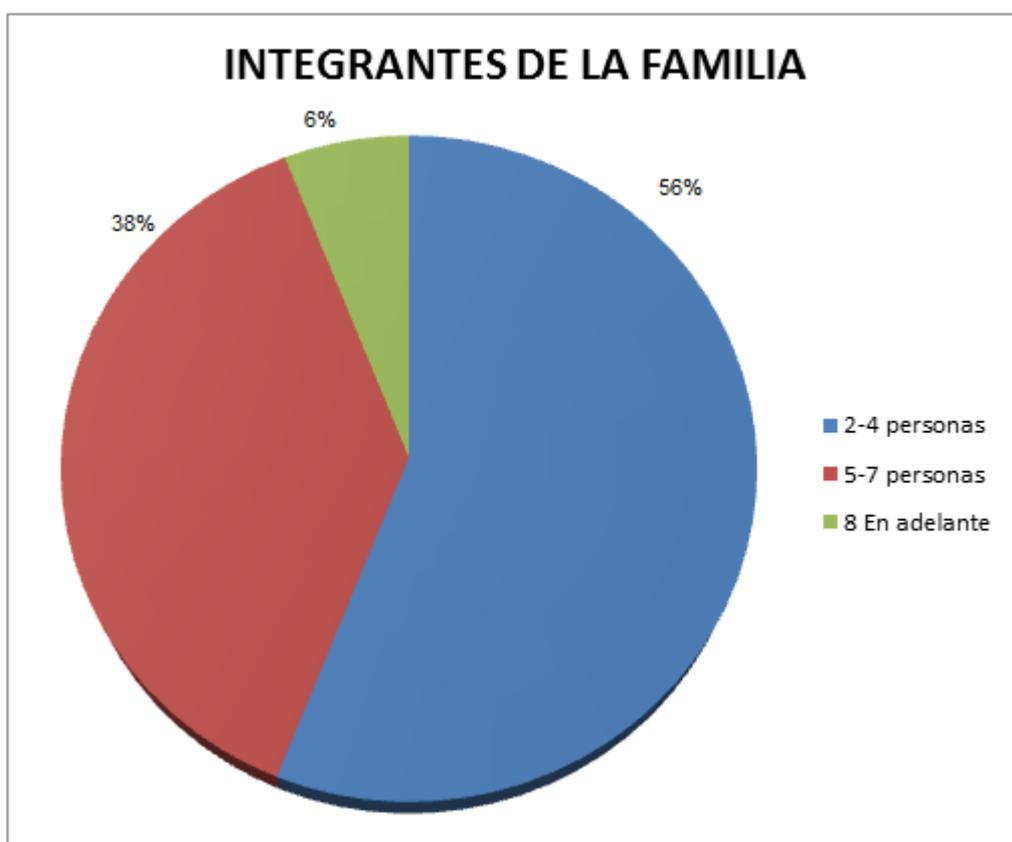
3.- ¿Cuántas personas Integran su Familia?

Tabla N°.- 2.16 Integrantes de la familia de las personas encuestadas

# Integrantes	# Personas	Porcentaje
2-4 personas	84	56%
5-7 personas	57	38%
8 en adelante	9	6%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.6 Número de integrantes de la familia



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

Conforme a los datos que refleja la gráfica se puede analizar de manera concreta que el 56% de los encuestados poseen familias de 2 a 4 personas, es decir actualmente el núcleo familiar es mucho más reducido. El segundo lugar lo ocupan las familias de 5 a 7 personas con un 38% y finalmente con un escaso 6% se encuentran las familias de 8 en adelante.

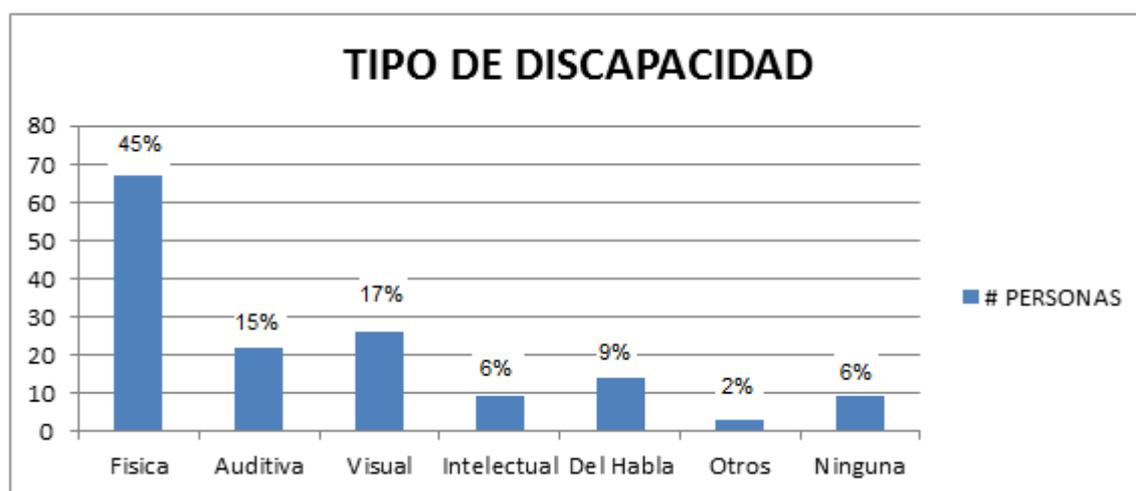
4.- ¿Qué tipo de discapacidad posee usted o su familiar?

Tabla N°.- 2.17 Tipo de discapacidad de los encuestados o su familiar

Discapacidad	# Personas	Porcentaje
Física	67	45%
Auditiva	22	15%
Visual	26	17%
Intelectual	9	6%
Del habla	14	9%
Otros	3	2%
Ninguna	9	6%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.7 Tipo de discapacidad de los encuestados o su familiar



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

Se identifica claramente que el 45% de los encuestados posee discapacidad física o de movilidad, en segundo lugar con un 17% lo ocupan las personas con discapacidad visual y finalmente el tercer lugar con un 15%, se encuentran las personas con discapacidad auditiva.

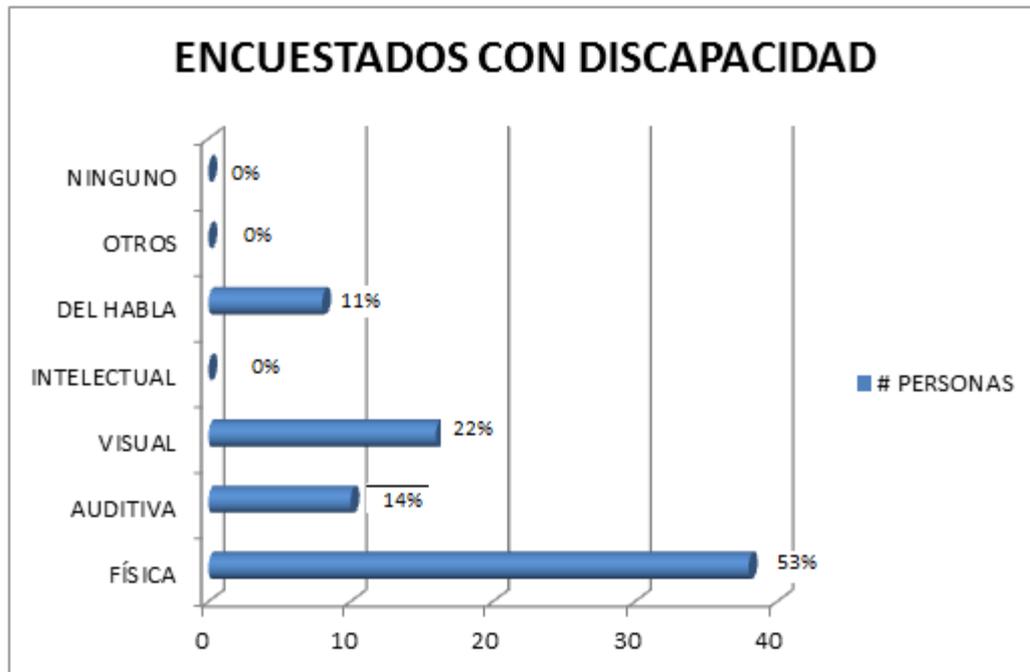
A continuación se muestran del total de encuestados: cuántas personas tenían condición discapacitante y cuántas registran un familiar con discapacidad.

Tabla N°.- 2.18 Número de encuestados con discapacidad.

Encuestados con Discapacidad	# Personas	Porcentaje
Física	38	53%
Auditiva	10	14%
Visual	16	22%
Intelectual	0	0%
Del habla	8	11%
Otros	0	0%
Ninguno	0	0%
Total	72	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.- 2.8 Número de encuestados con discapacidad



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

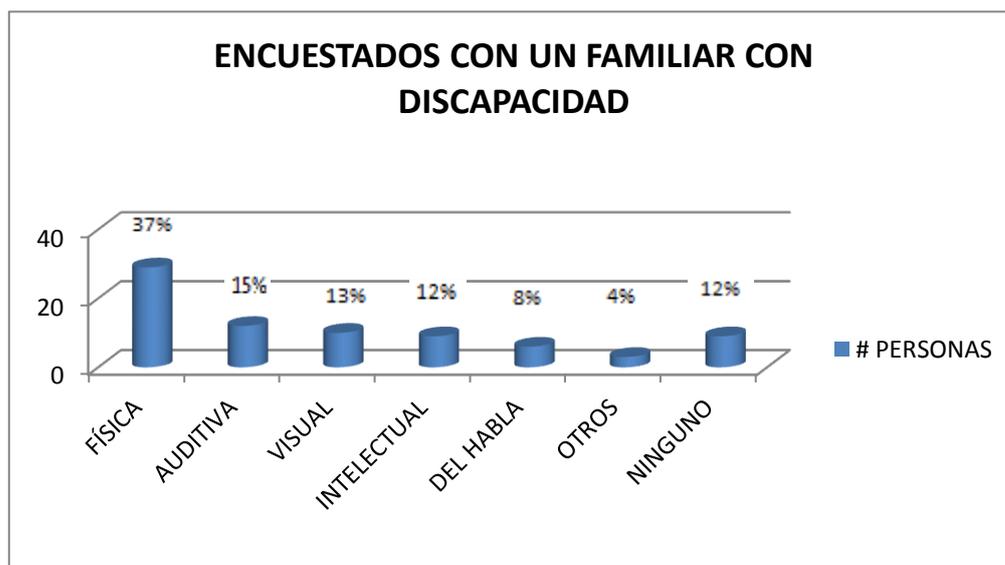
A través de la gráfica se puede analizar que existe un 53% de personas encuestadas que poseen discapacidad física o de movilidad, por otra parte el segundo porcentaje representativo en la tabla pertenece a la discapacidad visual con un 22% y para finalizar se localiza la discapacidad auditiva con un 14%.

Tabla N°.- 2.19 Encuestados con familiar con discapacidad

Encuestados con un Familiar con Discapacidad	# Personas	Porcentaje
Física	29	37%
Auditiva	12	15%
Visual	10	13%
Intelectual	9	12%
Del habla	6	8%
Otros	3	4%
Ninguno	9	12%
Total	78	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.9 Número de encuestados con familiar con condición discapacitante



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

Conforme a lo que se observa en la gráfica de encuestados con un familiar con discapacidad en primer lugar se encuentran con un 37%, aquellos que poseen discapacidad física, seguida con un 15% las de tipo auditiva y por último en tercer lugar los que tienen discapacidad visual con un 13%.

Por tanto mediante el análisis de la muestra se ha segregado en dos partes importantes, las personas que padecen algún tipo de discapacidad y las que tienen algún familiar con dicha característica dentro de su núcleo.

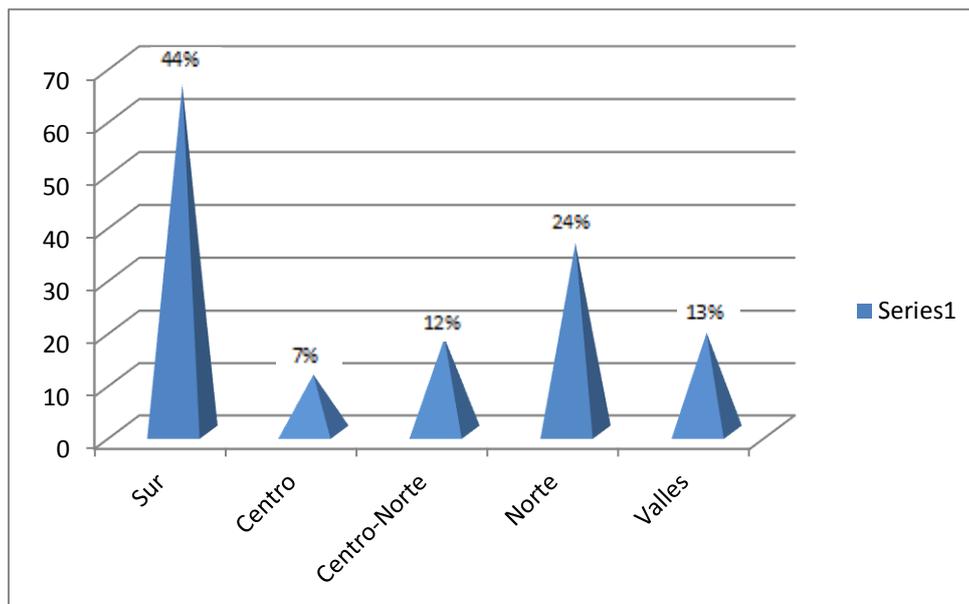
5.- ¿En qué parte de la ciudad usted reside?

Tabla N°.- 2.20 Sector de la ciudad en la que residen.

Sector	# Personas	Porcentaje
Sur	66	44%
Centro	11	7%
Centro-norte	18	12%
Norte	36	24%
Valles	19	13%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.10 Sector de la ciudad en la que residen



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

Se observa que las personas encuestadas se encuentran localizadas en primer lugar con un 44% en el sur y como segundo grupo destacado de la población encuestada con un 24% se localiza en el norte, y para finalizar con un 13% se ubica en los valles, y para finalizar con un 12% se ubica en el centro-norte.

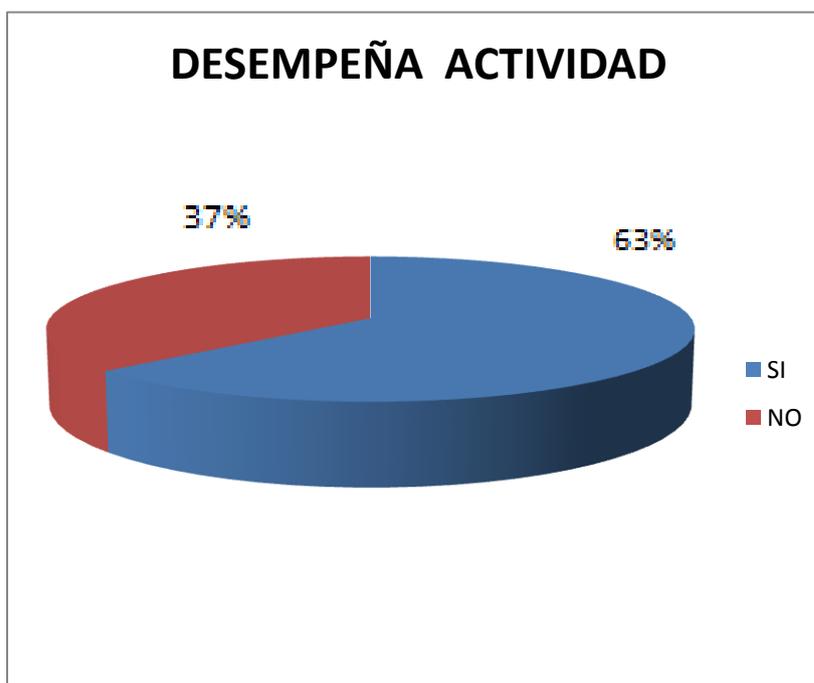
6.- ¿Usted o su familiar se encuentra desempeñando alguna actividad laboral al momento?

Tabla N°.- 2.21 ¿Desempeña alguna actividad laboral usted o su familiar con discapacidad?

Actividad	# Personas	Porcentaje
Si	95	63%
No	55	37%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.11 ¿Desempeña alguna actividad laboral?



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

Según la muestra se puede analizar que las personas se encuentran ejecutando alguna actividad laboral al momento corresponde al 63%, lo cual de alguna manera garantiza que la economía de los posibles clientes se encuentre estable y permita que inviertan una parte de su presupuesto en actividades de ocio y recreación. Mientras que el resto de la muestra presenta un 37%, los cuales dependen económicamente de algún familiar.

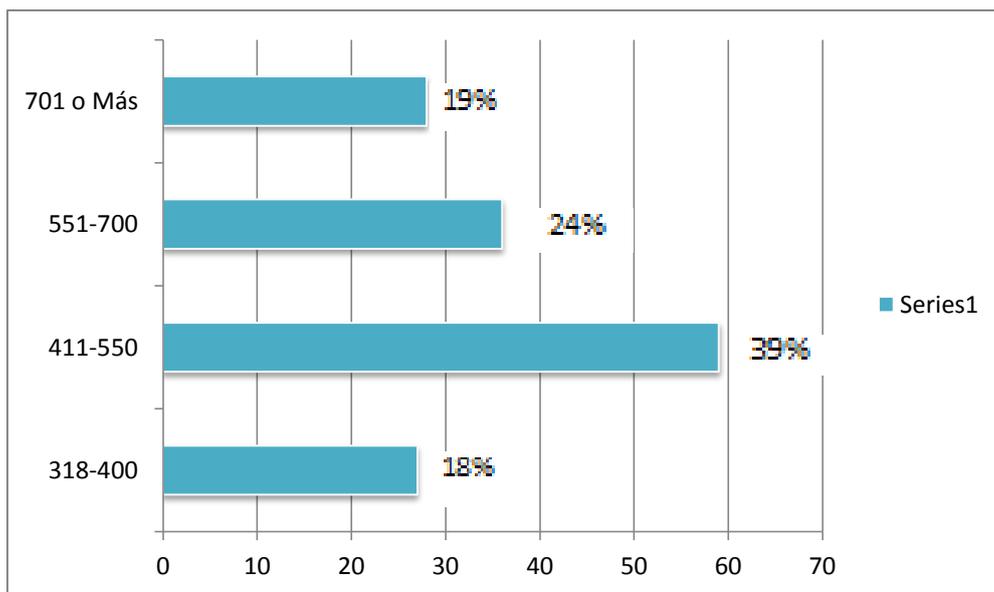
7.- ¿Sus ingresos mensuales o los de su familiar aproximados se encuentran entre?

Tabla N°.- 2.22 Ingresos mensuales promedio de los encuestados.

Ingresos	# Personas	Porcentaje
318-400	27	18%
411-550	59	39%
551-700	36	24%
701 o más	28	19%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.12 Ingresos mensual promedio de los encuestados.



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

De acuerdo con el análisis e interpretación de la gráfica se puede concluir que existen dos grupos importantes de la población encuestada, el primero con un 39% aquellos que sus ingresos se encuentran en el rango de \$318-\$400 y el segundo con un 24% dentro del intervalo de \$411-\$550, y finalmente con un escaso 19% se localiza la población que tiene un ingreso que va desde los \$701 o más , lo cual permite demostrar que el número de posibles visitantes del complejo turístico son de clase media, por tanto se deberá tomar en consideración este dato al momento de elaborar una lista de precios o P.V.P.

10.- ¿Qué actividad le gustaría realizar?

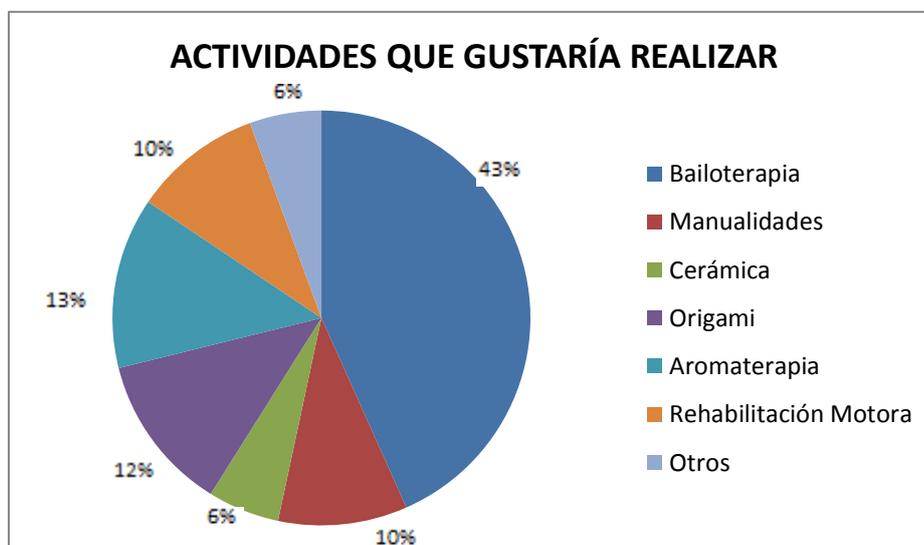
Tabla N°.- 2.23 Actividades que gustaría realizar

Actividades prácticas	# Personas	Porcentaje
Bailoterapia	39	43%
Manualidades	9	10%
Cerámica	5	6%
Origami	11	12%
Aromaterapia	12	13%
Rehabilitación motora	9	10%
Otros	5	6%
Total	90	16%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico N°.- 2.13 Actividades que gustaría realizar



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Conclusión:

Conforme a los datos recolectados de la población encuestada se verifica que las tres actividades de mayor interés son: con un 43% se encuentra la bailoterapia, segundo puesto con un 13% está la aromaterapia como técnica de relajación y finalmente como tercer lugar se localiza el Origen con un 12% con la finalidad de mejorar las funciones motoras y de concentración de los posibles bañistas con algún tipo de discapacidad física.

11.- ¿Qué actividades de recreación y esparcimiento realiza?

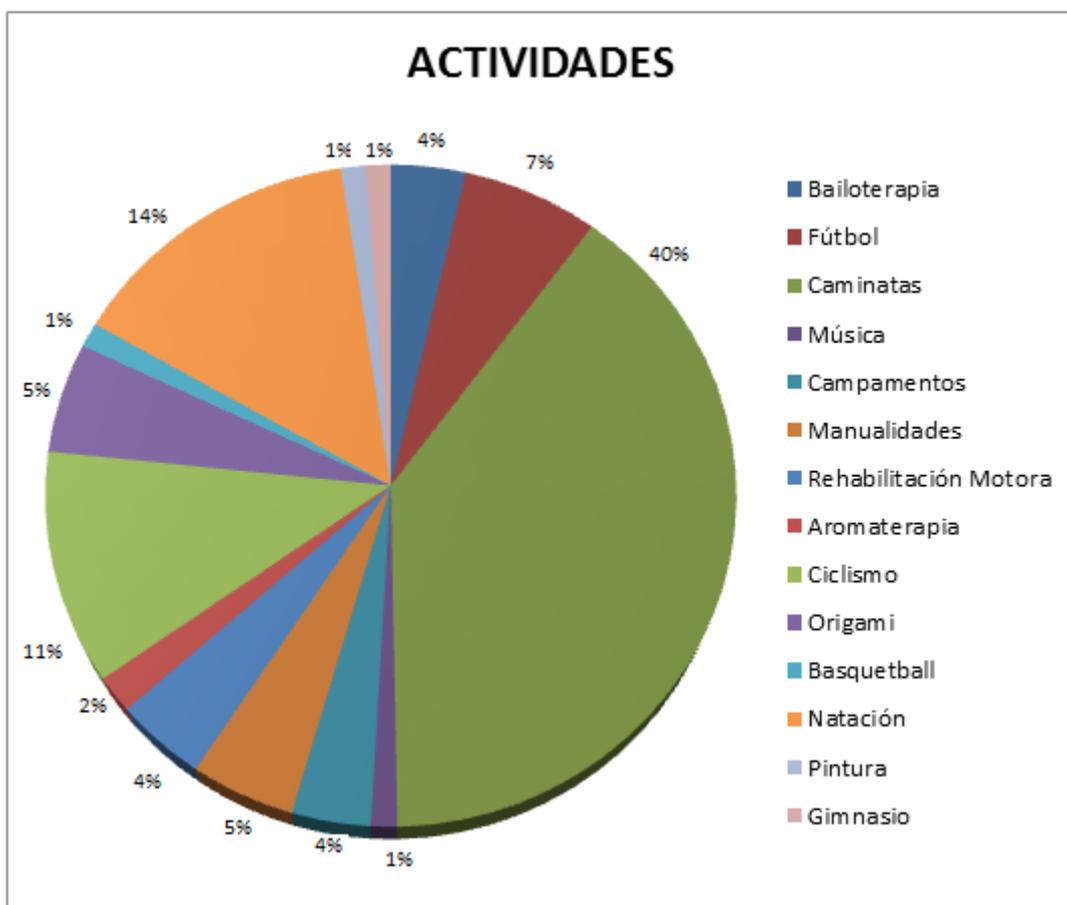
Tabla N°.- 2.24 Qué actividades de recreación y esparcimiento realiza.

Recreación	# Personas	Porcentaje
Bailoterapia	6	4%
Fútbol	11	7%
Caminatas	66	40%
Música	2	1%
Campamentos	6	4%
Manualidades	8	5%
Rehabilitación motora	7	4%
Aromaterapia	3	2%
Ciclismo	19	11%
Origami	9	5%
Basquetbol	2	1%
Natación	24	14%
Pintura	2	1%
Gimnasio	2	1%
Total	167	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico N°.- 2.14 Actividades que realizan



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Conclusión:

La tabla N°.- 2.24 muestra que el 40% del total de encuestados realizan caminatas como su actividad recreativa favorita, esto se sobrentiende ya que el 29% y 27% del total de encuestados son personas que están en un rango de edad de 36 años en adelante, convirtiéndose clientes que necesitan realizar actividades de intensidad física media. Segundo puesto se localiza la natación con un 14%, tercero ciclismo con un 11%, cuarto fútbol con un 7% y finalmente en quinto lugar origami con un 5%. Lo cual permite obtener una visión global de las

necesidades y preferencias que los visitantes desearían obtener en las instalaciones del complejo turístico.

12.- ¿Qué otras actividades de recreación y esparcimiento adicional realizaría?

Tabla N°.- 2.25 Actividades recomendadas por los encuestados

Recreación	# Personas	Porcentaje
Cerámica	10	9%
Aromaterapia	1	1%
Turismo de aventura	1	1%
Tenis	3	3%
Basquetbol	2	2%
Caminatas	22	20%
Fútbol	2	2%
Voleibol	2	2%
Ciclismo	16	15%
Gimnasia	15	14%
Buceo	3	3%
Bailoterapia	7	6%
Natación	11	10%
Manualidades y pintura	8	7%
Cabalgata	3	3%
Música	2	2%
Total	108	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.15 Actividades recomendada para las personas con discapacidad



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Conclusión:

De acuerdo con el análisis de la gráfica referente a las actividades de recreación y esparcimiento que la población encuestada estaría dispuesta a realizar como adicional a las actividades recreativas rutinarias, se encuentran 3 claramente identificadas que son:

Primer lugar con un 20% se encuentran las caminatas, mientras que en segundo lugar se localiza con 15% el ciclismo ,y para finalizar en un tercer lugar con un

14%, se encuentra gimnasia lo que permite destinar un lugar dentro de las instalaciones del complejo turístico a la realización de dichas actividades.

13.- ¿Usted asiste a algún Complejo Turístico Vacacional?

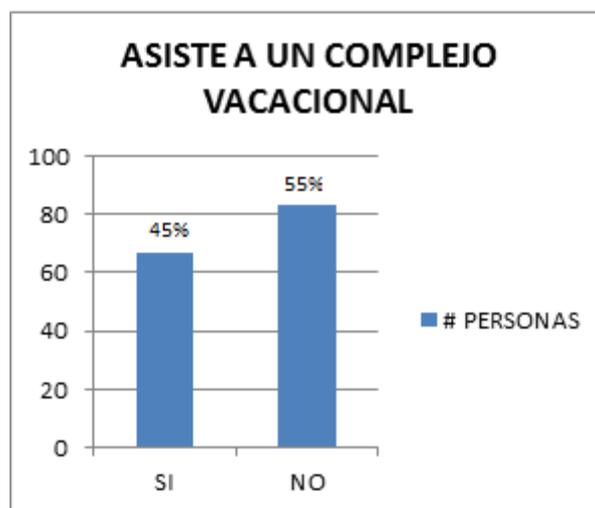
Tabla N°.- 2.26 Asistencia a un complejo turístico

Asiste	# Personas	Porcentaje
Si	67	45%
No	83	55%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.16 Asistencia a un Complejo Turístico



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

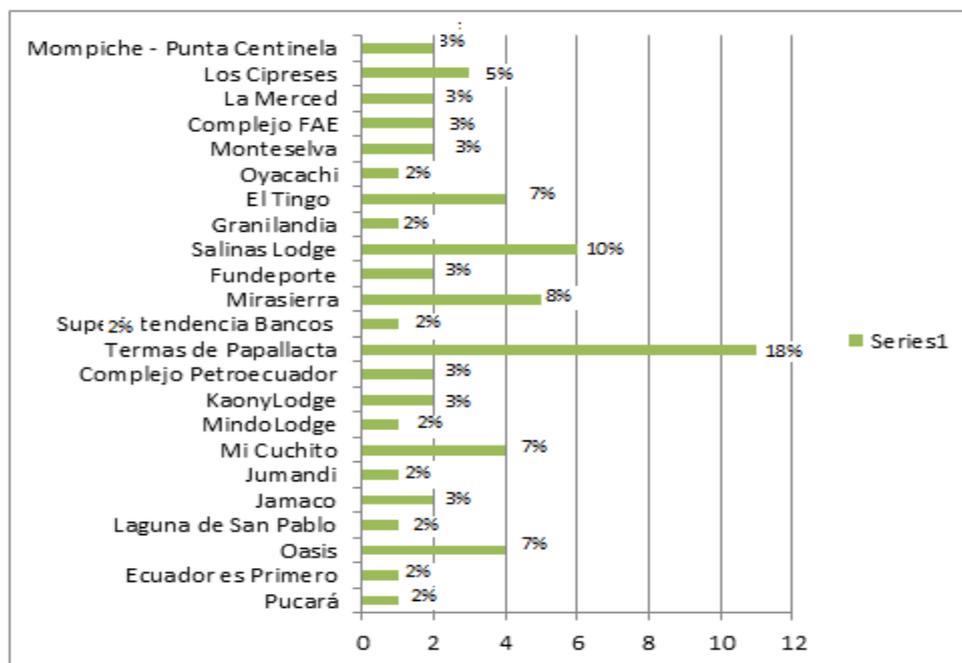
Tabla N°.- 2.27 Complejos Turísticos más frecuentados

Complejo	# Personas	Porcentaje
Pucará	1	2%
Ecuador es primero	1	2%
Oasis	4	7%
Laguna de san pablo	1	2%
Jamaco	2	3%
Jumandi	1	2%
Mi Cuchito	4	7%
Mindolodge	1	2%
Kaonylodge	2	3%
Complejo Petroecuador	2	3%
Termas de Papallacta	11	18%
Complejo superintendencia de bancos	1	2%
Mira sierra	5	8%
Funde porte	2	3%
Salinas Lodge	6	10%
Granilandia	1	2%
El Tingo	4	7%
Oyacachi	1	2%
Monte selva	2	3%
Complejo FAE	2	3%
La merced	2	3%
Los Cipreses	3	5%
Mompiche -Punta Centinela	2	3%
Total	61	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.17 Complejos Turísticos más frecuentados



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Conclusión:

Un 55% de los encuestados, no asiste a un Complejo Turístico, por falta de tiempo, distancia en la que se encuentran localizados y cuestiones de sobrecarga de trabajo, lo cual implica que el proyecto es de carácter innovador, y se localizará en un sitio de accesibilidad y a 30 min de la capital, a diferencia de los complejos turísticos que se encuentran de 1 a 3 horas de Quito como lo es Termas de Papallacta, Oasis, etc.

Por otra parte el número de encuestados que asisten a un complejo turístico vacacional manifestó que lo hace, porque son lugares de relajación y esparcimiento que gusta a toda la familia, ayudan a la salud y tienen buen servicio, por tanto se ha tomado como referencia 3 establecimientos turísticos que tienen

gran acogida dentro de la muestra, el 18% es termas de Papallacta, segundo lugar se localiza con un 10% salinas LODE y finalmente con un 8% Mira sierra.

14.- ¿Qué instalaciones posee el Complejo Turístico que usualmente visita?

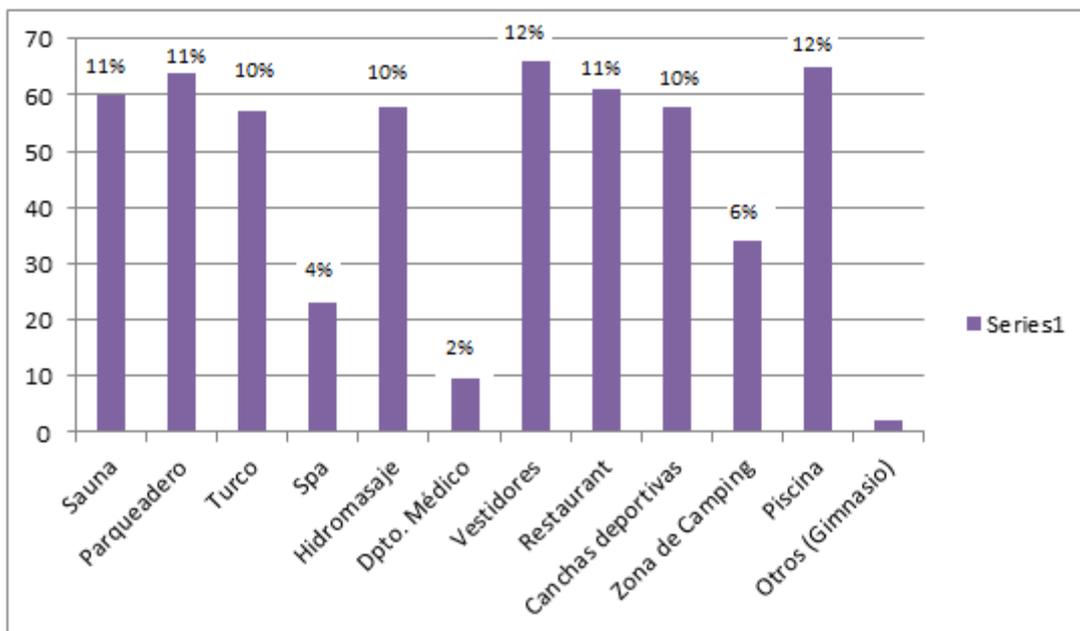
Tabla N°.- 2.28 Instalaciones que posee el Complejo Turístico que frecuentan los encuestados

Instalaciones	# Personas	Porcentaje
Sauna	60	11%
Parqueadero	64	11%
Turco	57	10%
Spa	23	4%
Hidromasaje	58	10%
Dpto. Médico	10	2%
Vestidores	66	12%
Restaurant	61	11%
Canchas deportivas	58	10%
Zona de camping	34	6%
Piscina	65	12%
Otros (gimnasio)	2	0%
Total	558	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.18 Instalaciones que poseen los Complejos Turísticos que frecuentan los encuestados



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

El 12% de los encuestados aprecia visitar complejos turísticos que cuentan con piscina y vestidores, mientras que el 11% opinó que posee sauna, restaurant y parqueadero, en tercer lugar, el 10% mencionó canchas deportivas, turco e hidromasaje.

15.- ¿Cuántas veces al mes visita el Complejo Turístico?

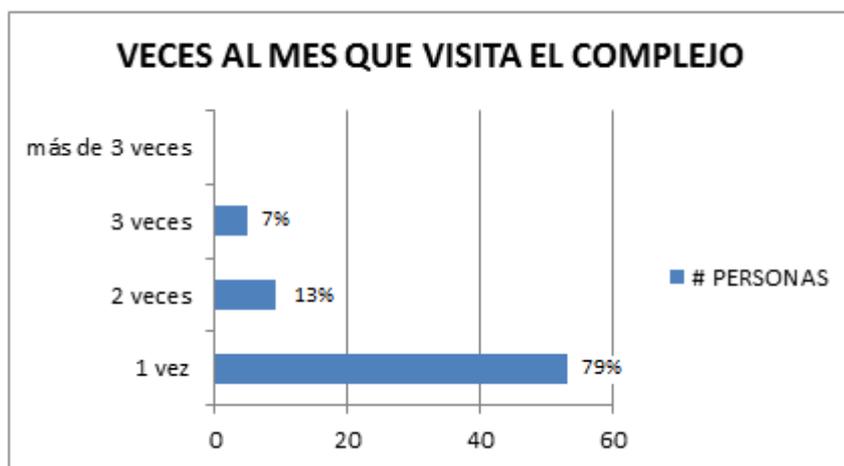
Tabla N°.-2.29 ¿Cuántas veces al mes los encuestados visitan el complejo?

Veces	# Personas	Porcentaje
1 vez	53	79%
2 veces	9	13%
3 veces	5	7%
Más de 3 veces	0	0%
Total	67	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.19 Número de veces al mes que visitan un Complejo Turístico.



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Conclusión:

El 79% de la población encuestados visita una vez al mes el Complejo Turístico, el segundo lugar con un 13%, lo hace dos veces mensuales y finalmente con un 7% realiza las visitas 3 veces al mes.

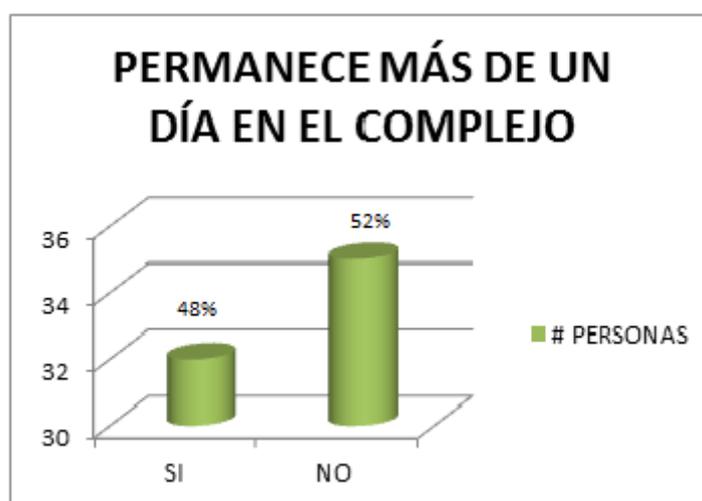
16.- ¿Usted suele permanecer más de un día en el Complejo Turístico?

Tabla N°.-2.30 Suele permanecer más de un día en el Complejo Turístico

Permanencia	# Personas	Porcentaje
Si	32	48%
No	35	52%
Total	67	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.20 Permanencia de los encuestados en un Complejo Turístico



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Conclusión:

Conforme a la interpretación de la gráfica la población encuestada refleja que suele quedarse más de un día en el complejo turístico, ya que generalmente los que suelen visitar se encuentran fuera de la ciudad, y es demasiado cansado retornar el mismo día a la capital.

18.- ¿Usted realiza rehabilitación física?

Tabla Nº.-2.31 Personas que realizan rehabilitación física

Rehabilitación	# Personas	Porcentaje
Si	58	39%
No	92	61%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Gráfico Nº.-2.21 Número de encuetados que realizan rehabilitación



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Conclusión:

El 61% de los encuestados no realiza rehabilitación física, ya que declinan de continuar asistiendo, debido a las mínimas mejoras que han presentado, muchos de ellos no pueden realizar la terapia de manera continua, porque no todos cuentan con movilización particular para dirigirse de manera cómoda y segura a sus sesiones terapéuticas, o sus familiares no pueden acompañarlos continuamente por cuestiones laborales. Por esta razón cabe recalcar que para brindar un servicio cómodo tanto para la persona con discapacidad como para sus familiares, se deberá brindar en el complejo turístico como opcional el servicio de transporte a la persona con discapacidad, con la finalidad de contribuir a su sano esparcimiento, recuperación física y de la autoestima.

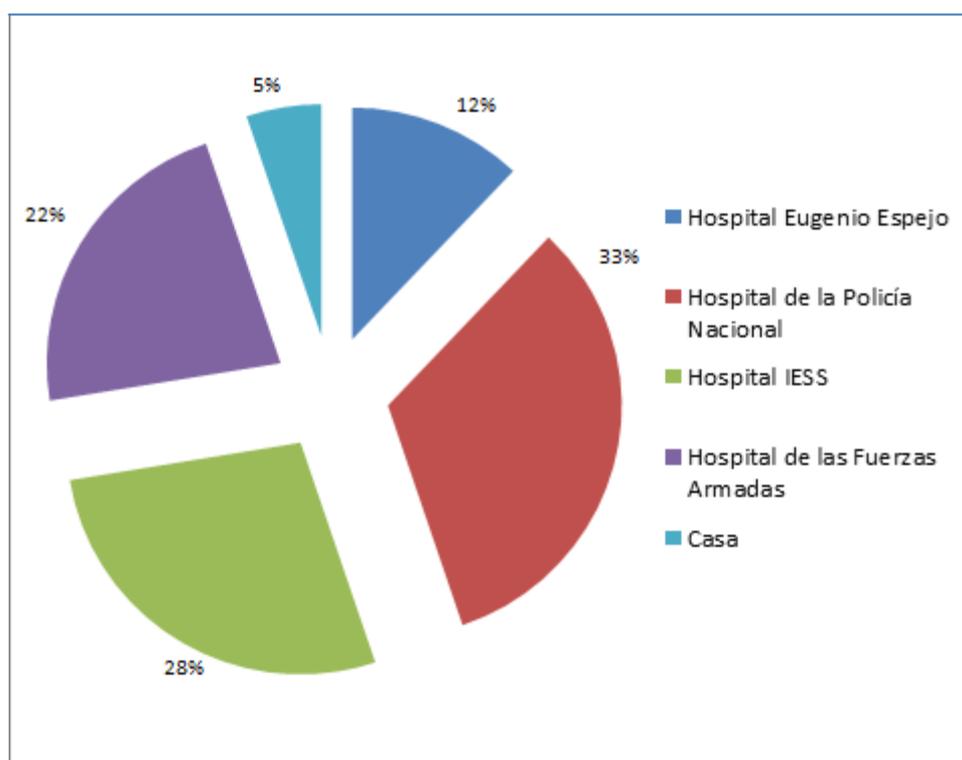
19.- ¿Dónde realiza la rehabilitación?

Tabla N°.-2.32 Lugar dónde realizan la rehabilitación

Lugar	# Personas	Porcentaje
Hospital Eugenio espejo	7	12%
Hospital de la Policía Nacional	19	33%
Hospital IESS	16	28%
Hospital de las Fuerzas Armadas	13	22%
Casa	3	5%
Total	58	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.- 2.22 En qué lugar las personas realizan rehabilitación.



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa/ Patricio Reyes

Conclusión:

Se puede observar que las personas que realizan rehabilitación o terapia lo hacen en tres reconocidas instituciones como lo son en primer lugar con un 33% en el Hospital de la Policía Nacional, en segundo lugar se encuentra con un 28% Hospital del IESS y finalmente con un 22% lo llevan a cabo en el Hospital de las Fuerzas Armadas.

20.- ¿Cuántos días a la semana de rehabilitación mínimo realiza, o algún familiar que efectuó dicha actividad?

Tabla N°.-2.33 ¿Cuántos días a la semana realizan rehabilitación?

Días a la semana	# Personas	Porcentaje
1 día	3	5%
2 días	3	5%
3 días	5	9%
5 días	36	62%
7 días	6	10%
8 días	5	9%
Total	58	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°-2.23 ¿Cuántos días a la semana las personas realizan rehabilitación?



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

De acuerdo con la población encuestada, el 62% de las personas que efectúan algún tipo de rehabilitación lo hacen 5 días a la semana, en segundo lugar con un 10% lo efectúan durante 7 días y finalmente con un similar 9% se encuentra los que realizan terapia de 3 a 8 días a través de la elaboración de paquetes turísticos que cuenten con rehabilitación, dependiendo el caso y el nivel de discapacidad que presente el posible visitante.

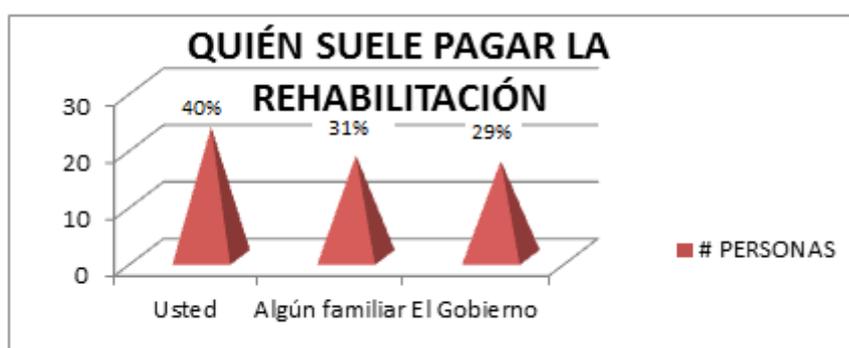
21.- ¿Quién suele pagar la rehabilitación?

Tabla Nº.-2.34 ¿Quién costea la rehabilitación de la persona con discapacidad?

Persona que paga	# Personas	Porcentaje
Usted	23	40%
Algún familiar	18	31%
El gobierno	17	29%
Total	58	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico Nº.-2.24 ¿Quién costea la rehabilitación de la persona con discapacidad?



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

El 40% de los encuestados que realizan rehabilitación física pagan por sus propios medios, por otra parte en segundo lugar con un 31%, lo paga un familiar y finalmente el 29%, recibe el apoyo del gobierno.

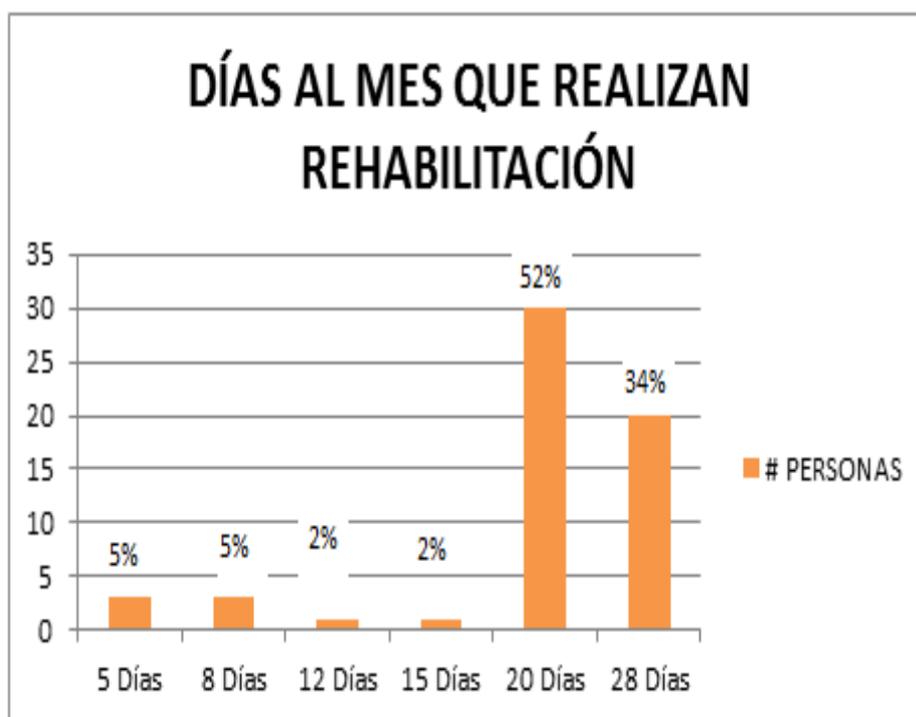
22.- ¿Cuántos días por mes realiza rehabilitación?

Tabla Nº.-2.35 ¿Cuántos días al mes la persona realiza rehabilitación?

Días al mes	# Personas	Porcentaje
5 días	3	5%
8 días	3	5%
12 días	1	2%
15 días	1	2%
20 días	30	52%
28 días	20	34%
Total	58	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico Nº.-2.25 ¿Cuántos días al mes las personas realizan rehabilitación?



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

La gráfica muestra que la mayoría de la población encuestada, es decir el 52%, que realiza algún tipo de rehabilitación, lo hace 20 días por mes, mientras que el segundo lugar con un 34% lo hace 28 días y finalmente el 5% de encuestados lo hacen de 5 a 8 días, de igual manera este dato importante permite direccionar y formular un paquete turístico que se ajuste a este tipo de necesidad.

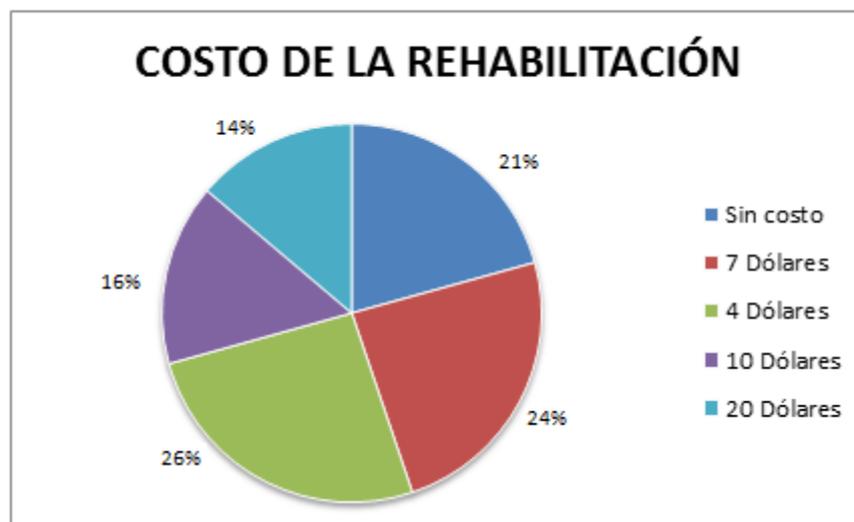
23.- ¿Cuánto usualmente suele pagar por la rehabilitación diaria?

Tabla N°.-2.36 ¿Qué costo tiene la rehabilitación?

Costo	# Personas	Porcentaje
Sin costo	12	21%
7 dólares	14	24%
4 dólares	15	26%
10 dólares	9	16%
20 dólares	8	14%
Total	58	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.26 Costo Que Tiene La Rehabilitación



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

De acuerdo con la tabla, se puede reflejar que con un 26% la mayoría de la población encuestada que realiza algún tipo de rehabilitación, cancela por ese servicio \$4.00, el segundo lugar ocupa el 24% con un costo de \$7.00 y finalmente el 21% lo ejecuta sin costo alguno de acuerdo con la nueva ley de salud. Se acogen a la gratuidad de los hospitales públicos, pero también son personas que se interesan en el plus que un Complejo Turístico incluyente, podrían ofertar en cuanto a servicio de terapia física recreación y esparcimiento, sin necesidad de esperar turnos, o agendar sus terapias, las cuales sino las llevan a cabo de manera continua no pueden ser notorias las mejorías en su salud.

24.- ¿Usted asistiría a un Complejo Turístico que integra a personas con discapacidad?

Tabla N°.-2.37 Personas que asistirían o no a un Complejo Turístico incluyente.

Asistiría	# Personas	Porcentaje
Si	57	98%
No	1	2%
Total	58	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.27 Personas que asistirían o no a un Complejo Turístico incluyente



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

El 98% de los encuestados expresa que si asistirían al Complejo Turístico, por los diferentes beneficios que pueden obtener al realizar su terapia en un sitio de rehabilitación y esparcimiento.

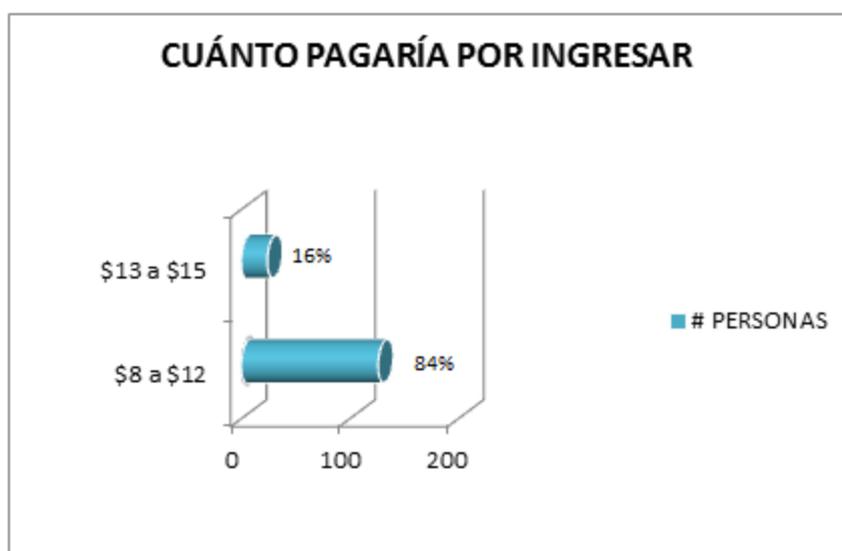
25.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por el ingreso al complejo turístico que incluya el uso de instalaciones?

Tabla N°.-2.38 Costo que estarían dispuestos a pagar los usuarios por ingreso al complejo

Pago	# Personas	Porcentaje
\$8 a \$12	126	84%
\$13 a \$15	24	16%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.28 Costo que estarían dispuestos a pagar los usuarios por ingreso al complejo



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

De acuerdo con la información recolectada de la población encuestada, se observa que el 84% de las personas encuestadas están dispuestos a pagar de \$8-\$12.

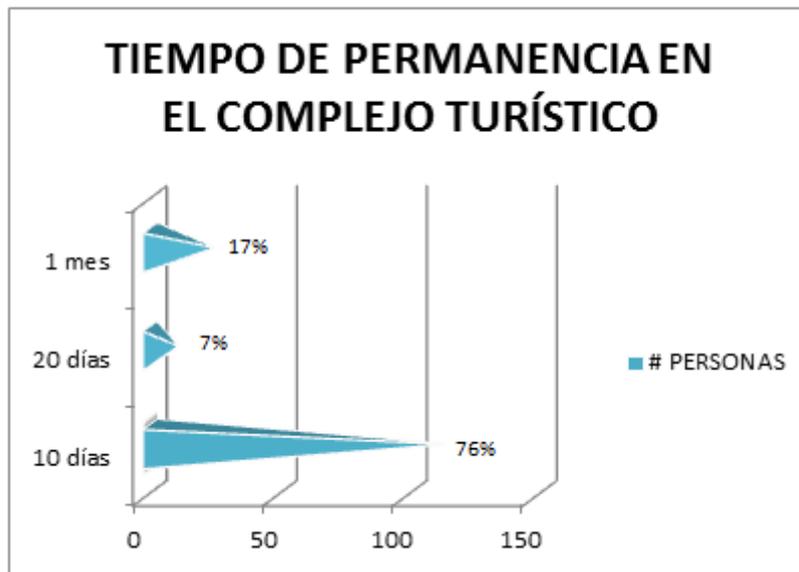
26.- ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en el Complejo Turístico que oferte el servicio de rehabilitación, sauna, turco, hidromasaje, box lunch, transporte, etc.?

Tabla N°.-2.39 ¿Cuánto tiempo estarían dispuestos a permanecer en el Complejo Turístico?

Tiempo	# Personas	Porcentaje
10 días	114	76%
20 días	11	7%
1 mes	25	17%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.29 ¿Cuánto tiempo estarían dispuestos a permanecer en el Complejo Turístico?



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

De acuerdo con el criterio de la población encuestada el Complejo Turístico debería ofertar el servicio de rehabilitación, sauna, turco, hidromasaje, box lunch, transporte, por un tiempo de 10 días, esto lo mencionaron el 76% , mientras que en segundo lugar con un 17%, expresan que debería ser un mes y finalmente con un 7%, se localiza la opción de 20 días, cabe recalcar que se deberá analizar de acuerdo con el historial médico y el criterio del especialista, el tiempo exacto necesario para poder visualizar mejoras notorias, en un ambiente sano, seguro y de esparcimiento.

27.- ¿Qué menú cree que se debe ofertar en el Complejo Turístico para personas con discapacidad (desayuno-almuerzo-cena)?

Conclusión:

Un balance de comidas variado entre proteínas y vitaminas, que incluya las tres comidas y refrigerios importantes en la alimentación, que vayan acorde a las necesidades de cada uno de los consumidores.

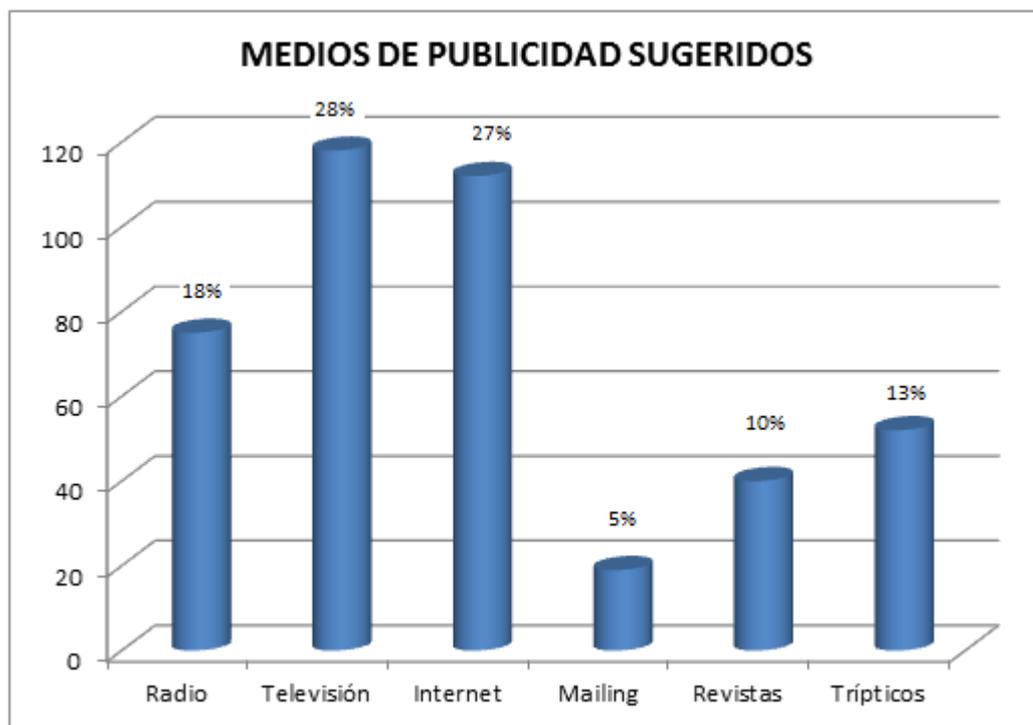
28.- ¿Qué medios de comunicación sugiere para dar a conocer el Complejo Turístico?

Tabla Nº.-2.40 Medios publicitarios sugeridos para el complejo

Medios	# Personas	Porcentaje
Radio	75	18%
Televisión	118	28%
Internet	112	27%
Mailing	19	5%
Revistas	40	10%
Trípticos	52	13%
Total	416	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.30 Medios publicitarios sugeridos para el complejo



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

Mediante los datos recolectados de los encuestados, se puede denotar que existen tres medios de comunicación importantes para la difusión del Complejo Turístico los cuales se encuentran en primer lugar con un 28% la tv, segundo con un 27% internet, y el tercero con un 18% la radio. Lo cual implica que con la finalidad de dar a conocer los servicios al mercado, se deberá utilizar cualquiera de estos tres medios que son de preferencia de los demandantes.

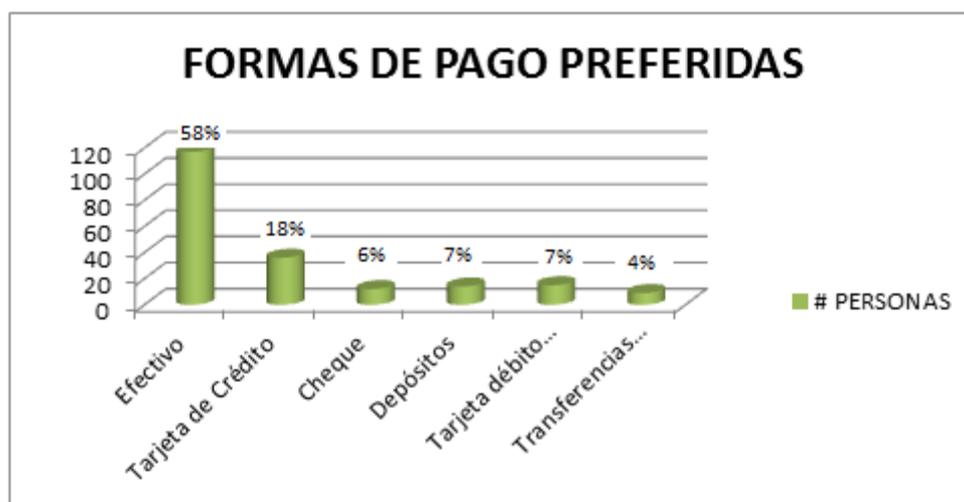
29.- ¿Qué forma de pago usted prefiere a la hora de adquirir un servicio?

TablaNº.-2.41 Forma de pago preferida por los encuestados

Forma de pago	# Personas	Porcentaje
Efectivo	117	58%
Tarjeta de crédito	36	18%
Cheque	12	6%
Depósitos	14	7%
Tarjeta débito automático	15	7%
Transferencias bancarias	9	4%
Total	203	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.31 Formas de pago preferidas por los encuestados



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Conclusión:

Conforme a los datos recopilados de la población encuestada, y el análisis de la tabla las tres formas de pago primordiales a considerar en el Complejo Turístico deberán ser como primer lugar con una mayoría del 58% pago en efectivo, segundo lugar con un 18% se encuentra la tarjeta de crédito, y en un tercer lugar con un 7% se hallan los depósitos y las tarjetas de débito bancario.

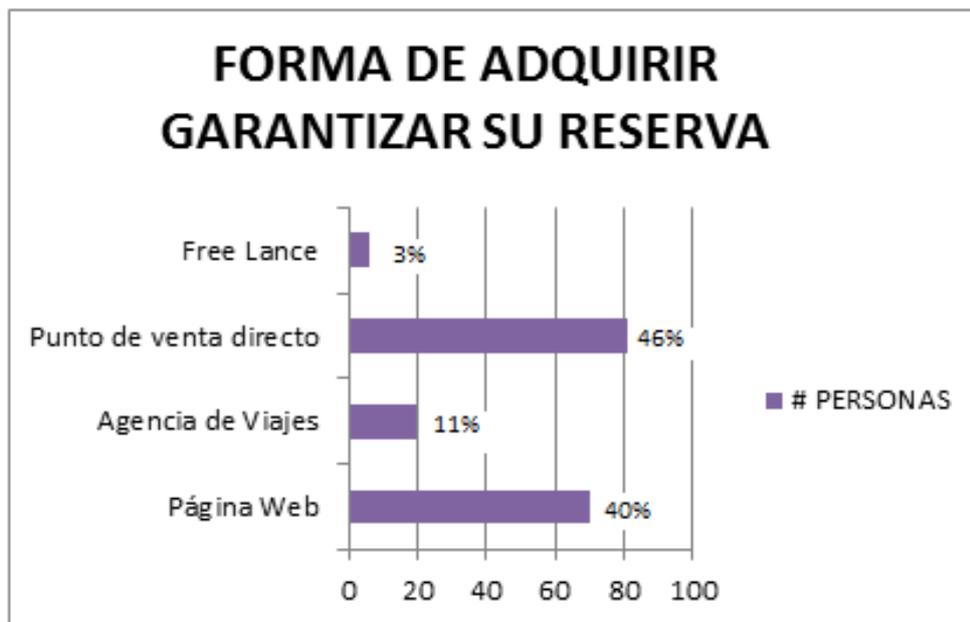
30.- ¿Cómo desearía adquirir el servicio para garantizar su reserva?

Tabla N°.-2.42 Formas preferidas para garantizar la reserva por los encuestados

Forma de reserva	# Personas	Porcentaje
Página web	70	40%
Agencia de viajes	20	11%
Punto de venta directo	81	46%
Free lance	6	3%
Total	177	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Gráfico N°.-2.32 Formas para adquirir el servicio preferido por los encuestados



Fuente y fecha: (encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa.

Conclusión:

Los datos que refleja la gráfica permiten concluir que existen 3 formas para adquirir el servicio y garantizar una reserva, como por ejemplo el 46% de los encuestados coinciden que debería ser mediante un punto de venta directo, mientras que el 40%, lo expresa que debería ser mediante página web y finalmente con un 11%, a través de una agencia de viajes.

31.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por las actividades de (manualidades, bailo terapia, aromaterapia, camping)?.

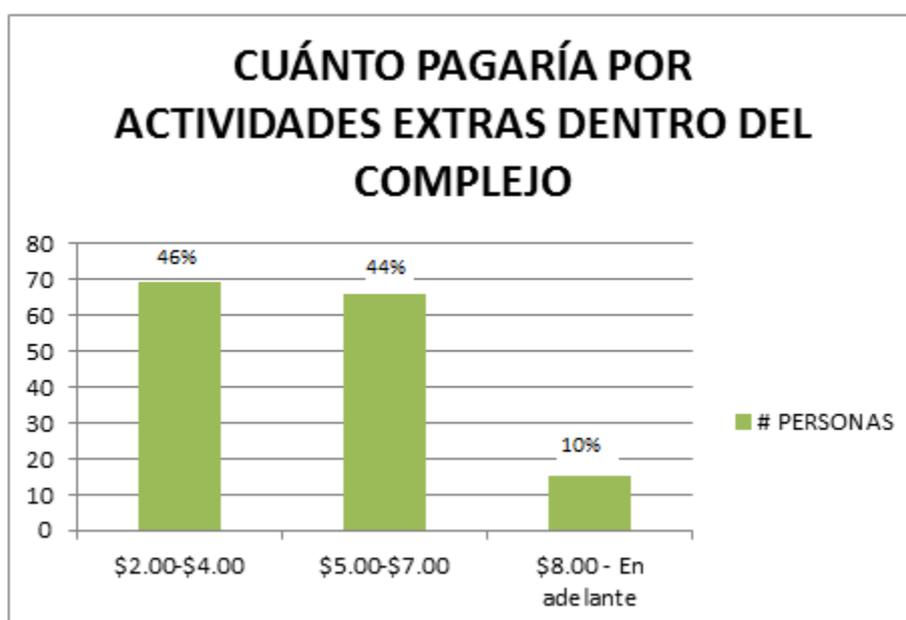
Tabla Nº.-2.43 Costos para actividades extras

Pago	# Personas	Porcentaje
\$2.00-\$4.00	69	46%
\$5.00-\$7.00	66	44%
\$8.00 - en adelante	15	10%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

Gráfico Nº.-2.33 Costos para actividades extras



Fuente y fecha: (encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

Conclusión:

El 46%, están de acuerdo en pagar de \$2 a \$4, por actividades como manualidades, bailo terapia, aromaterapia, camping, mientras que el 44%, opinan que estarían dispuestos a pagar de \$5 a \$7 y finalmente con el 10% estarían dispuestos a pagar de \$8 en adelante.

32.- ¿Qué estimado de dinero consideraría apropiado pagar por el consumo de un plato incluido impuestos?

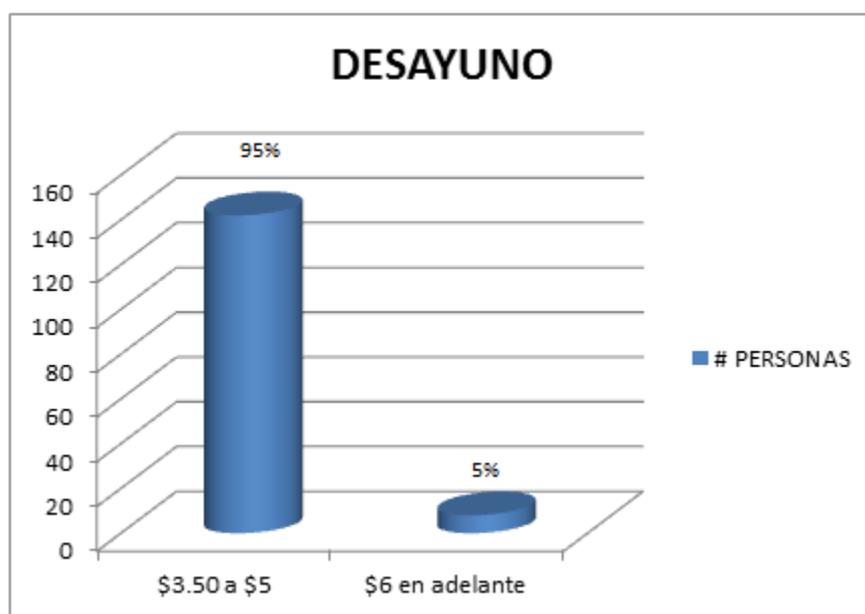
Tabla N°.-2.44 Costo de un desayuno en el Complejo Turístico

Desayuno	# Personas	Porcentaje
\$3.50 a \$5	142	95%
\$6 en adelante	8	5%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

Gráfico N°.-2.34 Costo de un desayuno en el complejo turístico



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

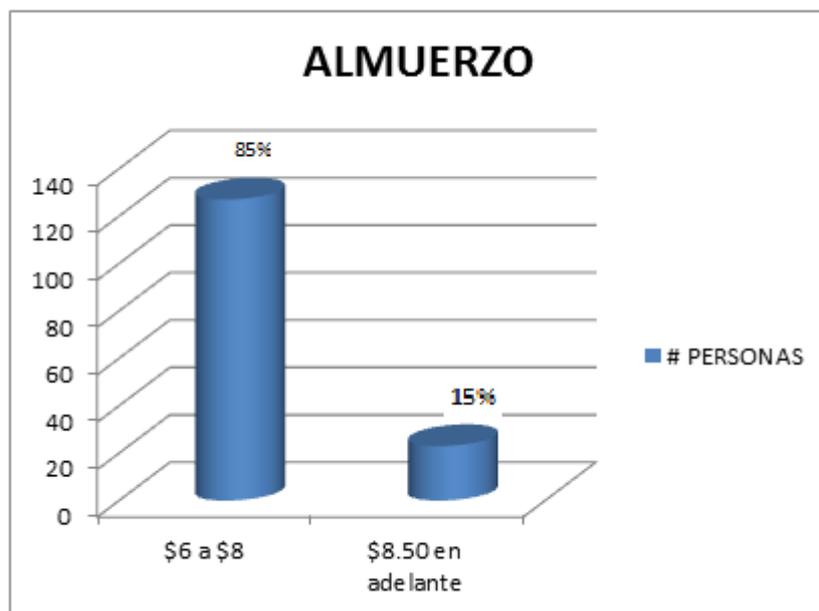
TablaN°.-2.45 Costo de un almuerzo en el Complejo Turístico

Almuerzo	# Personas	Porcentaje
\$6 a \$8	127	85%
\$8.50 en adelante	23	15%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

Gráfico N°.-2.35 Costo de un almuerzo en el Complejo Turístico



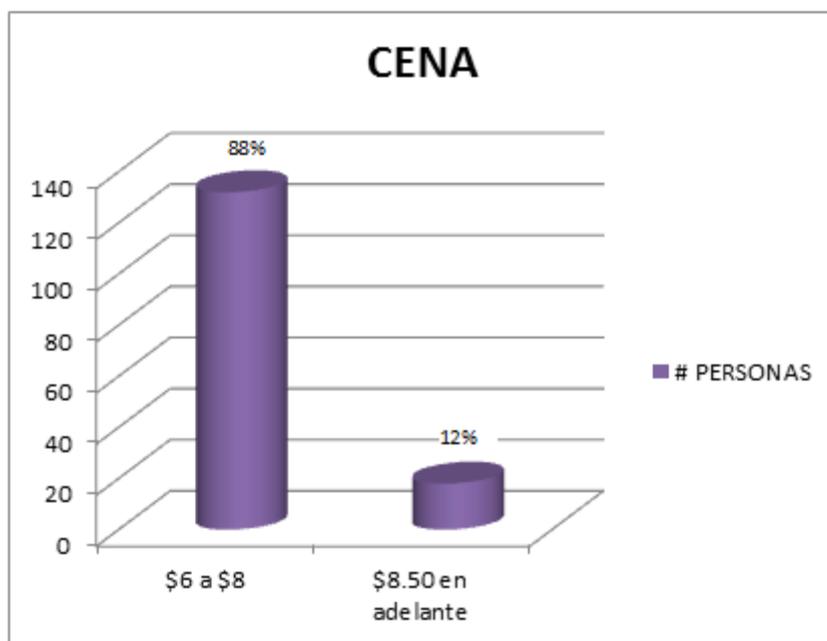
Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa.

Tabla N°.-2.46 Costo de una cena en el Complejo Turístico

Cena	# Personas	Porcentaje
\$6 a \$8	132	88%
\$8.50 en adelante	18	12%
Total	150	100%

Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)
Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

Gráfico N°.-2.36 Costo de una cena en el Complejo Turístico



Fuente y fecha: (Encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

Conclusión:

De acuerdo con el criterio de la muestra referente al estimado de dinero apropiado a pagar por el consumo de un plato incluido impuestos por desayuno se encuentra en el rango de \$3.50 a \$5 con un porcentaje equivalente al 95% , mientras que los datos arrojan que el 85% de encuestados están de acuerdo en pagar por concepto de almuerzo de \$6 a \$8 y finalmente con un 88% de la población encuestada están de acuerdo que el precio de la cena oscile de los \$6 a los \$8 , lo cual permitirá la elaboración de menús en el Complejo Turístico que se ajusten al presupuesto de los visitantes.

2.6.1.4 Perfil del Cliente

De acuerdo al estudio de mercado se determinó que el proyecto se direccionará inicialmente a personas con discapacidad física motora y sus familias, debido a que se pretende llegar a mejorar la calidad de vida física, emocional y espiritual de cada uno de ellos.

Sin embargo este proyecto tiene una visión futurista en la cual se incluye también a personas con otras discapacidades como la visual y auditiva que al momento por tratarse de una inversión privada, no está en condiciones de ponerlo en marcha. Tal es el caso que el Consejo Nacional de Discapacidades(CONADIS) como organismo público regente para este tipo de trabajo social aún no ha cubierto el 100% de estudios sobre todos los diferentes tipos de discapacidades.

Es por ello que aún existe mucho trabajo por hacer para mejorar la accesibilidad, no solo en el plano arquitectónico sino también en el acceso a la información y comunicación.

2.6.1.4.1 Motivo de la Visita

Las personas que visiten el Complejo Turístico incluyente tienen como objetivo mejorar su salud y calidad de vida mediante un ambiente de sano esparcimiento junto con sus familiares, a través de nuestro personal especializado, asegurando altos estándares de calidad en el servicio brindado.

2.6.1.4.2 Predisposición para la Visita.

Según los resultados el 45% de las personas con discapacidad asisten a un complejo turístico, por esta razón se ha tomado en cuenta la presente información recopilada a través de la encuesta para el desarrollo del proyecto, con el propósito de que se encuentre acorde a los requerimientos y necesidades de cada uno de ellos, por tal motivo se ha considerado para el diseño de espacios

físicos el manual de Normas INEN sobre Accesibilidad al medio Físico, con la finalidad de garantizar un ambiente de relax, confort y recreación de sus usuarios.

2.6.1.4.3 Predisposición al Pago

Según los resultados de la encuesta realizada el 84% del total de la muestra estarían dispuestos a pagar de \$8 a \$12 por el ingreso al Complejo Turístico y uso de las instalaciones; además la forma de pago más conveniente con el 58% es el efectivo. El punto de venta directo es el modo preferido por los encuetados para adquirir el servicio. Por otra parte dentro del complejo se brindará actividades extras con un costo adicional a lo que la mayoría estarían dispuestos a cancelar el valor de \$2 a \$4.

Tabla Nº.-2.47 Variables internas del Complejo Turístico

Variables	Categorías
Geográficas	Ecuatorianos y extranjeros
Demográficas	Género, edad, trabaja, no trabaja, con discapacidad, sin discapacidad con familiares.
Psicológicas	Ambiente sano que permita esparcimiento junto a la familia, que contribuya a mejorar su calidad de vida, salud mental y física.

Fuente y fecha: (encuesta tesis de grado, 2013)

Elaborado por: patricio reyes y Johanna Figueroa

De acuerdo al análisis de fuentes secundarias se considera, a la discapacidad físico-motriz, como una de las más frecuentes debido a los accidentes de tránsito, enfermedades degenerativas y mal formaciones congénitas.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 Estudio Organizacional

El Complejo Turístico será organizado como una empresa Cia.Ltda y de acuerdo a la Superintendencia de Compañías, se requiere los siguientes requisitos.

Requisitos para la constitución de una Cia.Ltda. De acuerdo a con la Superintendencia de Compañías y otras entidades públicas:

1. Aprobación del nombre o razón social de la empresa
2. Apertura de la cuenta de integración de capital, en cualquier banco de la ciudad, si la constitución es en numerario.
3. Elevar a escritura, pública la constitución de la empresa en cualquier notaria.
4. Presentación de tres escrituras de constitución con oficio, firmado por un abogado en la Superintendencia de Compañías o en las ventanillas únicas.
5. La Superintendencia de Compañías en el transcurso de 72 horas como máximo puede responder así ;
 - ✓ Cuando hay algún error en la escritura.
 - ✓ Cuando por su objeto debe tener permisos previos, tales como: Agencia Nacional de Tránsito, Ministerio de Gobierno, etc. Se deben realizar todas las observaciones hechas mediante oficio para continuar con el proceso de constitución.

7.- Debe publicar en el periódico de amplia circulación en el domicilio de la empresa por un solo día, (se recomienda comprar tres ejemplares del extracto: 1 para registro mercantil, otro para la superintendencia de compañías y otro para la empresa).

8.- Debe razón de la resolución de constitución en la escritura, en la misma notaria donde obtuvo las escrituras.

9.- Debe obtener la patente municipal (escritura de constitución de la compañía y resolución de la superintendencia de compañías en original y copia .copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal). dirección donde funciona la misma).

10.- Debe inscribir las escrituras en el registro mercantil, para ello debe presentar:

- 3 escrituras con la respectiva resolución de la superintendencia de compañías ya sentadas razón por la notaria;
- Publicación original del extracto
- Copias de cédula de ciudadanía y certificado de votación del compareciente;
- Certificado de inscripción en el registro de la dirección financiera tributaria del Municipio de Quito.

11.- debe inscribir los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa. Para ello debe presentar: acta de junta general donde se nombran al representante legal y administrador y nombramientos originales de cada uno. (por lo menos tres ejemplares).

12.- debe presentar en la Superintendencia de Compañías;

- Escritura con la respectiva resolución de la superintendencia de compañías inscrita en el registro mercantil.
- Periódico en el cual se publicó el extracto (un ejemplo)
- Original o copias certificadas de los nombramientos inscritos en el registro mercantil del representante legal y administrador.

- Copias simples de cédula de ciudadanía o pasaporte del representante legal y administrador,
- Formulario del Ruc lleno y firmado por el Representante Legal .
- Copia simple del pago de agua, luz o teléfono.

13.- La Superintendencia después de verificar que todo este correcto le entrega al usuario:

- Formulario de RUC
- Cumplimiento de obligaciones y existencia legal
- Datos generales
- Nómina de accionistas.

14.- Obtención del RUC en el servicio de rentas internas.

- Formulario RUC 001-a y 01-b suscritos por el representante legal (lleno).
- Original y copia o copia certificada de la escritura de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil.
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.
- Original y copia de la planilla de luz, agua, teléfono.

14.- Debe presentar en la Superintendencia de Compañías, copia simple del ruc previa a la entrega del oficio al banco para retirar los fondos de la cuenta de integración de capital.

Requisitos Para La Obtención De La Licencia Única Anual De Funcionamiento (LUAF)

Establecimientos de Alojamiento, Alimentos y Bebidas, Recreación Diversión y Esparcimiento:

1. Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento (LUAF).
2. Comprobante de pago de la patente municipal y tasa de turismo para el año correspondiente.
3. Inspección del cuerpo de bomberos.
4. Copia del RUC, en caso de existir modificaciones, será necesario el Ruc actualizado.
5. Inspección aprobada de control de calidad.

Requisitos y Formalidades para el Registro

1. Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas de jurídicas.
2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante.
3. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud.
4. Registro único contribuyentes RUC.
5. Justificación del activo real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía.

6. Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, el complejo turístico deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.
7. Contrato de arrendamiento o pago predial del terreno donde va a operar.
8. Formulario de declaración del uno por mil sobre activos fijos (MINTUR)

Requisitos para apertura del RUC:

Formulario RUC 01-A debidamente firmado por el representante legal. En caso de tener establecimientos adicionales a la matriz al juntar también el formulario RUC 01-B debidamente firmado por el representante legal.

Identificación de la sociedad:

- ✓ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de inversión y fondos complementarios Provisionales quienes presentarán sus documentos constitutivos.
- ✓ Original y copia de los datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, a Actos Jurídicos y Accionistas).

Identificación Representante legal:

- ✓ Original y copia , o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios, previsionales quienes no requieren la inscripción en el Registro Mercantil.

Ecuatorianos: Original de la cédula vigente y original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el certificado respectivo emitido por el Consejo Nacional Electoral o Provincial o el registro de ingreso/ salida del país de Migración.

Extranjero Residente: Original de la cédula vigente.

Extranjero no Residente: Original del pasaporte (con hojas de identificación y firma) y tipo de Visa (excepto tipo 12-X: transeúntes); tanto pasaporte como visa deben encontrarse vigentes.

Ubicación de la Matriz y establecimiento, se presentará después de los siguientes:

- ✓ Original y copia de la planilla de los servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o socios y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean

emitidas de manera acumulada y la última no se encuentre vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

- ✓ Original y copia del estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito o telefonía celular. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- ✓ Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente, el mismo que debe corresponder al año en el que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Para aquellos documentos cuyo plazo de vigencia no sea de un año, debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Debe constar a nombre de sociedad, representante legal, accionistas, o socios.
- ✓ Original y copia del contrato de arrendamiento. Debe constar a nombre de la Sociedad representante legal, accionista o socio.
- ✓ Original y copia del contrato de concesión comercial o contrato en comodato. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio.
- ✓ Original y copia de la certificación de la junta parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal, accionista o socio.
- ✓ Se presentará como requisito adicional una carta de sesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos.

se deberá, adjuntar copia de la cédula del cedente y documento de ubicación. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario, tarjeta de crédito o telefonía celular.

Observaciones Generales

- ✓ Los requisitos presentados deberán ser legibles, estar en buenas condiciones y no en papel térmico, sin tachones ni enmendaduras.
- ✓ Las sociedades privadas nacionales o extranjeras que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales deberán presentar el original y copia de pago de la patente municipal. al ser la patente un requisito establecido legalmente para la inscripción en el RUC, el SRI podrá verificar el cumplimiento de tal obligación sin perjuicio de las sanciones correspondientes, por lo que la emisión del RUC no será negada por el incumplimiento de la presentación de este requisito al momento de realizar su trámite.

Verificación de la ubicación de las sociedades Privadas

- ✓ Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico o agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.
- ✓ Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al año en que se realiza la inscripción, o de inmediatamente anterior.

- ✓ Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

Requisitos para Registro Patronal del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social:

- ✓ Certificado de Votación del representante legal
- ✓ solicitud de clave firmada por el representante legal y delegado.
- ✓ Copia de luz, agua o teléfono.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Original y copia a color cédulas del representante legal y delegado.
- ✓ Copia a color última papeleta de votación / Certificado de abstención del representante legal y delegado.

Requisitos para Inspección de Bomberos

- ✓ Cumplimiento de planos de acuerdo a la Memoria Técnica del Sistema de Protección contra Incendios del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito.
- ✓ Elaboración de un Plan de Emergencia para la respectiva aprobación y estudio del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito.

Requisitos para la aprobación del carné de salud para manipulación de alimentos conforme a la Dirección Provincial de Salud.

- ✓ Examen de sangre o biometría hemática.

- ✓ Examen de orina y Heces
- ✓ Examen de glucosa y hemoglobina
- ✓ Examen de VIH

Requisitos de la Obtención de la Licencia por el uso de la Música de la Sayce en Centros de Recreación.

La obtención de la licencia por el uso de la música, a través del pago anual correspondiente, faculta al local o establecimiento a hacer uso de todas las obras musicales nacionales o extranjeras.

Por difusión pública de obras administrativas por SAYCE pagarán anualmente un equivalente al 75% de un Salario Básico Unificado más IVA, este pago no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrarán por cada una.

- ✓ Nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Copia a color de la Cédula y papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Pago de un servicio básico de (agua, luz, teléfono).
- ✓ Copia a color de la Patente Municipal
- ✓ Copia del RUC

Requisitos para Registro y categorización de establecimientos de Alojamiento-Alimentos y Bebidas de acuerdo con el Ministerio de Turismo.

- ✓ Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- ✓ Nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Copia a color de la Cédula y papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Copia a color de la Patente Municipal
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social, (Nombre comercial del establecimiento). Av. República y Avenida Diego de Almagro (Edif. Fórum 1er piso).
- ✓ Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- ✓ Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
- ✓ Declaración de activos fijos para cancelación de 1 por mil (Formulario del Ministerio de Turismo).
- ✓ Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos.
(Firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal sobre los valores declarados).

Requisitos para obtener por primera vez la Patente Municipal.

- ✓ Formulario debidamente lleno (descargar de la página web www@quito.gob.ec).
- ✓ Número de predio donde se ejerce la actividad económica de la Compañía.
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Copia del RUC (Si ya lo tiene).

- ✓ Formulario de uso de medios electrónicos.

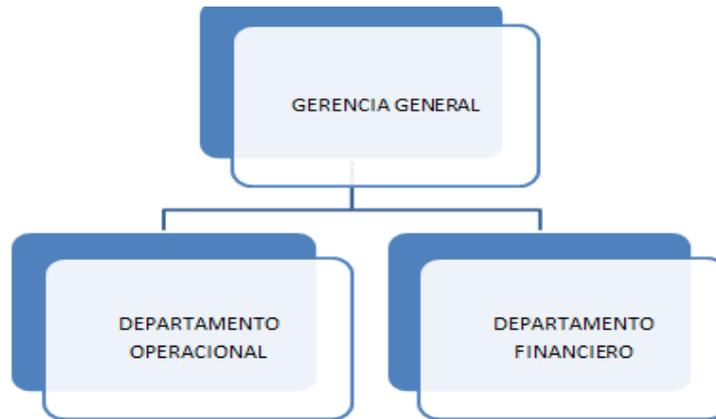
Inscripción del Nombramiento del Representante Legal en el Registro Mercantil.

- ✓ Tres escrituras de la resolución de la Superintendencia de Compañías ya sentadas razón por la notaría.
- ✓ Publicación original del extracto.
- ✓ Copias de cédula de ciudadanía y el certificado de votación del compareciente.
- ✓ Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio de Quito.

3.1.1 Organigrama Estructural

Permite establecer la línea jerárquica y las relaciones de autoridad en la organización.

Figura Nº.-3.1 Organigrama Estructural del Complejo Turístico

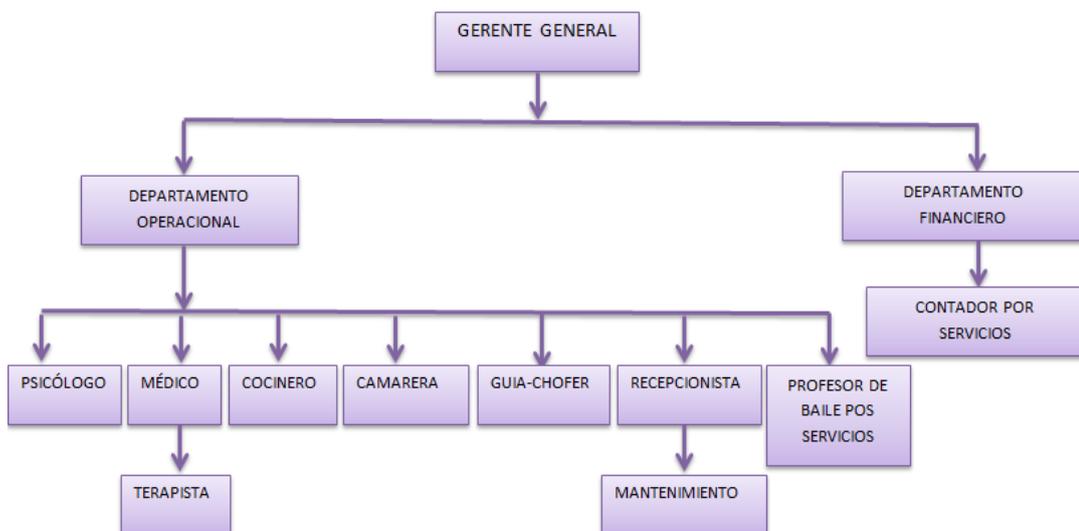


Fuente y Fecha: (Tesis de grado, 2013)
 Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

3.1.2 Organigrama Funcional

La presente figura explica sobre las funciones que tienen asignados los distintos órganos o departamentos que conforman la empresa.

Figura Nº.-3.2 Organigrama Funcional del Complejo Turístico

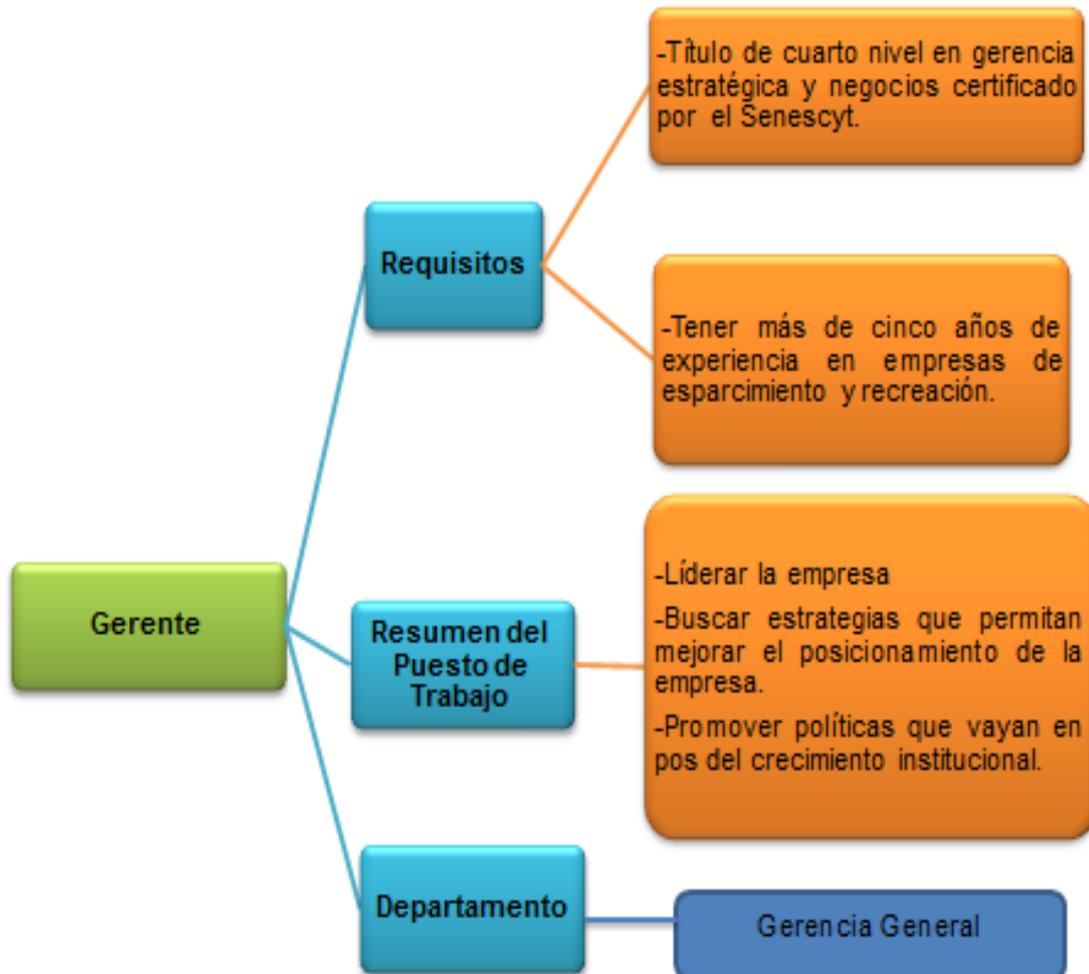


Fuente y Fecha: (Tesis de grado, 2013)
 Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

3.1.3 Perfil de los Puestos

A continuación se detalla los requerimientos que deben tener las personas para ocupar cada uno de los cargos en la organización.

Figura N°.-3.3 Perfil del Gerente General del Complejo Turístico



Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Figura N°.-3.4 Perfil del Contador Externo del Complejo Turístico



Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
 Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Figura N°.-3.5 Perfil del Terapeuta del Complejo Turístico



Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
 Autores: Johanna Figueroa y Patricio Reyes

Figura N°.-3.6 Perfil del Cocinero del Complejo Turístico



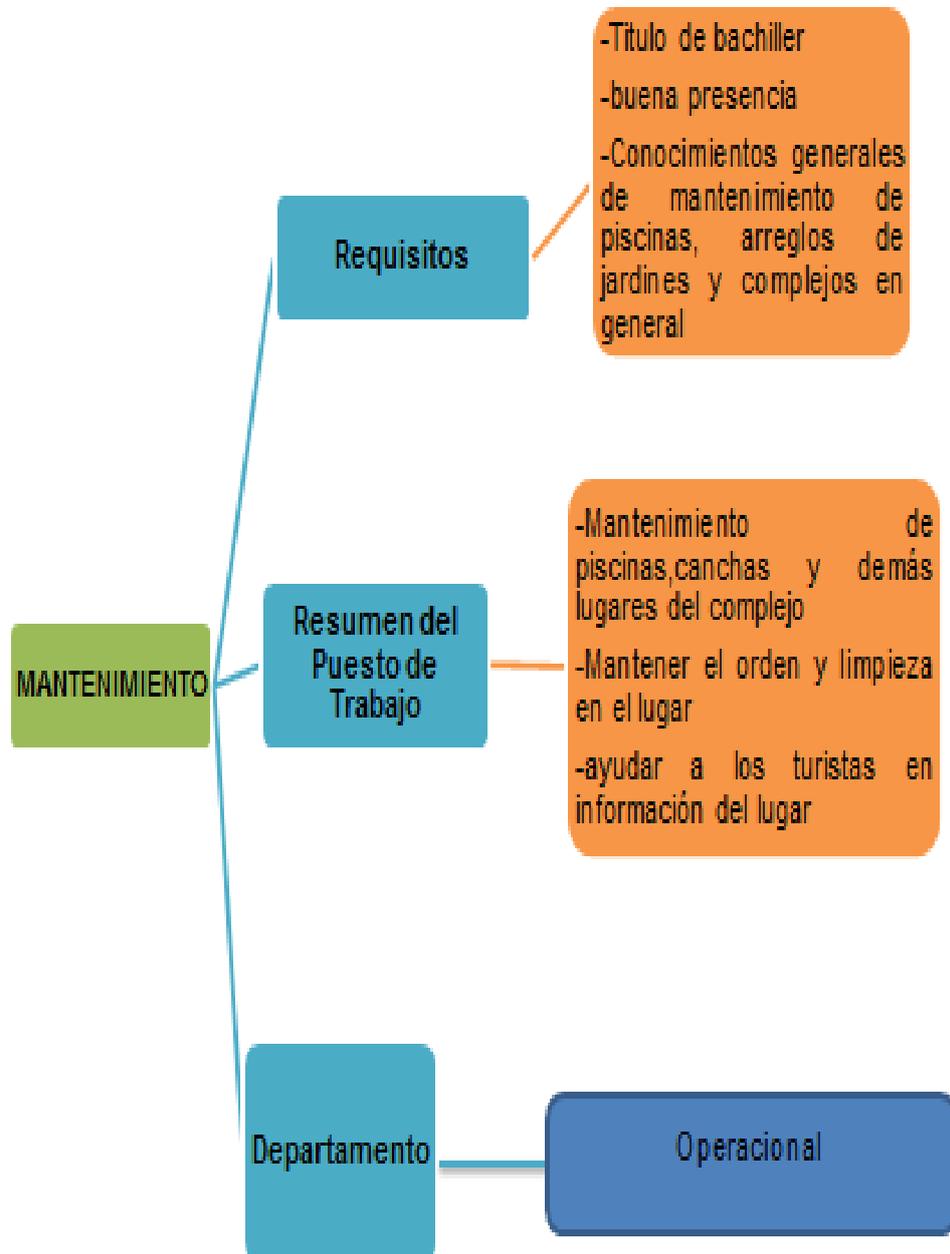
Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
 Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Figura Nº.-3.7 Perfil del Psicólogo del Complejo Turístico



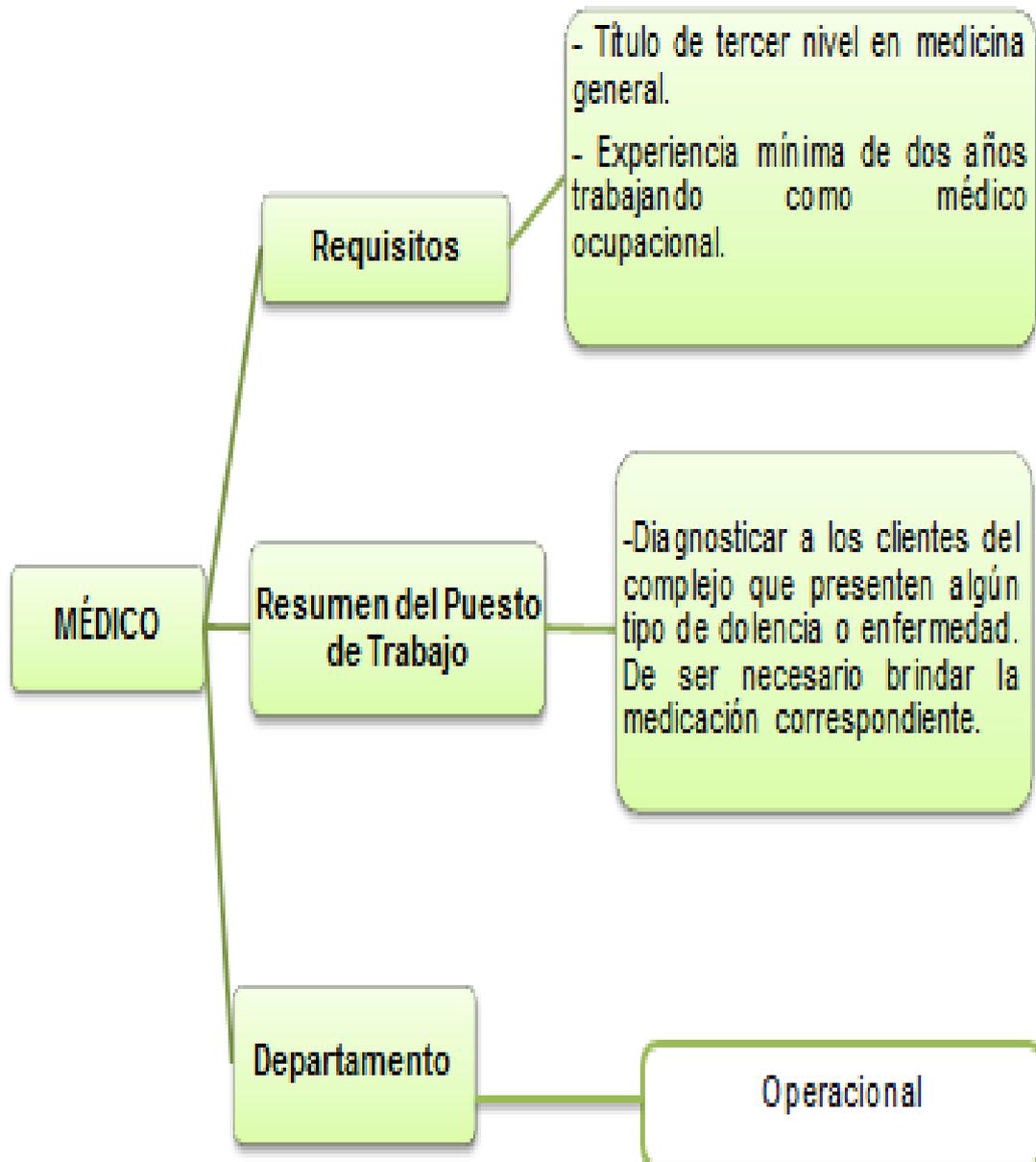
Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Figura N°.-3.8 Perfil de la persona de Mantenimiento Complejo Turístico



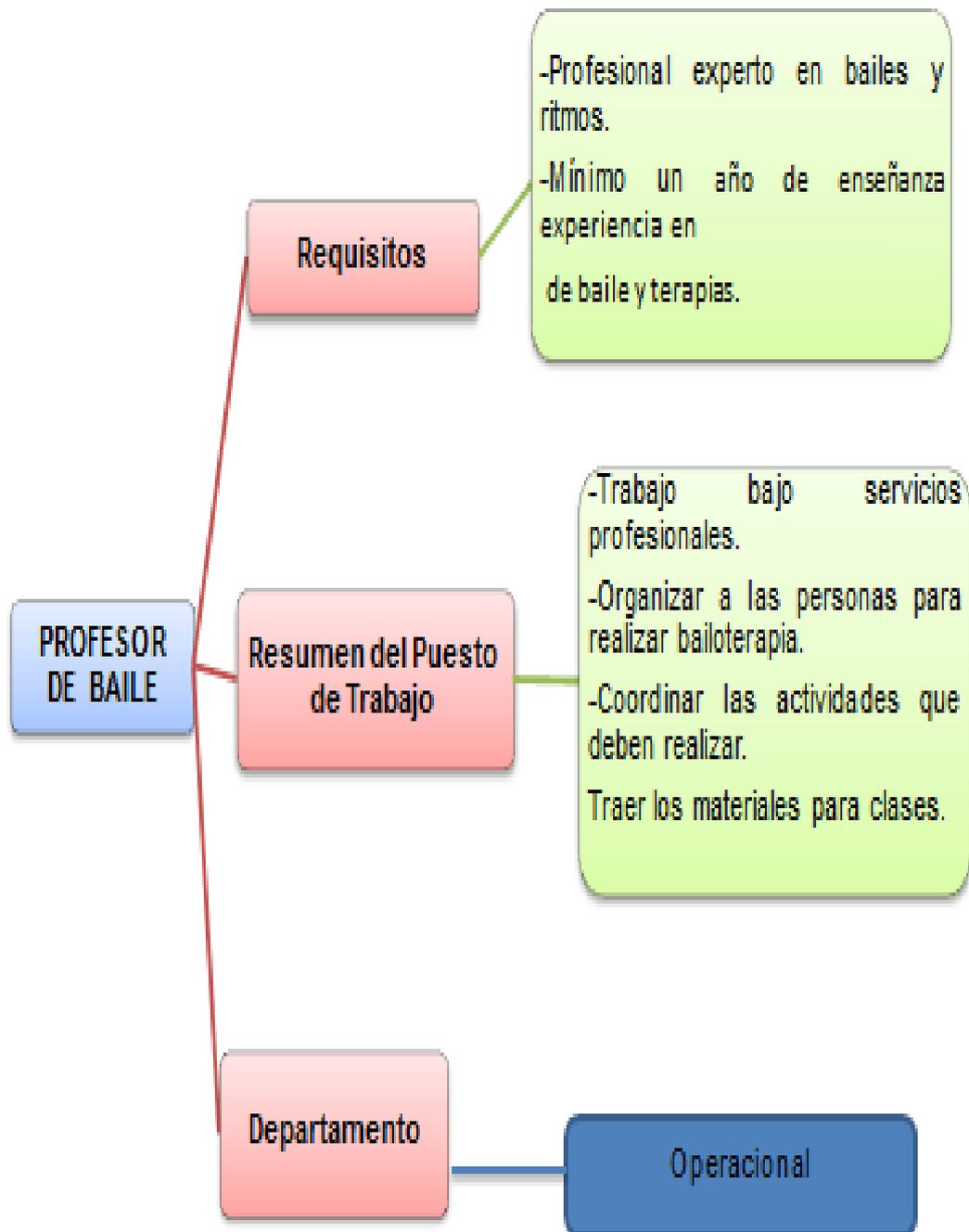
Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Figura N°.-3.9 Perfil del Médico del Complejo Turístico



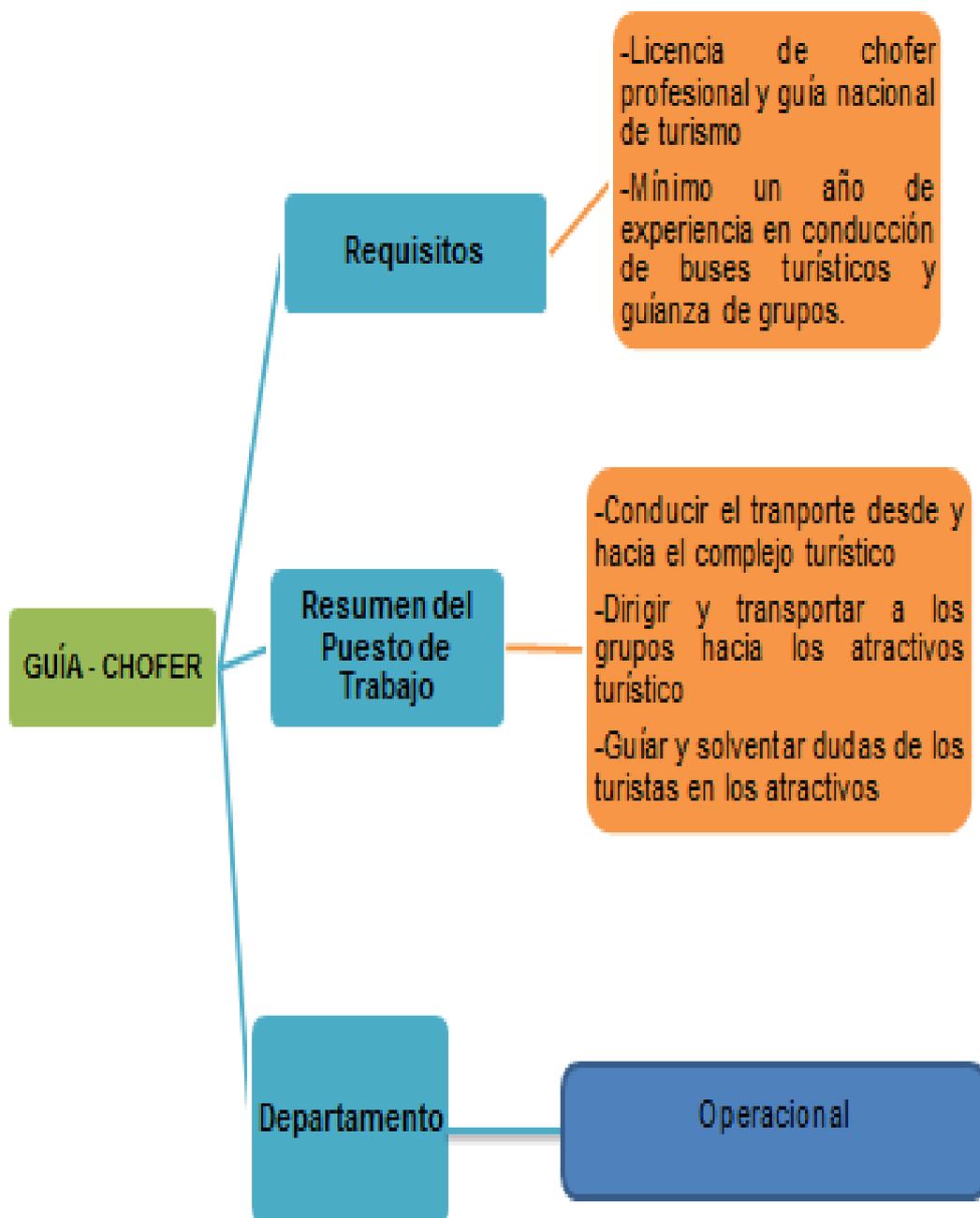
Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Figura Nº.-3.10 Perfil del Profesor de Baile del Complejo Turístico



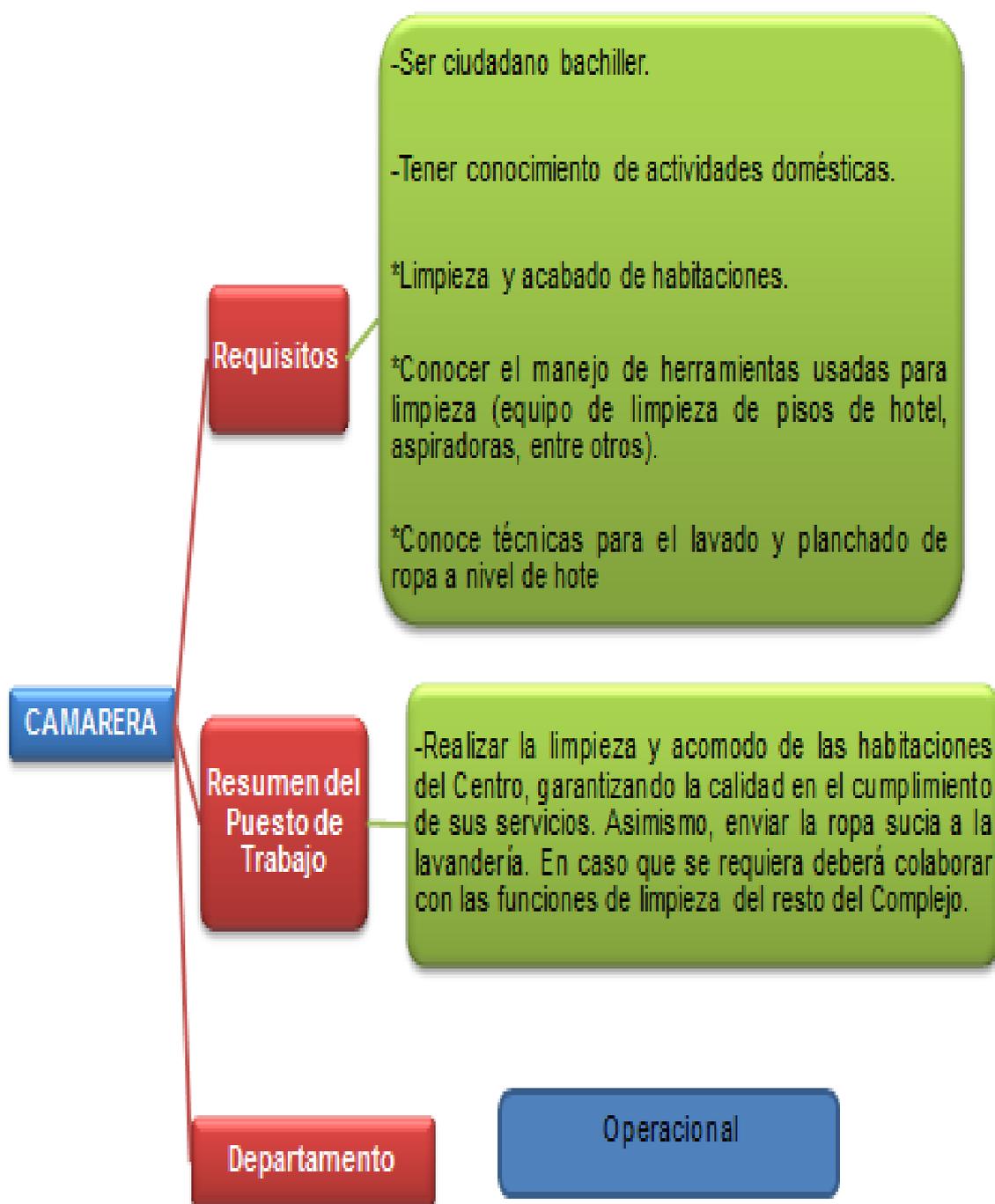
Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Figura N°.-3.11 Perfil del Guía Chofer del Complejo Turístico



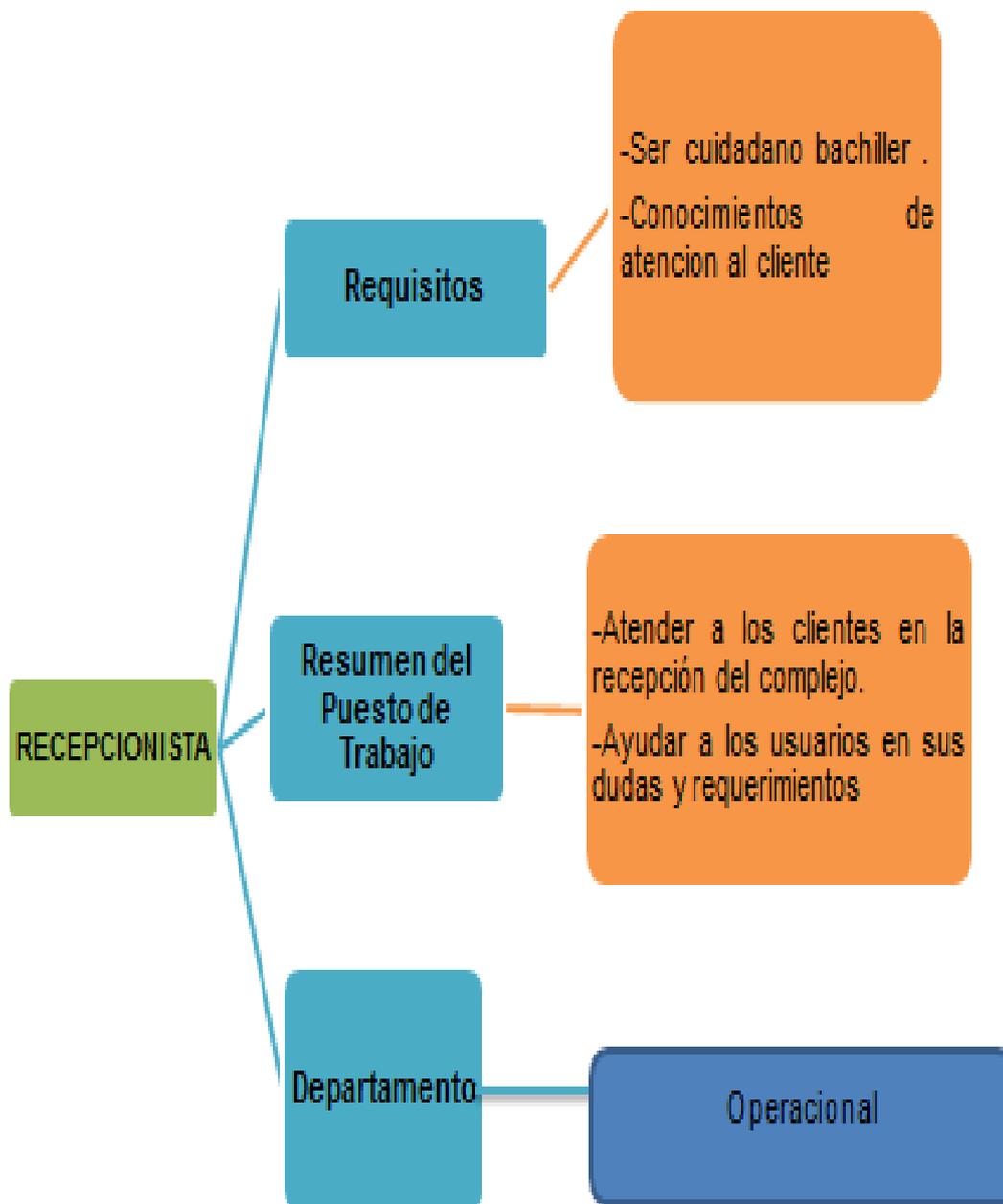
Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Figura N°.-3.12 Perfil de la Camarera del Complejo Turístico



Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Figura N°.-3.13 Perfil del Recepcionista del Complejo Turístico



Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

3.2 Filosofía Empresarial

Complejo Turístico **Ankally-Yaku** significado del quechua Aymara al español es:
AGUAS TRANQUILAS

3.2.1 Logotipo

Imagen N°.-3.1 Logotipo del Complejo Turístico Ankally Yaku



Fuente y fecha: (Papelería Patria, 2013)
Autores: Papelería Patria

Isólogo

Imagen N°.-3.2 Isólogo del Complejo Turístico Ankally- Yaku



Fuente y fecha: (Papelería Patria, 2013)
Autores: Papelería Patria

Imagen Nº.-3.3 Isotipo del Complejo Turístico Ankally - Yaku

Nombre de la empresa:



Espacios verdes existentes en el complejo

Espacios con agua

Isotipo



El diseño es una representación de personas, espacios verdes existentes en el complejo, además de que el color expresa vida y energía.



Esto representa gráficamente los espacios existentes con agua en un complejo.

Fuente y fecha: (Papelería Patria, 2013)

Autores: Papelería Patria

Imagen Nº.-3.4 Fondo de logotipo del Complejo Turístico Ankally- Yaku



Fondo cielo que expresa seguridad y armonía.

Fuente y fecha: (Papelería Patria, 2013)

Autores: Papelería Patria

3.2.2 Slogan

“Diversión Sin Barreras”

Representa la accesibilidad de las personas con discapacidad a los diferentes servicios ofertados por el Complejo Turístico.

De acuerdo con la filosofía empresarial que se llevará a cabo para el presente proyecto se detallan los siguientes:

3.2.3 Misión

Satisfacer totalmente las expectativas de vacaciones, recreación y esparcimiento de todos nuestros visitantes con discapacidad y sus familias, al ofertar rehabilitación física, con tarifas preferenciales y manteniendo un alto estándar de calidad en el servicio brindado por personal especializado de nuestra compañía, con la finalidad de contribuir con el progreso y bienestar de nuestros usuarios de manera incluyente.

3.2.4 Visión

Al 2025, ser líder en la prestación de servicios turísticos y hoteleros accesibles con calidad, asistencia, oportunidad, y competitividad; reconocido a nivel nacional e internacional, que integre a personas con distintas discapacidades existentes en el medio.

3.2.5 Valores

Los valores en los cuales el Complejo Turístico Ankally-Yaku va enfocarse son:

✚ **Ética Profesional.-** se verá representada en cada una de las operaciones del Complejo Turístico a través de su normativa para con los colaboradores y usuarios.

✚ **Inclusión.-** este parámetro se llevará a cabo mediante actividades de esparcimiento y recreación que involucre a personas con deficiencia o condición discapacitante con sus familias.

✚ **Respeto.-** será practicado mediante el dogma de libertad de pensamiento, se efectuará con todos los miembros de la organización, accionistas, proveedores, estado y clientes. Entendiendo que el límite está cuando nos vamos al espacio de los demás.

✚ **Vocación de servicio.-** es la predisposición, interés y ganas para servir y ayudar a los demás, se lo practica con los empleados, accionistas, estado y por sobre todo con los clientes.

✚ **Solidaridad:** es la colaboración y ayuda que existe entre todas las personas, para sobresalir de alguna situación, problema o para intentar alcanzar un objetivo. Se manifestará entre empleados, estado y clientes.

A continuación se puede visualizar el cuadro representativo de los valores empresariales.

Tabla N°.- 3.1 Práctica de Valores en el Medioambiental

	Empleados	Proveedores	Accionistas	Estado	Clientes
Ética Profesional	X	X	X	X	
Inclusión	X			X	X
Respeto	X	X	X	X	X
Vocación de servicio	X		X	X	X
Solidaridad	X			X	X

Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)
 Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

3.2.6 Código de Ética

Las personas con discapacidad son etiquetadas, estigmatizadas, marcadas de por vida por el solo hecho de ser diferentes y colocadas en una posición de inferioridad. Esto ha generado, actitudes de rechazo, lástima, angustia e incomodidad, también conductas de sobreprotección familiar, lo que conduce a tratarlos como personas incapaces de valerse por sí mismas, potenciarse y desarrollarse.

La persona con alguna condición discapacitante, siendo en teoría una persona con los mismos derechos que las demás, se ve impedido de ejercerlos por las conductas de discriminación que la sociedad les manifiesta, haciéndoles sentirse como "ciudadanos de segunda clase". Es por ello que toda investigación según lo

determina la organización mundial de la salud OMS(1993), deberá realizarse de acuerdo con tres principios éticos básicos: respeto por las personas, beneficencia y justicia. En forma general, se concuerda en que estos principios que en teoría tienen igual fuerza moral, guíen la preparación responsable de protocolos de investigación. Según las circunstancias, los principios pueden expresarse de manera diferente, adjudicárseles diferente peso moral y su aplicación puede conducir a distintas decisiones o cursos de acción. Las presentes pautas están dirigidas a la aplicación de estos principios en la investigación.(p.9)

A continuación se detallará el código de ética perteneciente al Complejo Turístico.

- ✓ Todos los colaboradores del establecimiento deben aceptar su responsabilidad personal por el cumplimiento al realizar sus labores con honradez, cuidado, diligencia, profesionalismo, imparcialidad e integridad.
- ✓ Capacitar a todo el personal a través de talleres de sensibilización y turismo accesible con la finalidad de instruirlos para dar atención especializada a personas con discapacidad físico-motriz para contribuir con el crecimiento humano y profesional de los colaboradores, lo cual permitirá el desarrollo óptimo de sus actividades.
- ✓ La familia es fundamental en la rehabilitación e integración del discapacitado, por tanto para la adquisición de paquetes turísticos, se deberá realizar un chequeo médico previo bajo la supervisión de un familiar, para determinar el tiempo exacto de terapia necesario para el usuario.
- ✓ Evitar la sobreprotección de los familiares que impidan que la persona en condición discapacitante pueda valerse por sí misma, mediante actividades de recreación y esparcimiento que integren al discapacitado con su núcleo familiar.

- ✓ Contribuir a mejorar la calidad de vida de las población con discapacidad físico-motora, a través de la participación de un turismo accesible y seguro que garantice sus derechos y promueva la en igualdad de oportunidades.
- ✓ Incentivar valores de solidaridad y respeto mutuo para la superación de la discriminación social, que impide la inclusión de la población con discapacidad en el medio local.
- ✓ Promover la participación de las personas con discapacidad, a través de eventos turísticos de emprendimiento empresarial con la finalidad de que exista participación social de este sector, mediante la utilización esporádica del aula multiusos.

3.3 ANÁLISIS FODA

En base a la elaboración de un listado de ventajas y desventajas del Complejo Turístico Ankally-Yaku se efectuó el análisis FODA a fin de diseñar una serie de propuestas para la planificación.

Tabla N.-3.2ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>La parroquia Pintag posee una ubicación geográfica privilegiada, cerca de grandes centros urbanos como lo son Quito y Sangolquí. Además de estar cerca al aeropuerto, se destaca por su buena accesibilidad terrestre (rutas y transporte).</p>	<p>El gobierno a través de la Corporación Financiera Nacional apoya con créditos a proyectos innovadores y de inclusión social, que fomenten el buen vivir, por sobre todo en el sector de las personas con discapacidad, antes marginado.</p>
<p>El Complejo Turístico constituye un modelo de inclusión como empresa prestadora de servicios turísticos y hoteleros con accesibilidad.</p>	<p>La legislación sobre discapacidades ampara la inclusión laboral de las personas con alguna condición discapacitante, por tanto se convierte en un mercado accesible escasamente explotado.</p>
<p>Cuenta con transporte accesible que facilite la movilización de las personas con discapacidad hacia el complejo turístico, por medio de un vehículo acoplado para el uso de personas con movilidad reducida.</p>	<p>La escasa competencia en el mercado de turismo accesible permitirá que el complejo turístico sea el pionero en este ámbito, a través del desarrollo de un turismo de conciencia, mediante las relaciones entre humanos y naturaleza.</p>
<p>Posee paquetes turísticos que ofertan terapia física en un lugar de recreación y esparcimiento a precios asequibles.</p>	<p>La existencia de empresas privadas que se encuentren interesadas en contribuir con una parte de sus ganancias a proyectos de inclusión social.</p>

DEBILIDADES	AMENAZAS
El complejo al ser nuevo es desconocido por parte del entorno, ya que no se cuenta con una cartera de clientes ni de proveedores.	<i>Concentración de la población en la cabecera parroquial con asentamientos dispersos en el sector rural, la cual en un futuro no muy lejano podría representar una competencia indirecta.</i>
La inexperiencia en el mercado turístico accesible no permitirá determinar con certeza las temporadas alta y baja en el transcurso del primer año.	<i>Adopciones de comportamientos que permitan que las personas con algún tipo de condición discapacitante declinen de continuar asistiendo a terapias, en un sitio que brinde actividades de relax y esparcimiento.</i>
Impericia para emplear un método de paridad competitiva, al establecer un presupuesto de promoción para igualar los gastos de los competidores indirectos, con base al promedio de la industria, ya que no existe competencia directa.	<i>Falta de datos históricos que permitan realizar un estudio más profundo sobre el crecimiento o decrecimiento de las personas con discapacidad a nivel nacional.</i>
La falta de una lista referencial de precios, por la escasa competencia, que permita direccionar una estrategia, con respecto a ese tema.	<i>Fenómenos naturales, como erupciones volcánicas que se pueden presentar del Antisana o Cotopaxi, y también un suelo propenso a erosión.</i>

Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)

Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

3.4 Impactos Cruzados (Estrategias Ofensivas y Defensivas)

De acuerdo a RogerBest(2008), propone elaborar la matriz de estrategias ofensivas y defensivas , que a continuación se detalla.(p.45)

Tabla N°.-3.3 Análisis de Impactos Cruzados

Estrategias Ofensivas (f +o)	Estrategias Defensivas (f+a)
La escasa existencia de competidores indirectos en el sector permitirá que el proyecto se desarrolle como modelo de inclusión social.	Capacitación continua del personal para obtener un servicio con diferenciación, que garantice el retorno de sus usuarios y estos se multipliquen.
Realizar alianzas con clientes corporativos, para disminuir el costo de los servicios y ofertar paquetes turísticos a precios asequibles.	Establecer estrategias de fidelización que permitan mantener la cartera de clientes, mediante el uso de herramientas comunicacionales que garanticen su lealtad evitando que desistan de continuar asistiendo al complejo.
Posicionar el Complejo Turístico como proyecto incluyente mediante el uso de estrategias de comunicación, distribución y un servicio diferenciado, que beneficien tanto a clientes como a propietarios.	Establecer estrategias de vinculación con la comunidad, a fin evitar que los pequeños asentamientos del sector se conviertan en posibles competidores indirectos.

Fuente y fecha: (Tesis de grado, 2013)

Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

3.5 Estudio Técnico

3.5.1 Ubicación del Complejo.

El Complejo Turístico denominado Ankally-Yaku, se encontrará localizado en la provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia Pintag, para lo cual a continuación se presentará la siguiente gráfica:

Imagen N°.-3.5 Mapa de la Parroquia de Pintag



Fuente y fecha: (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2013)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

3.5.2 Plano del Complejo.

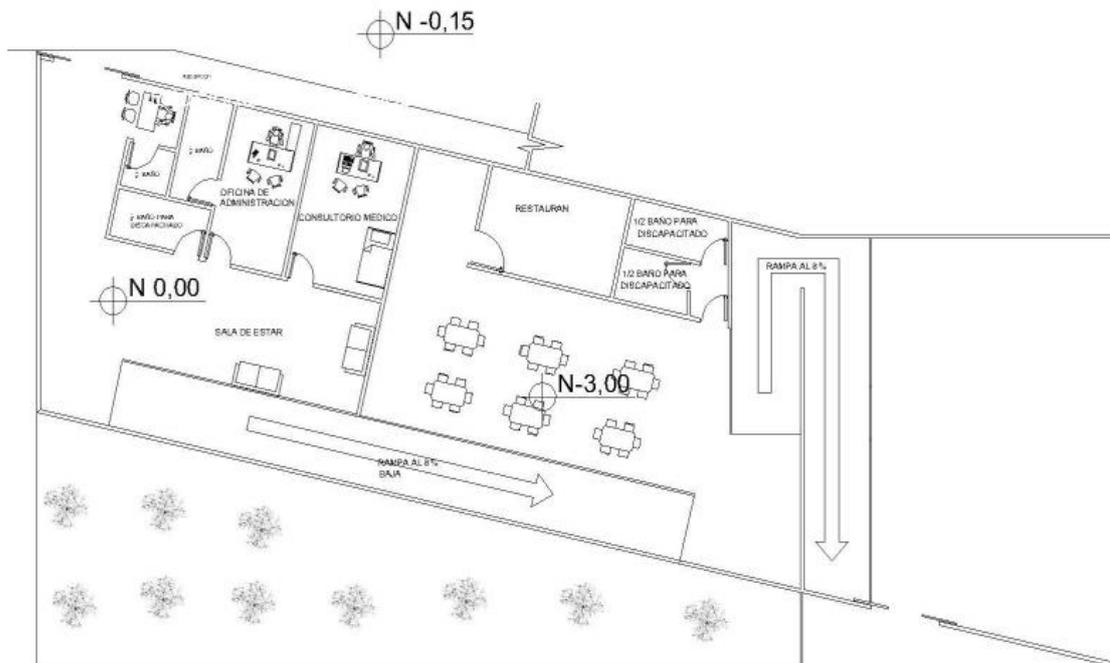
Mediante la ayuda del Arquitecto Patricio Narváez, se logró desarrollar el siguiente plano.

Esta es la foto principal donde se encuentra la distribución física del Complejo Turístico, por tanto para la elaboración del plano se ha tomado en cuenta los parámetros establecidos en la legislación sobre discapacidades, conforme lo expresa el art. 58 referente a la accesibilidad.

Debido a esto el Arquitecto Patricio Narváez, quien fuera la persona que permitió llevar a la realidad la idea a través del 3D y plano correspondiente el cual podrá ser observado de manera más detallada posteriormente en los anexos.

El Complejo Turístico contará con adecuaciones especiales, que le brindan el valor agregado a lo establecido por la ley, la cual se puede verificar más adelante en la parte de distribución física.

Imagen N°.- 3.6 Plano del Complejo Turístico Ankally – Yaku



Fuente y fecha: (Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Arq. Patricio Narváez

3.5.3 Distribución Física

- **Área de Camping:** está comprendida por un terreno de 9000 m, en el cual; se distribuirá áreas verdes, que brindarán a los visitantes ese espacio de descanso en un sano ambiente que les permita relajarse y pasar un momento agradable.

Imagen N°.- 3.7 Áreas verdes del Complejo Turístico Ankally–Yaku

Tres Cabañas con Tres Habitaciones: Dentro de estas existirá baños con accesibilidad. En estos se encontrarán accesorios que facilitarán el movimiento y uso de los servicios, las dimensiones son 2.20 por 1.80 metros de área total, además el lavamanos está localizado a 50 cm del piso, conforme lo dice el Extracto del Manual de normas INEN sobre Accesibilidad al Medio Físico. Una de las cabañas contará con una cocina y mesón los cuales estarán adaptados para el uso de las personas con discapacidad, donde si lo desean podrán preparar sus propios alimentos y convivir con los demás.

Descripción de las Habitaciones de las Cabañas:

El complejo turístico contará con Habitaciones especialmente pensadas para personas con dificultades de movilidad o que quieran disfrutar de las ventajas de movimiento que ofrecen este tipo de habitaciones. Amplias, tranquilas, cómodas, disponen de una cama con colchón de 1,60 x 2,00 m. Con decoración moderna y cuidada, mobiliario funcional. Perfecta insonorización.

Servicios

- Prensa gratuita en el lobby.
- Servicio despertador 24 horas.
- Room - Service

Equipamiento:

- Conexión WIFI gratuita 24h.
- Teléfono en el dormitorio.
- Calefacción
- TV 32".
- Mesa de trabajo.

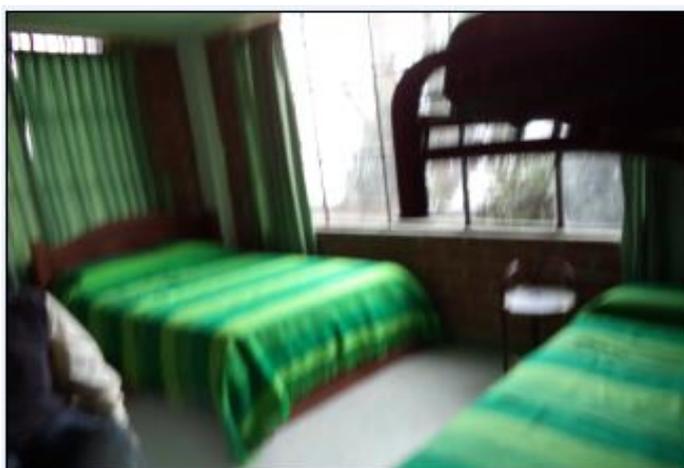
Cabañas con Accesibilidad

Imagen N°.- 3.9 Fotografía de señalética de accesibilidad Hostal las Granadillas.



Fuente y fecha: (Hostal las Granadillas, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Imagen N°.- 3.10 Fotografía de Habitación Triple con accesibilidad Hostal las Granadillas.



Fuente y fecha: (Hostal las Granadillas, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Cocina con Accesibilidad

Imagen Nº.- 3.11 Fotografía Mesón y Cocina para personas con Discapacidad



Fuente y fecha: (Hostal las Granadillas, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

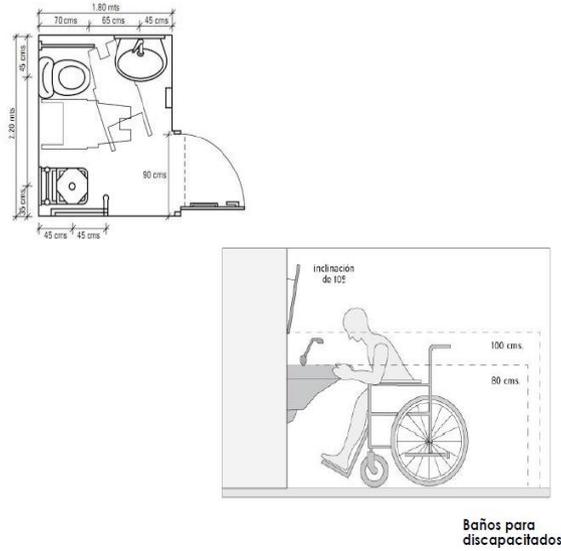
Imagen Nº.- 3.12 Fotografía señor Alfonso Morales propietario de Hostal las Granadillas.



Fuente y fecha: (Hostal las Granadillas, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Baño con Accesibilidad

Imagen Nº.- 3.13 Planos y medidas de Baños con Accesibilidad



Fuente y fecha: (Baño público 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Imagen Nº.- 3.14 Fotografía General de Baños con Accesibilidad.



Fuente y fecha: (Baño público, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Imagen Nº.- 3.15 Fotografía de Servicio Higiénico con Accesibilidad.



Fuente y fecha: (Baño público 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Ducha con Accesibilidad

Imagen Nº.- 3.16 Fotografía baños con accesibilidad de Hostal las Granadillas, señor Alfonso Morales



Fuente y fecha: (Hostal las Granadillas, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Imagen N°.- 3.17 Bañera para personas con Discapacidad.



Fuente y fecha: (Hostal las Granadillas, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Imagen N°.- 3.18 Fotografía bañera de la Hostal las Granadillas, señor Alfonso Morales



Fuente y fecha: (Hostal las Granadillas, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Imagen N°.- 3.19 Arnés facilitador de movimiento en el baño

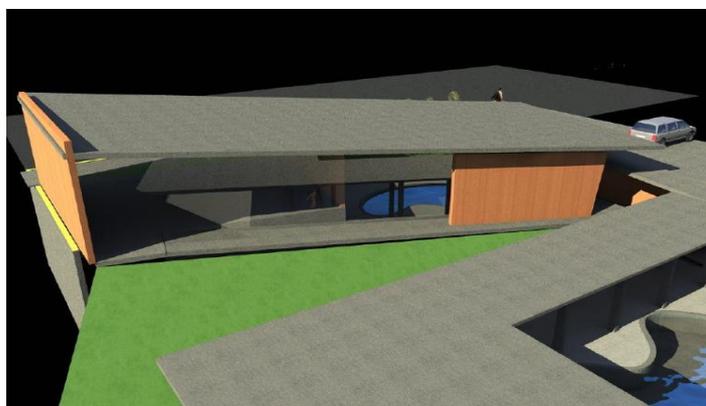


Fuente y fecha: (Hostal las Granadillas, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Pasillos con Accesos de Rampas: Los caminos del complejo serán adaptados para la circulación con accesibilidad, los cuales estarán diseñados con el objetivo de que todos puedan circular sin problemas, cabe mencionar que los accesos han sido elaborados con una inclinación de hasta 15 grados que permita el ascenso y descenso en una silla de ruedas sin necesidad de ayuda.

Imagen N°.- 3.20 Primera parte y accesos con rampas del Complejo Turístico Ankally–Yaku



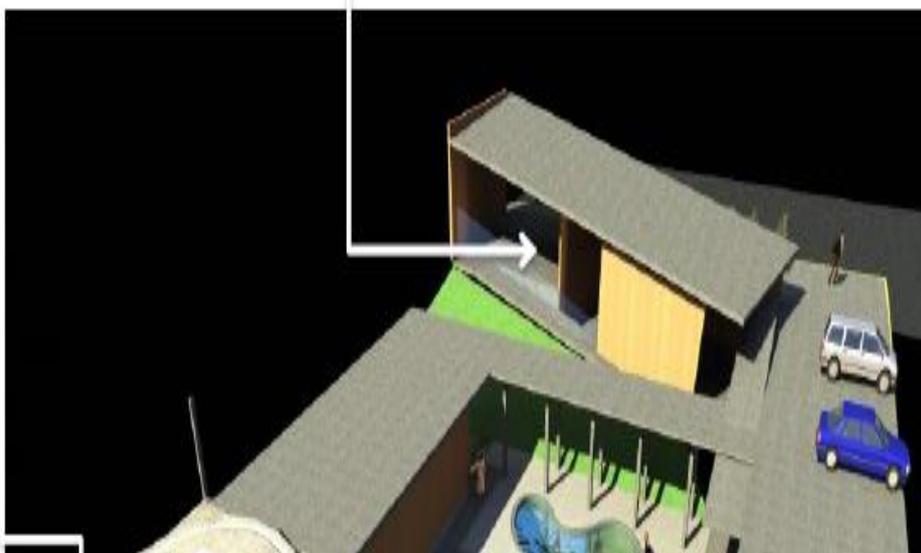
Fuente y fecha: (Manual de Infraestructura Accesible del Consejo Nacional de Discapacidades, 2013)

Elaborado por: (Arq. Patricio Narváez, 2013)

Departamento Médico y Psicológico: Este lugar será donde se atenderá, en caso de alguna emergencia a los usuarios, estará compuesto por dos escritorios en los que trabajaran tanto el médico como el psicólogo, además constará de una camilla, e instrumental que ellos necesiten para realizar su trabajo.

Imagen N°.- 3.21 Bloque 1, Complejo Turístico Ankally–Yaku

Bloque 1: Ingreso, recepción, médico,
restaurante



Fuente y fecha: (Manual de Infraestructura Accesible del Consejo Nacional de Discapacidades,
2013)

Elaborado por:(Arq. Patricio Narváez)

Salón Multiuso (Manualidades y bailo terapia): que inicialmente servirá para realizar actividades como bailo terapia manualidades, y otras; adicional se pretende a futuro alquilarla para eventos.

Imagen Nº.- 3.22 Parqueadero y salón multiuso del Complejo Turístico Ankally–
Yaku



Fuente y fecha: (Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: (Arq. Patricio Narváez)

Piscina de Adultos y Niños: Es una de las zonas más importantes que poseen todos los Complejos Turísticos. La diferencia con los demás serán los accesos ya que contara con rampas de ingreso tanto para la piscina de adultos como para la de niños, con lo que los usuarios en silla de ruedas podrán entrar directamente.

Por otra parte dentro de las piscinas existirán gradas que permitirán a las personas con discapacidad movilizarse y poder disfrutar de este atractivo.

Imagen Nº.- 3.23 Piscinas con accesibilidad



Fuente y fecha: (Cámara de Turismo de Baños, 2013)

Elaborado por: (Cámara de Turismo de Baños)

Sauna, Turco e Hidromasaje: Al igual que las piscinas la diferencia con los demás existentes será el espacio que tendrán, ya que permitirá el acceso de la persona con discapacidad con su silla de ruedas y poder usar estos servicios.

Zona Húmeda

Imagen N.- 3.24 Vestidores con Accesibilidad Ankally - Yaku



Fuente y fecha: (Cámara de Turismo de Baños, 2013)

Elaborado por: (Cámara de Turismo de Baños)

Imagen Nº.- 3.25 Sauna, turco, hidromasaje, vestidores Ankally - Yaku



Bloque 3:
Sauna
Turco
Duchas
Hidromasaje
Vestidores

Fuente y fecha: (Johanna Figueroa, Patricio Reyes 2013)

Elaborado por:(Arq. Patricio Narváez)

Vestidores y Duchas: Cerca del sauna, turco e hidromasaje se encuentran los vestidores y duchas; cada uno de ellos acoplado con el espacio necesario para su normal movilización.

Imagen Nº.- 3.26 Piscina del Complejo Turístico Ankally – Yaku



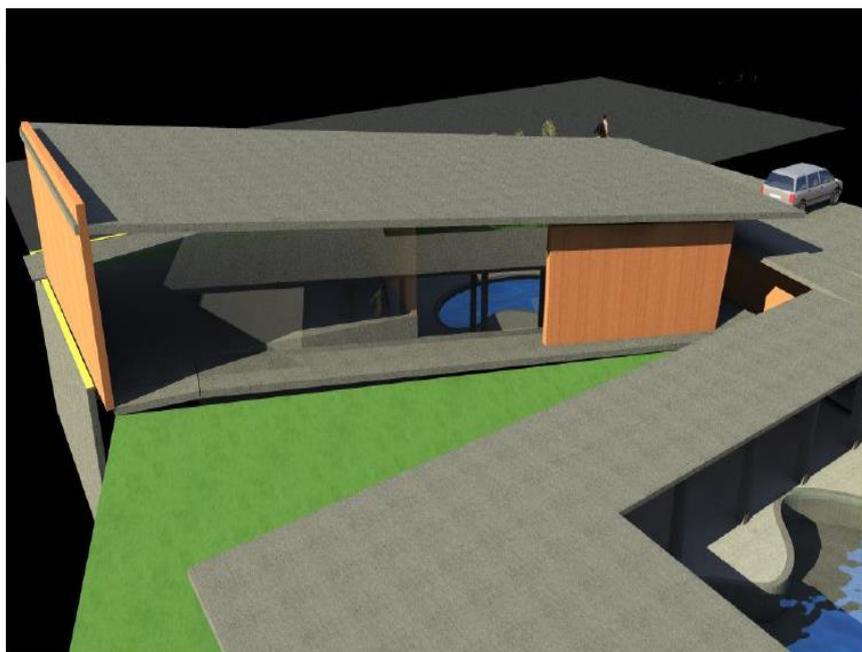
VESTIDORES
Y
DUCHAS

Fuente y fecha: (Johanna Figueroa, Patricio Reyes 2013)

Elaborado por:(Arq. Patricio Narváez)

Restaurante: se ubicará en el bloque 1 de acceso al complejo, a un lado del departamento médico. Su característica principal serán sus mesas ya que contarán con espacios especiales para que las personas con discapacidad en sillas de ruedas puedan ingresar y comer sus alimentos. Aquí se servirán toda clase de comidas dependiendo de la hora del día.

Imagen N°.- 3.27Bloque 1, rampas de entrada al Complejo Turístico Ankally - Yaku



Bloque 1: Ingreso, recepción, médico, restaurante

Bloque 1:
vista 3D

Fuente y fecha: (Johanna Figueroa, Patricio Reyes 2013)

Elaborado por:(Arq. Patricio Narváez)

Dos Canchas Polideportivas: Se localizarán cerca del área de camping, en ellas se podrá realizar cualquier clase de deporte o si las condiciones lo permiten practicar bailo terapia y ejercicios de relajación.

Imagen N°.- 3.28 Canchas deportivas del Complejo Turístico Ankally - Yaku



**Bloque 4
(exterior):**

Canchas

Fuente y fecha: (Johanna Figueroa, Patricio Reyes 2013)

Elaborado por:(Arq. Patricio Narváez)

Parqueadero: se encontrará junto al ingreso al complejo con una gran capacidad, su principal característica será que contará con 50 espacios para el acceso de vehículos, mientras que para las personas con discapacidad serán 10 sitios de parqueo.

Imagen N°.- 3.29 Recepción y entrada al Complejo Turístico Ankally - Yaku



Estacionamiento vehicular

Entrada acristalada por la cual se accede a la recepción

Fuente y fecha: (Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: (Arq. Patricio Narváez)

3.6 Propuesta Estratégica

Para el presente proyecto se ha tomado en cuenta las 7 P's del marketing mix que se detallan a continuación:

Considerando el perfil del cliente obtenido en las encuestas aplicadas se ha desarrollado las siguientes estrategias.

- **Cliente final.**-Para este segmento se empleará la estrategia de penetración, lo cual incluye el ingreso y uso de las instalaciones del complejo turístico.
- **Cliente corporativo.**-Empleará la estrategia de penetración, ya que podrán ser consideradas como clientes habituales y de consumo masivo, por tanto los precios deberán ser bajos con la finalidad de unificar varios productos que resulten atractivos para este sector.
- **Agencia de viajes.**- Al igual que con los clientes corporativos se manejará la estrategia de costos para cartera de productos, al establecer como política de precios una comisión del 10%. Debido aquello se realizará un convenio con tipos de agencias como Ecuador For All, ya que se pudo observar que la mencionada agencia trabaja con turistas extranjeros que poseen discapacidad, lo cual contribuirá al proyecto en posesionarse como referente en el mercado internacional.

3.6.3 Estrategia de Servicio

Kotler(2011) define al producto como todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. (p.148). Cabe decir que el producto tiene un ciclo de vida (duración de éste en el tiempo y su evolución) que cambia según la respuesta del consumidor y de la competencia las fases del [ciclo de vida](#) de un producto son:

1. Lanzamiento
2. Crecimiento
3. Madurez
4. Declive

Por tanto se puede determinar que el proyecto se encuentra en fase de lanzamiento, ya que es nuevo en incursionar en el mercado, con características novedosas, para lo cual se ha diseñado la siguiente cartera de servicios:

Cartera de Servicios

Tabla N°.- 3.4 Servicios del Complejo Turístico

Complejo Turístico
Piscina
Sauna turco hidromasaje
Servicio de hospedaje
Restaurante
Bailoterapia
Área camping
Cancha de fútbol
Cancha de volibol– básquet
Aula multiusos (juegos de salón, aromaterapia, yoga, cine, teatro)
Baños de cajón

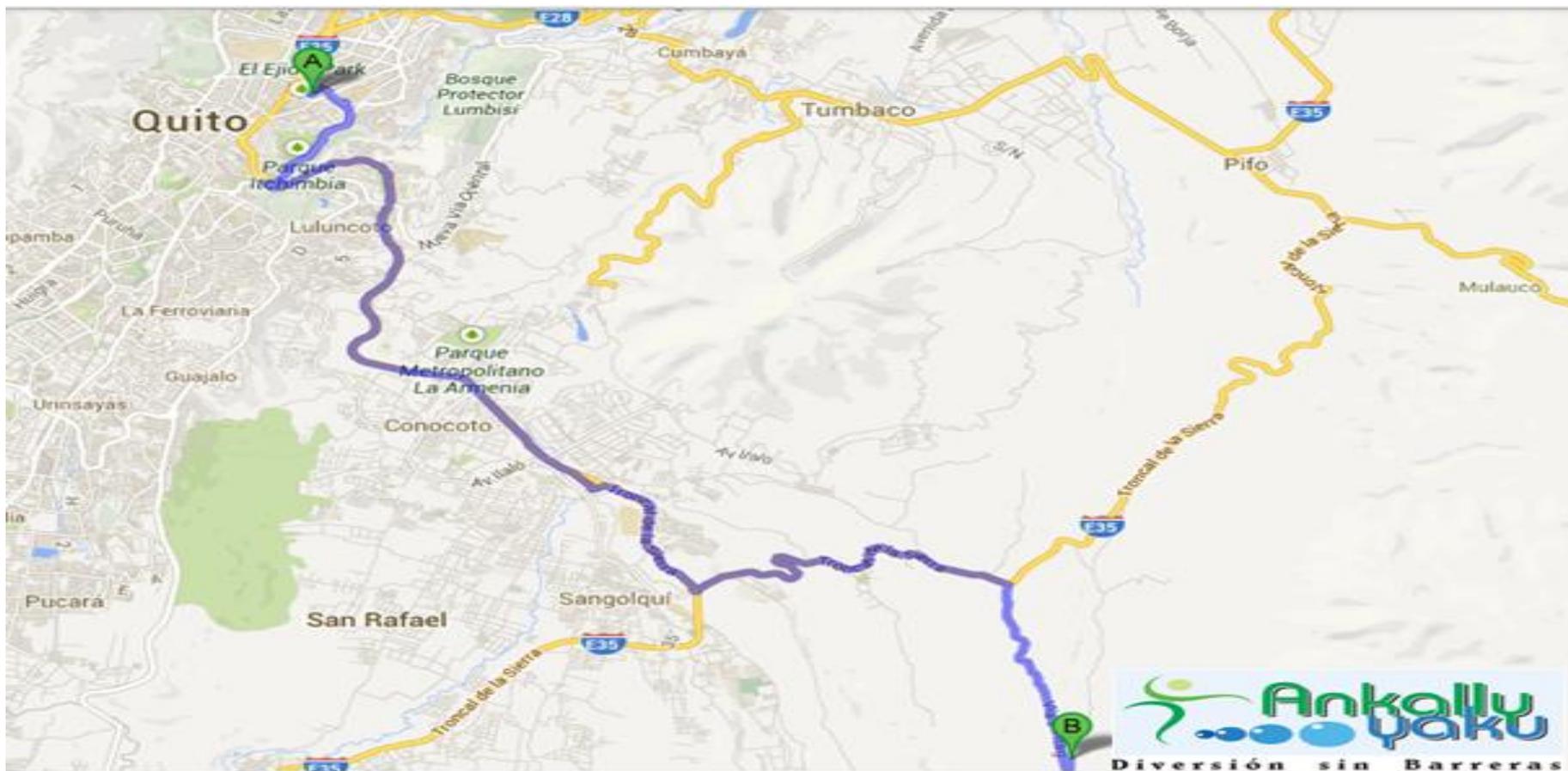
Fuente y fecha: (Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

3.6.4 Programas elaborados y ofertados en el Complejo Turístico Ankally-Yaku.

Adicional se ha elaborado paquetes turísticos que se presentan a continuación, con su respectivo mapa de ruta, al igual que el tiempo de transfer desde el Parque el Arbolito al Complejo Turístico es de una hora, mientras que desde el Nuevo Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito son 40 minutos.

Imagen N°.- 3.30 Mapa de Ruta desde el Parque el Arbolito hacia el Complejo Turístico



Fuente y Fecha: (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2013)
Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Imagen Nº.- 3.31 Mapa de Ruta desde el Nuevo Aeropuerto Mariscal Sucre hacia el Complejo Turístico



Fuente y Fecha: (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2013)
Autores: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

FLASH TIME



Programa Incluye:

- ✓ Traslados Parque El Arbolito /Complejo Turístico/Parque El Arbolito
- ✓ Uso de instalaciones
- ✓ Servicio de rehabilitación
- ✓ Impuestos
- ✓ Cortesía: seguro de accidentes por estadía

Notas Importantes:

- Aplica solo a personas con discapacidad.
- No incluye extras no especificados en el programa

CHAPOTEO



Programa Incluye:

- ✓ Traslados Parque El Arbolito/Complejo Turístico/Parque El Arbolito
- ✓ Box lunch
- ✓ Uso de instalaciones
- ✓ Servicio de rehabilitación
- ✓ Cortesía: seguro de accidentes por estadía
- ✓ Impuestos

Notas Importantes:

- Aplica solo a personas con discapacidad.
- No incluye extras no especificados en el programa.

LUZ Y VIDA



Programa Incluye:

- ✓ Traslados Parque El Arbolito/Hotel/Parque El Arbolito
- ✓ 20 días de asistencia al complejo turístico
- ✓ Box lunch
- ✓ Uso de instalaciones
- ✓ Servicio de rehabilitación
- ✓ Cortesía: seguro de accidentes por estadía
- ✓ Impuestos

Notas Importantes:

- Aplica solo a personas con discapacidad.
- No incluye extras no especificados en el programa

SAMAY- SAMAY



Programa Incluye:

- ✓ Traslados Parque El Arbolito/Hotel/Parque El Arbolito
- ✓ 4 días y 3 noches de alojamiento en el complejo turístico
- ✓ Uso de instalaciones
- ✓ Sistema alimenticio todo incluido
- ✓ Servicio de rehabilitación
- ✓ Servicio de lavandería
- ✓ Servicio de wifi y tv por cable
- ✓ Impuestos hoteleros

Notas Importantes:

- Aplica para todo tipo de personas con o sin condición discapacitante.
- Servicio de rehabilitación será sustituido por servicios opcionales con los que cuenta el complejo turístico para personas sin discapacidad.
- Precios por persona en base a la acomodación seleccionada.
- No incluye extras no especificados en el programa

A continuación se detalla el menú que se ofertará en las instalaciones del complejo turístico, específicamente en el restaurante “El Colibrí”.

Tabla Nº.- 3.5 Menú del Complejo Turístico

Descripción del Menú
Caldo de gallina criolla
Locro de papa
Yaguarlocro
Fritada Ankally-Yaku (habas, choclo, papa chaucha y carne de pollo)
Picaditas del Colibrí (habas, choclo, papa chaucha, cocinada, queso tierno)
Desayuno:
Huevos rancheros, café con leche, panecillos, mermelada, jugo y fruta de temporada.
Almuerzo:
Sopa de Quinua con trocitos de carne de cerdo
Bistec de carne o pollo, arroz, ensalada, patacones.
Jugo y fruta de temporada
Cena:
Crema de espárragos o Champiñones, cordón blue con ensalada
Postres:
Helado de higo
Higos con queso
Pastel de soya

Fuente y fecha: (Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

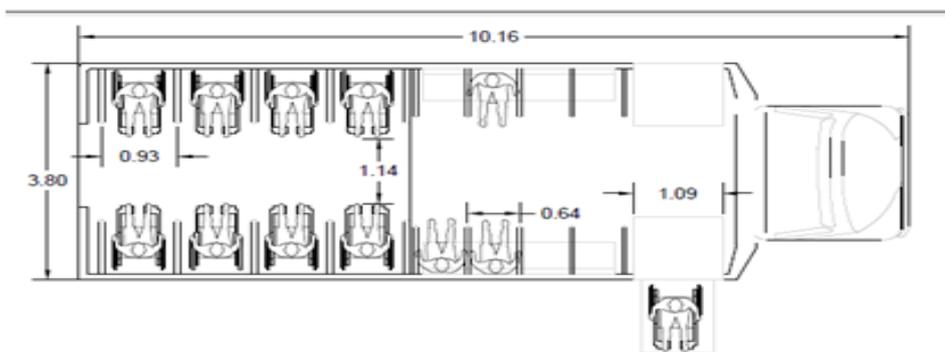
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Dentro del Complejo Turístico también se ofertarán servicios adicionales, los cuales se presentan de la siguiente manera:

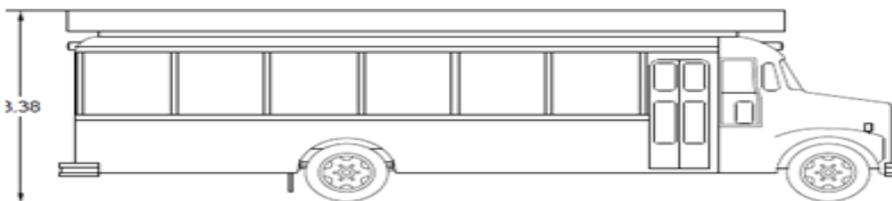
CHIVA ACCESIBLE

Tiene el objetivo de atraer a las personas con discapacidad a las distintas formas de recreación fomentando a que ejerzan su derecho a la recreación, por medio de un transporte acoplado a sus necesidades distribuido de la siguiente manera: 16 espacios con un pasillo de 1.34 cm de ancho. Entre asientos existirá un área de 0.93 de pasajero a pasajero colocado de forma lateral.

Imagen Nº.- 3.32 Chiva accesible vista interna



Consta tanto de espacio para las sillas de ruedas como para personas con muletas o lesiones menores en asientos con barras de apoyo reclinables, el ingreso se realiza mecánicamente



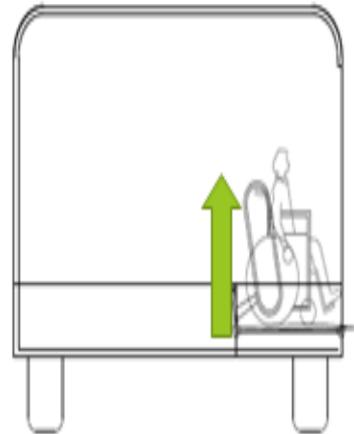
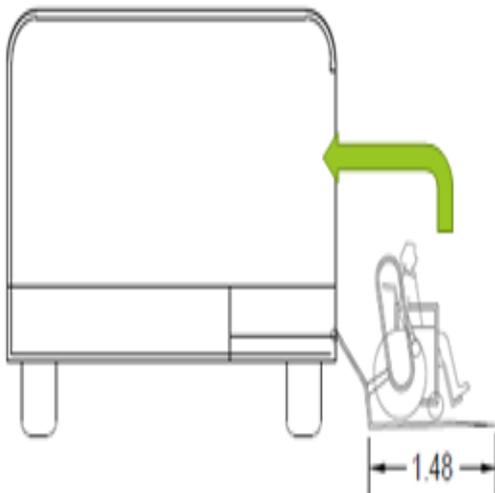
El chasis de la chiva ha sido ampliado para poder albergar dos filas de sillas de ruedas y el suficiente espacio para que éstas puedan entrar o salir

Fuente y fecha: (Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

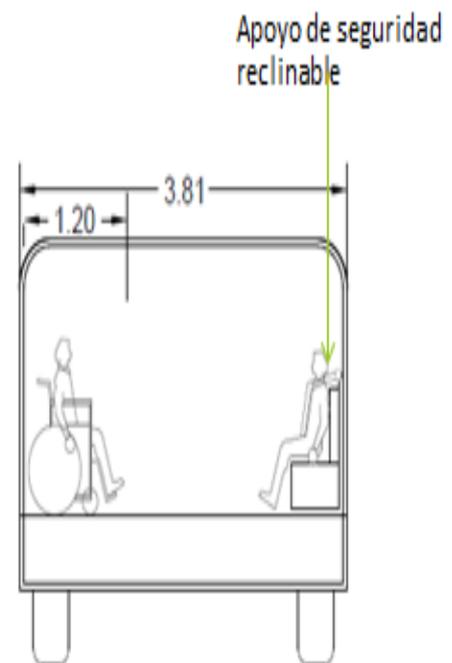
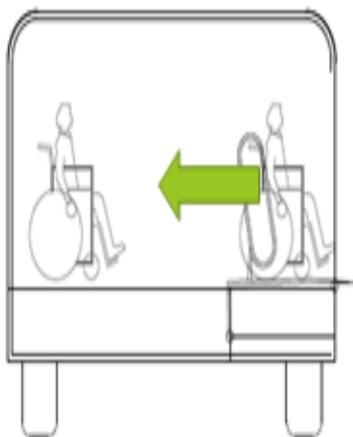
Elaborado por: (Arq. Patricio Narváez)

Imagen N°.- 3.33 Chiva accesible vista lateral

- Para ingresar tiene una plataforma mecánica que puede subir a un pasajero con silla de ruedas



- La plataforma primero sube al usuario al nivel de llantas para luego trasladarlo al nivel cero de la chiva



Consta de espacio para silla de ruedas y también asientos para personas con muletas o lesiones menores, con apoyos de seguridad que se pueden subir o bajar según la necesidad

Fuente y fecha: (Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: (Arq. Patricio Narváez)

3.6.2.1 Servicios Opcionales

Imagen N°.- 3.34 Servicios Opcionales



**Días Lunes y Miércoles mínimo
4 paxs**



**Días Martes y Jueves mínimo 4
paxs**



**Días Sábados mínimo
15 Paxs**

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa /Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa /Patricio Reyes

Los servicios de chiva con banda de pueblo y la siembra de plantas se han incluido dentro del complejo, ya que busca que las personas con discapacidad gocen de pleno acceso a actividades turísticas, culturales y de recreación, ayudando a que decidan sobre el uso de su tiempo libre como lo haría cualquier persona sin ningún tipo de discapacidad.

El aula multiuso tiene la finalidad de brindar servicios tales como: bailo terapia, teatro, cine, etc. Creando un ambiente de armonía, paz e integración entre los usuarios a la vez contará con un pequeño altar en el cual las personas que lo deseen podrán orar y mantener la unión con su lado espiritual.

3.6.3 Estrategia de Precio

Es principalmente el valor monetario de intercambio asociado a la transacción. Sin embargo incluye: forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta, etc.), crédito (directo, con documento, plazo, etc.), descuentos pronto pago, volumen, recargos, entre otros. Por otro lado, se debe saber que el precio va íntimamente ligado a la sensación de calidad del producto (así como su exclusividad).

- **Estrategias de Precios para Cartera de Productos.-** de acuerdo a la ideología de Kotler (2011) las estrategias de precios para paquetes de productos o (packs) son aquellos que incluyen una combinación de productos a un precio menor a la suma individual de cada uno de ellos. Por tanto los precios de paquete buscan integrar diversos productos bajo un precio atractivo que induzca a los consumidores a adquirir bienes y servicios que de otra forma prescindirían, ya que el coste agregado de todos es más bajo.

Se ha considerado para establecer el precio de cada uno de los factores que se detallan a continuación.

- Costo del producto
- Tarifa referencial de competidores indirectos (Ecuador For All, Hostal La Granadilla, Etc.)
- Percepción del cliente hacia el producto

1.- Estrategias de Precios de Penetración.- La presente estrategia permitirá establecer un precio al ingreso y uso de instalaciones del Complejo Turístico el cual se caracterizará al iniciar bajo para conseguir ingresar de manera rápida y eficaz en el mercado, permitiendo atraer a un gran número de visitantes y de esa manera llegar a conseguir posicionarse, por lo tanto el precio marcado para este servicio ya antes mencionado se lo detallará a continuación.

3.6.3.1 Tarifario de Paquetes por persona en Dólares Americanos

Tabla 3.6 Paquetes del Complejo Turístico Ankally - Yaku

Descripción del Servicio o uso de Instalaciones	Pvp adl	Pvp especiales	Valor del paquete
Ingresos Complejo Turístico Ankally – Yaku	\$10.00	\$5.00	
Flash time (pqt de 10 días)			\$260.00
Chapoteo (pqt 15 días)			\$720.00
Luz y vida (pqt 20 días)			\$1.080,00

Fuente y fecha: (Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Samay- Samay (Paquete de 4 días y 3 noches)

Tabla 3.7 Precios por Ocupación de Cabaña en Dólares Americanos (4 Días / 3 Noches)

Tipo de acomodación	Precio (usd)	Nª de personas	Noche adicional	Niños
Simple	395.00		70.00	190.00
Doble	190.00		55.00	98.00
Triple	160.00		32.00	70.00
Cabaña con 1 cama matrimonial + 4 sencillas	265.00		66.00	126.00
Cabaña con 6 camas sencillas	265.00		66.00	126.00

Fuente y fecha: (Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Rey

A continuación se presentará el tarifario de servicios opcionales que se ofertarán dentro del Complejo Turístico.

3.6.3.2 Tarifario de Servicios Opcionales Precios por Personas

Imagen 3.35 Tarifario de Servicios Opcionales

	Tickets	ACCESO A CINE RETRO	\$ 3,00
	Tickets	INGRESO A TEATRO	\$ 3,00
	Tickets	USO DE CHIVA CON BANDA DE PUEBLO	\$15,00

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa/Patricio Reyes)

Elaborado por: Johanna Figueroa /Patricio Reyes

Sin embargo, otra estrategia de precios aplicable al proyecto del Complejo Turístico es la de cartera de productos, ya que esta integrará diversos servicios a bajos precios que resulten atractivos al consumidor, que se detalla al finalizar las estrategias al segmento de mercado.

Por otro lado en el restaurante “el colibrí”, que se encuentra localizado en las instalaciones del complejo turístico ofertará platos tradicionales los cuales se detallan a continuación con sus respectivos precios.

Tabla 3.8 Precios por Platos en Dólares Americanos

Descripción del plato	Precio
Platos a la Carta	
Caldo de gallina criolla	\$4.00
Locro de papa	\$4.50
Yaguarlocro	\$7.00
Fritada Ankally-Yaku (choclo-mote papa chaucha, maduro asado, milanesa de pollo y carne de cerdo con ensalada).	\$7.00
Picaditas del colibrí (habas, choclo, papa chaucha cocinada, queso tierno)	\$3.50
Desayuno:	\$4.00
Huevos rancheros, café con leche, panecillos, mermelada, jugo y fruta de temporada.	
Almuerzo:	\$6.00
Sopa de Quinoa con trocitos de carne de cerdo, papa y col	
Bistec de carne o pollo, arroz, ensalada, patacones.	
Jugo y fruta de temporada	
Cena:	\$7.50
Crema de espárragos o Champiñones, cordón blue con ensalada	
Jugo de Temporada	
Postres:	
Helado de higo	\$2.00
Higos con queso	\$2.50
Pastel de soya	\$3.00

Fuente y fecha: (Patricio Reyes y Johanna Figueroa, 2013)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

Por otra parte de otra estrategia que se empleará a continuación es:

3.6.4 Estrategias de Distribución.

Kotler, (2011) define como el lugar dónde se comercializa el producto o el servicio que se oferta, lo cual permite que llegue en el lugar, momento y condiciones adecuadas de acuerdo al estudio de mercado. (p.156)

Canal de Distribución Directo.-las actividades de venta directa establecen los paquetes estrategias de distribución que incluyen, las instalaciones del Complejo Turístico como lo es la boletería y a través del sitio web con el sistema PayPal.

A continuación se detalla cómo se utilizará sistema PayPal, para ventas del Complejo Turístico por el web site.

Comisiones PayPal por Transacción para Ecuador.

Como lo menciona PayPal (2013), si la compañía recibe un pago por servicios se detalla los siguientes:(p.2)

Sin cargo por mantener una cuenta PayPal.

Sin cargos por apertura.

Sin cargos por portal de pagos.

Sin cargos por el uso de las múltiples herramientas de E - Bay y de vendedor.

Mientras que las comisiones por recibir pagos. Conforme a lo estipulado por PayPal (2013), deben ser estándar para recibir cancelaciones por bienes y servicios con un monto del 5.4% + \$0.30 de dólar. Como también los menciona PayPal(2013), si recibe más de \$3,000.00 dólares por mes, reúne los requisitos para solicitar la tasa comercial que disminuye sus comisiones a medida que aumenta el volumen de sus ventas. Las comisiones que pague pueden reducirse incluso a importes de 4.4% + \$0.30 dólares, en función del volumen de ventas del mes anterior.

Canal de Distribución Indirecto- los agentes intermediarios facilitan las ventas al productor a través de la búsqueda de clientes y mediante el cierre de tratos comerciales o convenios corporativos, como lo son las agencias de viajes.

3.6.5 Estrategias de Comunicación.

Kotler (2011) establece que las estrategias de comunicación tienen como fin comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus servicios.(p.181).

De acuerdo a la investigación realizada, se establece que el canal de comunicación más utilizado por los clientes es el internet, por lo que se considera importante la creación de un sitio web y la utilización de flyers electrónicos.

En anexos se detalla el modelo de página web y flyers que se emplearán en el Complejo Turístico.

Otro factor muy importante al que hace referencia Lovelock(2008).es el siguiente.

3.6.6 Estrategias de Personal.

Lovelock (2008) establece que el personal es importante en todas las organizaciones, ya que la gente forma parte del entorno de servicio, sobre todo en aquellas circunstancias en que, no existen evidencias de los productos tangibles, el cliente se forma la impresión de la empresa con base en el comportamiento y actitudes de su personal. Dejando huella en los consumidores, y creando fidelidad en cada uno de ellos. Por tanto a continuación se detallan el procedimiento y políticas que el personal deberá seguir a cabalidad, para ofertar un servicio de calidad.

Estrategias de Personal

- ✓ Los colaboradores se deberán encontrar debidamente uniformados, con la identificación respectiva conforme al área de trabajo.
- ✓ Los trabajadores no deberán portar el uniforme fuera de las instalaciones del complejo turístico.
- ✓ La hora de ingreso deberá ser marcada con 5 minutos de anticipación al ingreso del turno.
- ✓ Los horarios del personal son rotativos.
- ✓ Antes de tomar los respectivos días de descanso, los colaboradores deberán entregar el uniforme en la lavandería para su limpieza.
- ✓ La presentación personal de hombres y mujeres deberá ser pulcra, como por ejemplo los hombres deben tener el cabello corto y afeitarse con frecuencia, mientras que las mujeres deben tener el cabello recogido y manejar un maquillaje discreto.
- ✓ Para cambios de turno se deberá anticipar con 48 horas al horario elaborado por la gerencia.
- ✓ Se proveerá de recorrido para turnos de velada, al igual que la alimentación a todo el personal a tiempo completo del establecimiento.
- ✓ No pueden sustraer alimentos fuera del Complejo Turístico.
- ✓ Reconocer a los empleados con discapacidad.
- ✓ Ser tolerante con los colaboradores.
- ✓ Demostrar respeto por los demás.
- ✓ Otorgar libertad y flexibilidad al personal.
- ✓ Confianza en el personal.
- ✓ Escuchar las opiniones y sugerencias de los colaboradores.
- ✓ Estilos de comportamiento
- ✓ Aprendizaje de valores y estándares éticos.
- ✓ Solución de conflictos
- ✓ Reuniones regulares con los miembros del equipo.
- ✓ Comunicación libre entre los empleados.
- ✓ Apoyo a los empleados.

Estrategias de procesos para el comportamiento entre el equipo de trabajo.

- ✓ Concluir las tareas encomendadas como grupo de trabajo.
- ✓ Mantener un trato cordial y de respeto absoluto
- ✓ Ser apoyo y ayudar al grupo cuando lo requiera.
- ✓ Tener iniciativa.
- ✓ Atender a los acuerdos del grupo de trabajo.
- ✓ Ser solidarios

3.6.7 Estrategias de Recepción del cliente.

Lovelock (2008), establece mecanismos y rutinas por medio de los cuales se crean un servicio y se entrega a un cliente, incluyendo las decisiones de política correlación a ciertos asuntos de intervención del cliente. La administración de procesos es un aspecto clave en la mejora de la calidad del servicio.

Por esta razón se detallará los principales procesos para recibir al cliente son:

- ✓ Sonría, salude y mencione el nombre de la empresa.
- ✓ Sea cordial y amable al atender el requerimiento
- ✓ Identificar el tipo de cliente
- ✓ Identificar el producto correcto y ofrecerlo.
- ✓ Mantener seguridad al atender el requerimiento del cliente a través de la mirada.
- ✓ Prestar atención a lo solicitado por el usuario.
- ✓ Sugerir productos y servicios.
- ✓ Reservar y confirmar si el requerimiento es el correcto.

Proceso de venta al cliente:

- ✓ Brindar información de promociones
- ✓ Verificar documentos de identificación
- ✓ Confirmar en voz alta al consumidor el requerimiento.
- ✓ Emitir, facturar y cobrar

Proceso de post-venta al cliente:

- ✓ Solicitar referidos e incluirlos en la base de datos.
- ✓ Recordar al cliente el uso de servicios alternativos.
- ✓ Hacerle saber que estamos a sus órdenes en un futuro.
- ✓ Llamar al cliente y averiguar su apreciación sobre los servicios prestados.

Reservaciones y Bloqueos

Bloqueos y reserva se tendrán que enviar a:

gerenciaoperaciones@ankallyyaku.com.ec o llamando directamente a Tele/593 (2) 2349120 y teléfono móvil 24 horas (593-9)90479500.

Toda reserva o bloqueo tendrán un tiempo límite para confirmación o anulación, previo envío de las condiciones acordadas cada pedido.

Responsabilidades:

No será responsable por daños y pérdidas de equipajes, valores y en general objetos de su propiedad por la razón que fuere, incluyendo malas condiciones atmosféricas, catástrofes naturales y de más sucesos.

Pagos:

Una vez facturado el total de la venta, la reserva se confirma cancelado el 30% del valor total de la factura al momento de confirmación y el 70% restante deberá ser cancelado máximo un mes antes de arribo de los visitantes.

Los pagos efectuados en las diferentes transacciones, deberán asumir el correspondiente recargo ejercido por el Banco Emisor.

Datos para la correspondiente transferencia bancaria:

BANCO: PICHINCHA

CUENTA NUMERO: 3246800605

BENEFICIARIO: ANKALLY-YAKU

Cuando el depósito sea confirmado en nuestra Cuenta, el proceso de la reserva será finalizado y la misma RECONFIRMADA.

La entrega de la factura a cada cliente será definida en acuerdo mutuo.

Los pagos con tarjeta de crédito tendrán un recargo por el uso de la tarjeta dependiendo de cada una, recargo que deberá ser asumido por el cliente y éste es aparte de los valores finales facturados.

Cancelación:

La cancelación de un bloqueo se lo debe hacer vía e-mail y verificación de las políticas aplicadas en esa reserva.

La Cancelación de una reserva RECONFIRMADA y pagada el 30% debe realizarse máximo 3 meses antes del arribo de los pasajeros y serán cobrado el 10% de penalidad, la diferencia del valor será rembolsado.

La Cancelación de una reserva RECONFIRMADA y pagada en su totalidad un mes antes del arribo de los pasajeros, no tendrá reembolso.

Reembolso:

Las solicitudes de reembolsos y devoluciones por servicios no utilizados deberán llegar a nuestras oficinas máximo 30 días después del viaje de los pasajeros y deben ser por escrito con atención a Ankally-Yaku con toda la documentación pertinente adjunta.

Cualquier reembolso tomará de 10 a 15 días después de comprobada y revisada la documentación adjunta.

Estrategia de Evidencia Física

En cuanto a este tema Lovelock (2008) indica que las características del servicio permiten determinar el comportamiento de los clientes a través de sus percepciones.

Por tal razón a continuación se detalla el modelo de panoramas del servicio

.

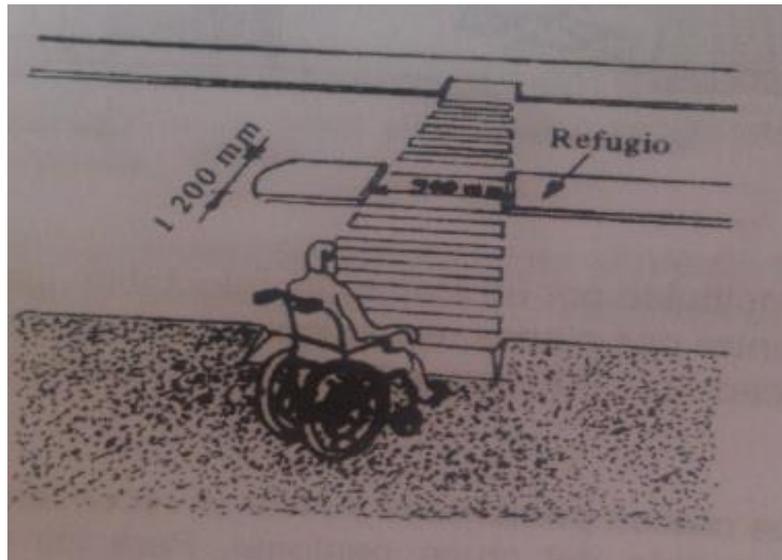
3.6.8.1 Dimensiones del Entorno de Servicio

Según Lovelock (2008) los entornos del servicio son complicados e incluyen muchos elementos de diseño mediante dimensiones las cuales poseen condiciones del espacio y la funcionalidad, así como las señales y artefactos.

3.6.8.2 Dimensiones Moderadoras de Respuestas del Entorno.

Otro detalle importante que influirá sobre la conducta de los visitantes son los colores con los cuales fueron decoradas las instalaciones del complejo para lo cual se ha tomado como referencia conforme a Lovelock (2008) la siguiente tabla.

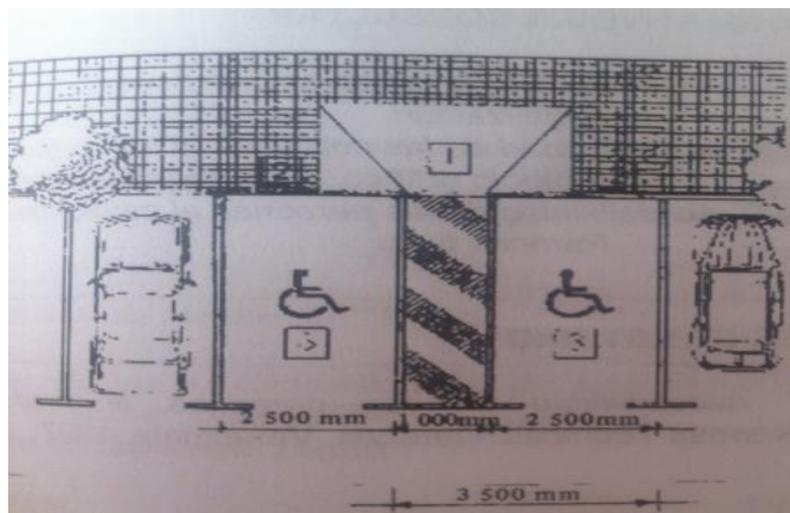
Imagen N°.-3.36 Entrada del parqueadero a la recepción del Complejo Turístico



Fuente y fecha: (Manual de Infraestructura Accesible del Consejo Nacional de Discapacidades, 2013)

Elaborado por: (Arq. Patricio Narváez)

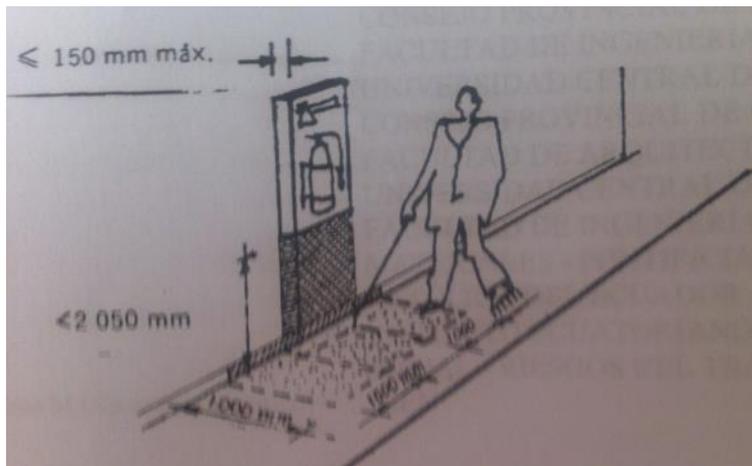
Imagen N°.-3.37 Área de estacionamiento del Complejo Turístico



Fuente y fecha: (Manual de Infraestructura Accesible del Consejo Nacional de Discapacidades, 2013)

Elaborado por: (Arq. Patricio Narváez)

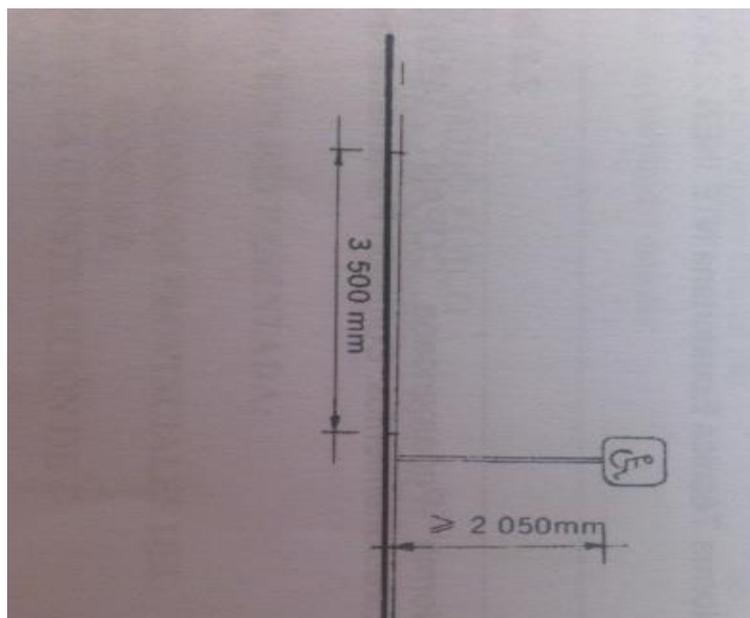
Imagen N°.-3.38 Pasillos y altura de extintores de fuego localizados en el Complejo Turístico



Fuente y fecha: (Manual de Infraestructura Accesible del Consejo Nacional de Discapacidades, 2013)

Elaborado por: (Arq. Patricio Narváez)

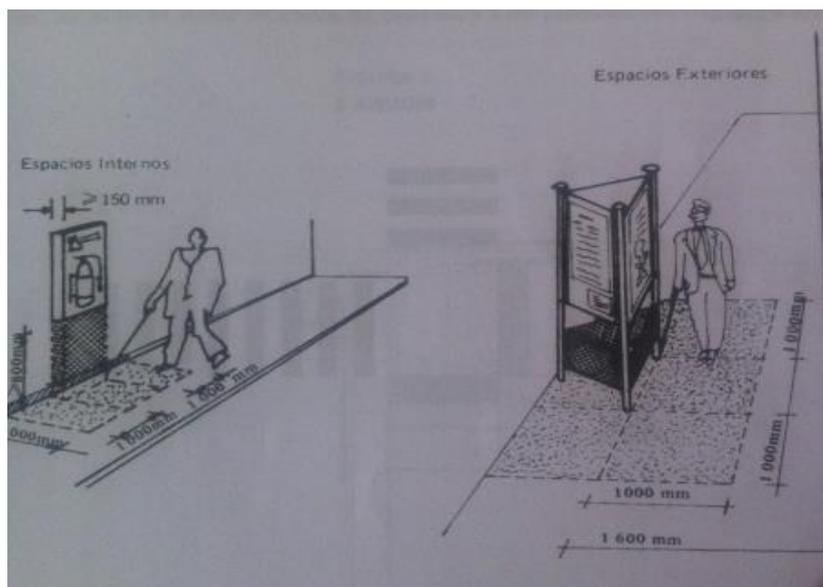
Imagen N°.-3.39 Altura y ancho de las paredes



Fuente y fecha: (Manual de Infraestructura Accesible del Consejo Nacional De Discapacidades, 2013)

Elaborado por: (Arq. Patricio Narváez)

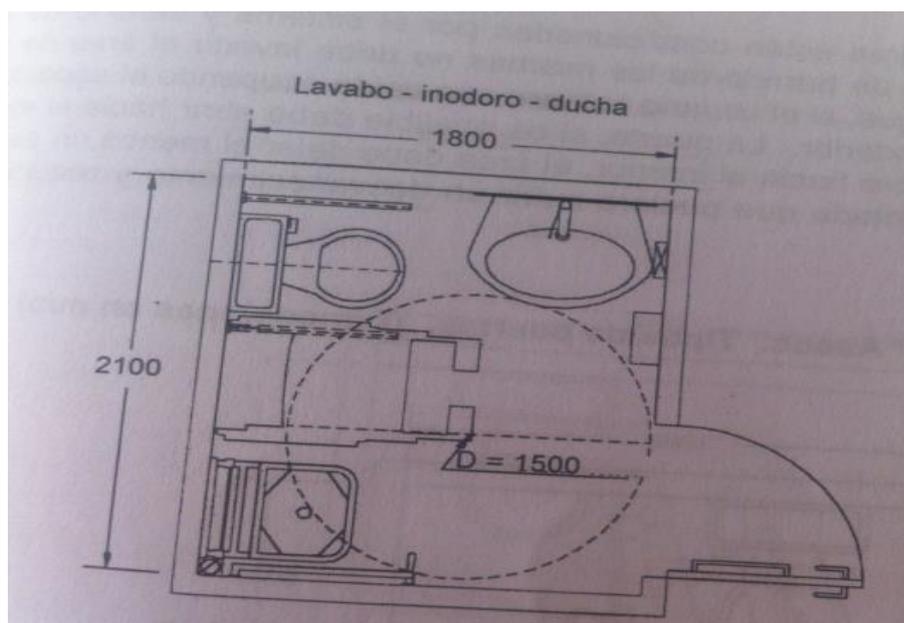
Imagen N°.-3.40 Espacios Internos y Externos



Fuente y fecha: (manual de infraestructura accesible del Consejo Nacional de Discapacidades, 2013)

Elaborado por: (Arq. Patricio Narváez)

Imagen N°.-3.41 Medidas del interior de un baño (lavabo, inodoro, ducha)



Fuente y fecha: (manual de infraestructura accesible del consejo nacional de discapacidades, 2013)

Elaborado por: (Arq. Patricio Narváez)

3.6.8.2.1 Tabla con Significado de Aromas:

Tablan.-3.9 Dimensiones moderadoras de respuestas del entorno 1

Fragancia	Tipo de aroma	Categoría de la aromaterapia	Uso tradición
Eucalipto	Alcanforado	Tonificante estimulante	Agente desodorante, antiséptico y tranquilizante, ayuda eliminar olores y puede usarse para limpiar la piel.

Fuente y fecha: (Lovelock, 2008)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

Conforme a la lista anterior, el aroma que se percibirá en el Complejo Turístico será el de eucalipto, debido a que es tonificante y estimulante al igual que actúa como agente desodorante, antiséptico y tranquilizante, ayuda eliminar olores y puede usarse para limpiar la piel y es el aroma que normalmente se distingue en los balnearios.

Otra característica relevante que señala Lovelock (2008) es:

3.6.8.2.2 Tabla de Tipos y Significados de Colores:

Tal y como lo menciona Lovelock (2008), sirven para identificar relaciones y respuestas humanas comunes a los colores.

Tabla N°.-3.10 Dimensiones Moderadoras de Respuestas del Entorno 2

Color	Grado de calidez	Símbolo de naturaleza	Relaciones comunes
Verde	Frío	Crecimiento, hierba, árboles	Es el color más relajante para el ojo humano y
Azul	El más frío	El cielo y el océano	Se asocia a la salud, la curación, el entendimiento, la suavidad y la tranquilidad

Fuente y fecha: (Lovelock, 2008)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

Los tonos que se emplearán en las instalaciones del Complejo Turístico son el verde, azul, anaranjado, los cuales se podrá observar claramente más adelante en mediante el 3d en el fragmento de anexos.

3.6.8.2.3 Distribución del Espacio:

De acuerdo con Lovelock (2008) la distribución y el espacio es algo muy importante y se la debe realizar a través de un plan de asignación de espacios en el piso, tamaño, al igual se deberá tomar en cuenta las posibles máquinas y equipo en la forma que se ordenan.

Por tanto se deberá detallar la distribución, medidas de las cabañas, restaurantes, baños, vestidores, piscinas, etc. De las instalaciones que formarán parte de la infraestructura del Complejo Turístico.

3.6.8.3 Señales Símbolos y Artefactos:

Conforme al criterio de Lovelock (2008), las señales explícitas o implícitas, permiten ayudar a los clientes a encontrar el camino (por ejemplo mostradores, servicio o hacia la salida), en particular los clientes la primera vez automáticamente buscan auto guiarse a lo largo de los procesos de servicio.

Por esta razón el Complejo Turístico con la finalidad de guiar a cada uno de sus clientes, de manera clara, al evitar que se produzca molestia, enojo o frustración en cada uno de ellos, reforzará las reglas conductuales en entorno de servicio.

A continuación se detalla las señales que destacarán dentro de las instalaciones del Complejo Turístico.

Significado de la Señalética a Utilizar en el Complejo Turístico

Tabla N°: 3.11 Significado de la Señalética a Utilizar en el Complejo Turístico

Imágenes	Descripción
	Uso exclusivo de personas con discapacidad física
	No estacionar, excepto personas con carne de discapacidad.

	Servicios médicos
	Cabañas
	Prohibido fumar
	Zona de fumadores
	Extintores
	Localización de parqueaderos
	Zona para desechos
	Entrada/ salida
	Prohibido el ingreso de animales
	Piscina
	Restaurante
	Jardines
	Servicios higiénicos

	Internet
	Información
	Duchas
	Áreas de recreación
	Camping
	Salón multiuso (bailo terapia), etc.

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

CAPÍTULO IV

FINANCIERO

4.1 Objetivos del Estudio Financiero

En este estudio se presentan las proyecciones de los ingresos, gastos, costos, estados de resultados, análisis de los indicadores financieros que tendrá el proyecto durante su vida financiera útil; no obstante los datos utilizados para realizar el mismo son proyectados en base a las estadísticas establecidas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), y la Agencia Nacional de Tránsito (ANT).

4.1.1 Objetivo General.

- Determinar la viabilidad financiera del proyecto.

4.1.2 Objetivos Específicos

- Establecer el monto de la inversión requerida así como la estructura de financiamiento del proyecto
- Determinar el presupuesto de ingresos, costos, gastos por temporadas
- Proyectar y analizar los estados financieros de la tesis.
- Estimar el flujo de caja y fondo.
- Determinar los indicadores de la Tasa Interna de Retorno – Valor Actual y Punto de Equilibrio.

4.2 Inversión Inicial

Es la cantidad de dinero necesaria para invertir y poner en marcha un proyecto de negocio, el cual se encuentra comprendido por la adquisición de los activos

tangibles e intangibles necesarios para iniciar las operaciones del Complejo Turístico.

Tabla N°: 4.1 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL		
VALOR USD	%	DESCRIPCIÓN
\$ 25,000.00	4.17%	APORTE DE LOS SOCIOS
\$ 25,000.00	4.17%	
\$ 200,000.00	33.33%	
\$ 350,000.00	58.33%	CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

Para poner en marcha el proyecto de “Diseño de un Plan de Negocios para la Creación de un Complejo Turístico para Personas con Discapacidad ubicado en la parroquia de Pintag, cantón Quito, provincia de Pichincha”, se necesita la cantidad de 600.000 dólares americanos. Los cuales se distribuirán mediante el aporte de los siguientes socios bienes muebles e inmuebles. Como se puede verificar con mayor detalle en el Anexo 1.

Tabla N°: 4.2 Detalle de Inversiones

INVERSIONES		
ACTIVOS	CUENTAS	VALOR
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		
FIJOS	TERRENO	\$ 200,000.00
	INVENTARIOS	1,430.80
	INSTALACIONES	\$ 274,241.30
	UTENSILLIOS DE COCINA	\$ 1,477.90
	EQUIPOS	\$ 75,050.00
	MUEBLES Y ENSERES	\$ 14,500.00
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 2,000.00
	VEHÍCULO	\$ 30,000.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 598,700.00	
DIFERIDOS	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1,300.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1,300.00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 600,000.00
PASIVOS		
NO CORRIENTES		
PRÉSTAMO BANCARIO	350,000.00	
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 350,000.00	
	CAPITAL DE TRABAJO	50,000.00
	APORTES SOCIOS	200,000.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 250,000.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 600,000.00

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Patricio Reyes y Johanna Figueroa

4.3. Financiamiento

El total de la inversión necesaria para el “Diseño de un Plan de Negocios para la Creación de un Complejo Turístico para personas con Discapacidad ubicado en la parroquia de Pintag, cantón Quito, provincia de Pichincha”, es de \$600.000 dólares americanos; el 58.33% se solicitará a la Corporación Financiera Nacional (CFN), ya que financia emprendimientos turísticos hasta con un 70% del valor de la inversión , a través de un análisis con respecto al riesgo alto, medio o bajo que tenga el proyecto, mientras que los socios deben realizar un aporte del 30%, como encaje , por otra parte existe la posibilidad de realizar una prórroga en caso de que el tiempo estimado no sea suficiente, para las cuotas de pago del crédito las cuales dependerán del flujo del efectivo que tenga el establecimiento, en consecuencia la presente información se la puede analizar en la tabla de amortización del préstamo la cual se encuentra a continuación.

Tabla N°: 4.3 Tabla de Amortización de la Corporación Financiera Nacional

TABLA DE AMORTIZACIÓN CFN							
BENEFICIARIO							
INSTIT. FINANCIERA	CFN						
MONTO EN USD	350,000.00						
TASA DE INTERÉS	10.50%	T. EFECTIVA	11.0203%				
PLAZO	10 años						
GRACIA	0 años						
FECHA DE INICIO	14/01/2014						
MONEDA	DOLARES						
AMORTIZACIÓN CADA	30 días						
Número de períodos	120 para amortizar capital						
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERES
0		350,000.00					
1	13-feb-2014	348,339.78	3,062.50	1,660.22	4,722.72		
2	15-mar-2014	346,665.02	3,047.97	1,674.75	4,722.72		
3	14-abr-2014	344,975.62	3,033.32	1,689.41	4,722.72		
4	14-may-2014	343,271.43	3,018.54	1,704.19	4,722.72	6,728.57	12,162.33
5	13-jun-2014	341,552.33	3,003.63	1,719.10	4,722.72	8,447.67	15,165.95
6	13-jul-2014	339,818.19	2,988.58	1,734.14	4,722.72		
7	12-ago-2014	338,068.87	2,973.41	1,749.32	4,722.72		
8	11-sep-2014	336,304.25	2,958.10	1,764.62	4,722.72		
9	11-oct-2014	334,524.19	2,942.66	1,780.06	4,722.72		
10	10-nov-2014	332,728.55	2,927.09	1,795.64	4,722.72		
11	10-dic-2014	330,917.20	2,911.37	1,811.35	4,722.72		
12	09-ene-2015	329,090.00	2,895.53	1,827.20	4,722.72		
13	08-feb-2015	327,246.81	2,879.54	1,843.19	4,722.72		
14	10-mar-2015	325,387.50	2,863.41	1,859.32	4,722.72		
15	09-abr-2015	323,511.91	2,847.14	1,875.58	4,722.72		

Fuente y fecha: (Corporación Financiera Nacional, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla N°: 4.4 Tabla de Amortización de la Corporación Financiera Nacional
Préstamo Parte 2

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS
16	09-may-2015	321,619.92	2,830.73	1,892.00	4,722.72	21,651.51	35,021.19
17	08-jun-2015	319,711.37	2,814.17	1,908.55	4,722.72	21,840.96	34,831.73
18	08-jul-2015	317,786.12	2,797.47	1,925.25	4,722.72		
19	07-ago-2015	315,844.02	2,780.63	1,942.10	4,722.72		
20	06-sep-2015	313,884.93	2,763.64	1,959.09	4,722.72		
21	06-oct-2015	311,908.70	2,746.49	1,976.23	4,722.72		
22	05-nov-2015	309,915.17	2,729.20	1,993.52	4,722.72		
23	05-dic-2015	307,904.21	2,711.76	2,010.97	4,722.72		
24	04-ene-2016	305,875.64	2,694.16	2,028.56	4,722.72		
25	03-feb-2016	303,829.33	2,676.41	2,046.31	4,722.72		
26	04-mar-2016	301,765.11	2,658.51	2,064.22	4,722.72		
27	03-abr-2016	299,682.83	2,640.44	2,082.28	4,722.72		
28	03-may-2016	297,582.33	2,622.22	2,100.50	4,722.72	24,037.58	32,635.11
29	02-jun-2016	295,463.45	2,603.85	2,118.88	4,722.72	24,247.91	32,424.79
30	02-jul-2016	293,326.03	2,585.31	2,137.42	4,722.72		
31	01-ago-2016	291,169.91	2,566.60	2,156.12	4,722.72		
32	31-ago-2016	288,994.92	2,547.74	2,174.99	4,722.72		
33	30-sep-2016	286,800.90	2,528.71	2,194.02	4,722.72		
34	30-oct-2016	284,587.69	2,509.51	2,213.22	4,722.72		
35	29-nov-2016	282,355.10	2,490.14	2,232.58	4,722.72		

Fuente y fecha: (Corporación Financiera Nacional, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla N°: 4.5 Tabla de Amortización de la Corporación Financiera Nacional

Préstamo Parte 3

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS
36	29-dic-2016	280,102.99	2,470.61	2,252.12	4,722.72		
37	28-ene-2017	277,831.16	2,450.90	2,271.82	4,722.72		
38	27-feb-2017	275,539.46	2,431.02	2,291.70	4,722.72		
39	29-mar-2017	273,227.70	2,410.97	2,311.75	4,722.72		
40	28-abr-2017	270,895.72	2,390.74	2,331.98	4,722.72	26,686.61	29,986.09
41	28-may-2017	268,543.34	2,370.34	2,352.39	4,722.72		
42	27-jun-2017	266,170.36	2,349.75	2,372.97	4,722.72	29,293.09	32,102.34
43	27-jul-2017	263,776.63	2,328.99	2,393.73	4,722.72		
44	26-ago-2017	261,361.95	2,308.05	2,414.68	4,722.72		
45	25-sep-2017	258,926.14	2,286.92	2,435.81	4,722.72		
46	25-oct-2017	256,469.02	2,265.60	2,457.12	4,722.72		
47	24-nov-2017	253,990.40	2,244.10	2,478.62	4,722.72		
48	24-dic-2017	251,490.09	2,222.42	2,500.31	4,722.72		
49	23-ene-2018	248,967.91	2,200.54	2,522.19	4,722.72		
50	22-feb-2018	246,423.65	2,178.47	2,544.26	4,722.72		
51	24-mar-2018	243,857.13	2,156.21	2,566.52	4,722.72		
52	23-abr-2018	241,268.16	2,133.75	2,588.97	4,722.72		
53	23-may-2018	238,656.53	2,111.10	2,611.63	4,722.72	32,239.19	29,156.23
54	22-jun-2018	236,022.05	2,088.24	2,634.48	4,722.72	30,148.32	26,524.38
55	22-jul-2018	233,364.52	2,065.19	2,657.53	4,722.72		

Fuente y fecha: (Corporación Financiera Nacional, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla N°: 4.6 Tabla de Amortización de la Corporación Financiera Nacional
Préstamo Parte 4

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS
56	21-ago-2018	230,683.73	2,041.94	2,680.79	4,722.72		
57	20-sep-2018	227,979.49	2,018.48	2,704.24	4,722.72		
58	20-oct-2018	225,275.25	1,994.82	2,727.90	4,722.72		
59	19-nov-2018	222,547.34	1,971.16	2,751.57	4,722.72		
60	19-dic-2018	219,795.78	1,947.29	2,775.44	4,722.72		
61	18-ene-2019	217,020.34	1,923.21	2,799.51	4,722.72		
62	17-feb-2019	214,220.83	1,898.93	2,823.80	4,722.72		
63	19-mar-2019	211,397.03	1,874.43	2,848.29	4,722.72		
64	18-abr-2019	208,548.74	1,849.72	2,873.00	4,722.72		
65	18-may-2019	205,675.74	1,824.80	2,897.92	4,722.72	33,174.47	23,498.23
66	17-jun-2019	202,777.81	1,799.66	2,923.06	4,722.72	21,409.98	33,463.05
67	17-jul-2019	199,854.75	1,774.31	2,948.42	4,722.72		
68	16-ago-2019	196,906.33	1,748.73	2,974.00	4,722.72		
69	15-sep-2019	193,932.34	1,722.93	2,999.79	4,722.72		
70	15-oct-2019	190,932.54	1,696.91	3,025.82	4,722.72		
71	14-nov-2019	187,906.73	1,670.66	3,052.07	4,722.72		
72	14-dic-2019	184,854.66	1,644.18	3,078.54	4,722.72		
73	13-ene-2020	181,776.12	1,617.48	3,105.25	4,722.72		
74	12-feb-2020	178,670.87	1,590.54	3,132.18	4,722.72		
75	13-mar-2020	175,538.69	1,563.37	3,159.35	4,722.72		

Fuente y fecha: (Corporación Financiera Nacional, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla N°: 4.7 Tabla de Amortización de la Corporación Financiera Nacional
Préstamo Parte 5

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS
76	12-abr-2020	172,379.33	1,535.96	3,186.76	4,722.72		
77	12-may-2020	169,192.57	1,508.32	3,214.41	4,722.72	36,799.65	19,873.05
78	11-jun-2020	165,978.17	1,480.44	3,242.29	4,722.72	19,553.82	37,118.87
79	11-jul-2020	162,735.88	1,452.31	3,270.42	4,722.72		
80	10-ago-2020	159,465.46	1,423.94	3,298.79	4,722.72		
81	09-sep-2020	156,166.68	1,395.32	3,327.40	4,722.72		
82	09-oct-2020	152,839.27	1,366.46	3,356.27	4,722.72		
83	08-nov-2020	149,483.01	1,337.34	3,385.38	4,722.72		
84	08-dic-2020	146,097.63	1,307.98	3,414.75	4,722.72		
85	07-ene-2021	142,682.88	1,278.35	3,444.37	4,722.72		
86	06-feb-2021	139,238.51	1,248.48	3,474.25	4,722.72		
87	08-mar-2021	135,764.26	1,218.34	3,504.39	4,722.72		
88	07-abr-2021	132,259.87	1,187.94	3,534.79	4,722.72		
89	07-may-2021	128,725.08	1,157.27	3,565.45	4,722.72	40,818.54	15,854.16
90	06-jun-2021	125,159.63	1,126.34	3,596.38	4,722.72		
91	06-jul-2021	121,563.25	1,095.15	3,627.58	4,722.72		
92	05-ago-2021	117,935.67	1,063.68	3,659.05	4,722.72		
93	04-sep-2021	114,276.63	1,031.94	3,690.79	4,722.72		
94	04-oct-2021	110,585.84	999.92	3,722.80	4,722.72		
95	03-nov-2021	106,863.03	967.63	3,755.10	4,722.72		

Fuente y fecha: (Corporación Financiera Nacional, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes.

Tabla N°: 4.8 Tabla de Amortización de la Corporación Financiera Nacional
Préstamo Parte 6

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS
96	03-dic-2021	103,107.93	935.05	3,787.67	4,722.72		
97	02-ene-2022	99,320.26	902.19	3,820.53	4,722.72		
98	01-feb-2022	95,499.73	869.05	3,853.67	4,722.72		
99	03-mar-2022	91,646.06	835.62	3,887.10	4,722.72		
100	02-abr-2022	87,758.96	801.90	3,920.82	4,722.72		
101	02-may-2022	83,838.13	767.89	3,954.83	4,722.72	45,276.33	11,396.37
102	01-jun-2022	79,883.30	733.58	3,989.14	4,722.72		
103	01-jul-2022	75,894.16	698.98	4,023.75	4,722.72		
104	31-jul-2022	71,870.41	664.07	4,058.65	4,722.72		
105	30-ago-2022	67,811.76	628.87	4,093.86	4,722.72		
106	29-sep-2022	63,717.90	593.35	4,129.37	4,722.72		
107	29-oct-2022	59,588.53	557.53	4,165.19	4,722.72		
108	28-nov-2022	55,423.34	521.40	4,201.33	4,722.72		
109	28-dic-2022	51,222.01	484.95	4,237.77	4,722.72		
110	27-ene-2023	46,984.24	448.19	4,274.53	4,722.72		
111	26-feb-2023	42,709.71	411.11	4,311.61	4,722.72		
112	28-mar-2023	38,398.10	373.71	4,349.01	4,722.72		
113	27-abr-2023	34,049.08	335.98	4,386.74	4,722.72	50,220.96	6,451.74
114	27-may-2023	29,662.34	297.93	4,424.80	4,722.72		
115	26-jun-2023	25,237.54	259.55	4,463.18	4,722.72		
116	26-jul-2023	20,774.36	220.83	4,501.90	4,722.72		
117	25-ago-2023	16,272.47	181.78	4,540.95	4,722.72		
118	24-sep-2023	11,731.52	142.38	4,580.34	4,722.72		
119	24-oct-2023	7,151.18	102.65	4,620.07	4,722.72		
120	23-nov-2023	4,620.07	62.57	0.00	4,722.72	27,131.24	1,267.69

Fuente y fecha: (Corporación Financiera Nacional, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

4.4 Depreciaciones

Los activos fijos pierden su valor por el uso y por la obsolescencia, para compensar esta pérdida contable se calcula, registra la depreciación de acuerdo a su duración y vida útil.

Tabla N°: 4.9 Tabla con el porcentaje de depreciación de activos fijos

Descripción del Activo	Porcentaje
Edificios y construcciones	5%
Maquinarias Y Equipos	10%
Muebles y Enseres	10%
Equipos de Computación	33.33%
Vehículo	20%

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla N°: 4.9.1 Tabla de Depreciaciones Parte 1

DETALLE	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
VEHICULO 5 AÑOS 20%						
Compra de furgoneta	30,000.00	1	30,000.00	6,000.00	4,800.00	400.00
EDIFICIO 20 AÑOS 5%					-	
EDIFICIO	187,385.50	1	187,385.50	9,369.28	8,900.81	741.73
MUEBLES Y ENSERES 10 % 10 años					-	
Mesas (Cuatro personas cada mesa)	25.00	10	250.00	2.50	24.75	2.06
Sillas	5.00	50	250.00	0.50	24.95	2.08
Televisores	450.00	3	1,350.00	45.00	130.50	10.88
Camas (Tres plazas)	1,000.00	9	9,000.00	100.00	890.00	74.17
Sofá cama	250.00	3	750.00	25.00	72.50	6.04
Lámparas	50.00	30	1,500.00	5.00	149.50	12.46
Calefones	250.00	3	750.00	25.00	72.50	6.04
Escritorios	150.00	4	600.00	15.00	58.50	4.88
Espejo postural	4,000.00	1	4,000.00	400.00	360.00	30.00
Compresero de 20	4,000.00	1	4,000.00	400.00	360.00	30.00
Rompecabezas, plastilina, conos, actividades de la vida diaria.	1,500.00	1	1,500.00	150.00	135.00	11.25
EQUIPO DE COMPUTACION 3 AÑOS 33.33%					-	-
Computadores	500.00	4	2,000.00	166.65	611.12	50.93
MAQUINARIA 10 AÑOS 10%					-	-
Ultrasonido	5,000.00	1	5,000.00	500.00	450.00	37.50
Parafina	4,500.00	1	4,500.00	450.00	405.00	33.75
Magnetoterapia	25,000.00	1	25,000.00	2,500.00	2,250.00	187.50
Electroestimulador	6,000.00	1	6,000.00	600.00	540.00	45.00
Onda corta	10,000.00	1	10,000.00	1,000.00	900.00	75.00
Restaurador de hombro	3,000.00	1	3,000.00	300.00	270.00	22.50
Mesa de knabel	8,000.00	1	8,000.00	800.00	720.00	60.00
Escalerilla de dedos	800.00	2	1,600.00	80.00	152.00	12.67
TOTAL			306,435.50		22,277.13	1,856.43

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla N°: 4.10 Tabla de Depreciaciones Parte 2

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	DEPRECIACIÓN ANUAL
VEHICULO 5 AÑOS 20%													
Compra de furgoneta	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00
EDIFICIO 20 AÑOS 5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EDIFICIO	741.73	741.73	741.73	741.73	741.73	397.44	741.73	741.73	741.73	741.73	741.73	741.73	8,556.52
MUEBLES Y ENSERES 10 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mesas (Cuatro personas cada mesa)	2.06	2.06	2.06	2.06	2.06	1.67	2.06	2.06	2.06	2.06	2.06	2.06	24.35
Sillas	2.08	2.08	2.08	2.08	2.08	1.67	2.08	2.08	2.08	2.08	2.08	2.08	24.54
Televisores	10.88	10.88	10.88	10.88	10.88	6.88	10.88	10.88	10.88	10.88	10.88	10.88	126.50
Camas (Tres plazas)	74.17	74.17	74.17	74.17	74.17	37.50	74.17	74.17	74.17	74.17	74.17	74.17	853.33
Sofá cama	6.04	6.04	6.04	6.04	6.04	2.50	6.04	6.04	6.04	6.04	6.04	6.04	68.96
Lámparas	12.46	12.46	12.46	12.46	12.46	6.25	12.46	12.46	12.46	12.46	12.46	12.46	143.29
Calefones	6.04	6.04	6.04	6.04	6.04	3.75	6.04	6.04	6.04	6.04	6.04	6.04	70.21
Escritorios	4.88	4.88	4.88	4.88	4.88	3.00	4.88	4.88	4.88	4.88	4.88	4.88	56.63
Espejo postural	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	16.67	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	346.67
Compresero de 20	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	16.67	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	346.67
Rompecabezas, plastilina, conos, actividades de la vida diaria.	11.25	11.25	11.25	11.25	11.25	6.67	11.25	11.25	11.25	11.25	11.25	11.25	130.42
TOTAL DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	189.85	189.85	189.85	189.85	189.85	103.21	189.85	189.85	189.85	189.85	189.85	189.85	2,191.56
EQUIPO DE COMPUTACIÓN 3 AÑOS 33.33%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Computadores	50.93	50.93	50.93	50.93	50.93	33.33	50.93	50.93	50.93	50.93	50.93	50.93	593.52
MAQUINARIA 10 AÑOS 10%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ultrasonido	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	20.83	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50	433.33
Parafina	33.75	33.75	33.75	33.75	33.75	20.83	33.75	33.75	33.75	33.75	33.75	33.75	392.08
Magnetoterapia	187.50	187.50	187.50	187.50	187.50	183.33	187.50	187.50	187.50	187.50	187.50	187.50	2,245.83
Electroestimulador	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	33.33	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	528.33
Onda corta	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	54.17	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	879.17
Restaurador de hombro	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	13.33	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	260.83
Mesa de knabel	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	20.83	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	680.83
Escalerilla de dedos	12.67	12.67	12.67	12.67	12.67	5.00	12.67	12.67	12.67	12.67	12.67	12.67	144.33
TOTAL DEPRECIACIÓN MAQUINARIA	473.92	473.92	473.92	473.92	473.92	351.67	473.92	473.92	473.92	473.92	473.92	473.92	5,564.75

**DP= VALOR ACTUAL-VALOR RESIDUAL
VIDA ÚTIL**

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

4.5 Gastos Administrativos

Son aquellos que se originan en el área administrativa y abarcan básicamente los gastos relacionados con la dirección general de la empresa, los cuales no están vinculados de manera directa con la producción.

4.5.1 Sueldos y Salarios

El código orgánico de trabajo (2013) expresa que el salario: es el estipendio que paga el empleador al obrero en virtud del contrato de trabajo. El salario se paga por jornadas de labor y en tal caso se llama jornal, por unidades de obra o por tarea.

Sueldo: Según Mercedes Bravo (1998) es la remuneración que paga el empleador al empleado en virtud del contrato de trabajo. El sueldo se paga por meses, sin suprimir los días no laborables. Los sueldos y salarios deberán ser pagados directamente al trabajador o a la persona por él designada, en el lugar donde preste sus servicios.

Por consiguiente el Complejo Turístico estipulará los sueldos de forma libre entre ambas partes, conforme a la tabla sectorial turística de trabajo (2013), mediante la celebración de un contrato de trabajo a prueba por tres meses y un año, pasado este tiempo se lo considerará inmediatamente como indefinido.

En el año 2014 existen 2 trabajadores en el área administrativa. Todos los anexos se proyectan con una inflación del 5.3% conforme a los datos del Banco Central.

Los sueldos y salarios se han estimado considerando la cantidad de trabajadores con los que contará el complejo; en el anexo n°:2 hasta el n°2.9 se observa los sueldos y salarios del personal administrativo, y operacional desde 2014 hasta 2023, las proyecciones están realizadas en un período de 10 años para el personal administrativo y de servicio.

Personal administrativo Año 2014

- Gerente general remuneración mensual \$ 1.158,30
- Contador por servicios profesionales remuneración mensual \$ 105,30

Tabla N°: 4.11 Sueldos y salarios personal Administrativo desde el año 2014 hasta el 2023

SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL ADMINISTRATIVO										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
CANTIDAD DE PERSONAL ADMINISTRATIVO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
TOTAL DE SUELDOS	\$19.502,60	\$20.536,54	\$21.625,31	\$22.770,79	\$23.977,98	\$25.249,03	\$26.587,27	\$27.996,23	\$29.480,60	\$31.042,24

Fuente y fecha: (Tabla Sectorial MRL, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla N°: 4.12 Gastos Administrativos Parte 1

GASTOS ADMINISTRATIVOS										
GASTOS PRORRATEADOS POR SERVICIOS PRESTADOS										
	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
GASTOS SUELDOS ADMINISTRATIVO	\$19.502,60	\$ 20.536,54	\$ 21.625,31	\$ 22.770,79	\$ 23.977,98	\$ 25.249,03	\$ 26.587,27	\$ 27.996,23	\$ 29.480,60	\$ 31.042,24
GASTOS DEPRECIACIONES	\$ 22,277.13	\$ 23,457.82	\$ 24,701.08	\$ 26,010.24	\$ 27,388.78	\$ 28,840.39	\$ 30,368.93	\$ 31,978.48	\$ 33,673.34	\$ 35,458.02
GASTOS FINANCIEROS	\$ 35,021.19	\$ 36,877.31	\$ 38,831.81	\$ 40,889.89	\$ 43,057.06	\$ 45,339.08	\$ 47,742.05	\$ 50,272.38	\$ 52,936.82	\$ 55,742.47

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

De acuerdo con Sarmiento (2003), los gastos administrativos son aquellos rubros destinados al manejo del área financiera o de direccionamiento estratégico de la empresa, como por ejemplo los especificados anteriormente en las tablas 4.11 y 4.12.

4.6 GASTOS FINANCIEROS

De acuerdo con Bravo (1998), los gastos financieros son todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. Es por ello que se ha prorrateado los gastos para todos los servicios que el Complejo Turístico desea ofertar con la finalidad de obtener datos reales, que puedan servir como aporte a la parte financiera del proyecto.

Tabla N°: 4.13 Gastos Financieros

GASTOS PRORRATEADOS POR SERVICIOS PRESTADOS										
	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
GASTOS FINANCIEROS	35021.19	36877.31	38831.81	40889.89	43057.06	45339.08	47742.05	50272.38	52936.82	55742.47
FLASH TIME	6242.83	6573.70	6922.11	7288.98	7675.29	8080.69	5397.25	5768.77	6133.02	1494.25
CHAPOTEC	9560.70	10067.41	10600.99	11162.84	11754.47	12426.45	702.18	722.80	762.72	437.53
SAMAY-SAMAY	5657.18	5957.01	6272.73	6605.19	6955.26	7304.02	15731.89	15996.87	16674.04	9447.55
LUZY VIDA	5893.58	6205.94	6534.85	6881.20	7245.91	7655.03	4648.61	5116.87	5501.20	3070.02
MICUNASHKA RESTAURANTE	194.42	204.73	215.58	227.00	239.03	249.45	427.42	458.22	479.59	597.89
TRANSFER-RESTAURANTE	1926.87	2029.00	2136.53	2249.77	2369.01	2498.25	4325.81	4686.78	4957.57	30164.69
CINE	103.68	855.69	901.04	948.80	999.08	1082.34	1172.12	1268.89	1373.14	3535.14
CHIVA	45.84	270.78	285.13	300.24	316.15	339.49	943.15	1024.10	1091.02	2630.76

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Para mayor ilustración ver en los Anexos N°4 al 4.3.2.

4.7 Gastos de Operación

Los gastos de operación hacen referencia al dinero desembolsado que se efectuará para el Complejo Turístico, con el objetivo de contribuir al desarrollo de sus actividades. Los gastos operativos son:

- Sueldos y salarios del personal Operacional para el manejo de la siguiente cuenta contable se ha evaluado la existencia de 9 colaboradores para el área operacional los cuales se detalla a continuación:

Personal operacional Año 2014

- ✓ 1 Terapista físico remuneración mensual \$ 442,26 + beneficios de ley de acuerdo a la tabla sectorial.
- ✓ 1 Chofer - Guía remuneración mensual \$ 442,26 + beneficios de ley de acuerdo a la tabla sectorial.
- ✓ 1 Psicólogo remuneración mensual \$ 737,10 + beneficios de ley de acuerdo a la tabla sectorial.
- ✓ 2 Cocineros remuneración mensual por cada uno \$ 442,26 + beneficios de ley de acuerdo a la tabla sectorial.
- ✓ 1 Camarera remuneración mensual \$ 334,85 + beneficios de ley de acuerdo a la tabla sectorial.
- ✓ 1 Recepcionista remuneración mensual \$ 334,85 + beneficios de ley de acuerdo a la tabla sectorial.
- ✓ 1 Médico remuneración mensual \$ 1579,50 + beneficios de ley de acuerdo a la tabla sectorial.
- ✓ 1 Profesor de baile por servicios profesionales, remuneración mensual \$105,30
- ✓ 2 personal de mantenimiento remuneración, mensual por cada uno \$334,85 + beneficios de ley de acuerdo a la tabla sectorial.

Tabla N°: 4.14 Sueldos y salarios personal operativo desde el año 2014 hasta el 2023

SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL OPERACIONAL										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
CANTIDAD DE PERSONAL OPERACIONAL	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
TOTAL DE SUELDOS	\$ 87,145.10	\$ 91,617.14	\$ 96,472.51	\$ 101,586.22	\$ 106,969.95	\$ 112,639.14	\$ 118,608.97	\$ 124,895.41	\$ 131,514.30	\$ 138,485.39

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)
 Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

- **Mantenimiento:** Dentro de este rubro se ha considerado (equipo médico, equipos varios, instalaciones, vehículo) por un valor total de \$350.00 anuales, este valor va acorde a la garantía y servicio técnico que ofertan las casa comerciales al momento de la adquisición de los equipos.
- **Suministros:** Los componentes que conforman esta cuenta son (alimentos y bebidas, vestuario y prendas de protección, combustibles y lubricantes, útiles de oficinas, aseo, herramienta, otros) equivalente a \$20.855.73 anuales.
- **Otros gastos:** Dentro de esta cuenta se ha considerado (contratación de chiva accesible, cine retro, teatro, mini-plantas de rosas y árboles de higos así también como capacitación del personal). por un valor de \$36.414.45 anuales.

Adicionalmente se detalla que al existir un incremento en el volumen de usuarios al complejo turístico se contratará trabajadores ocasionales, de acuerdo a la temporada.

Los gastos operativos constituyen los gastos relacionados a la producción de la cartera de servicios que se oferta.

Tabla N°: 4.15 Gastos de Operación

GASTOS OPERACIONALES										
GASTOS PRORRATEADOS POR SERVICIOS PRESTADOS										
	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
GASTOS SUELDOS PERSONAL OPERACIONAL	\$ 87,145.10	\$ 91,617.14	\$ 96,472.51	\$ 101,586.22	\$ 106,969.95	\$ 112,639.14	\$ 118,608.97	\$ 124,895.41	\$ 131,514.30	\$ 138,485.39
GASTOS MANTENIMIENTO	\$ 350.00	\$ 368.55	\$ 388.08	\$ 408.65	\$ 430.31	\$ 453.12	\$ 477.13	\$ 502.42	\$ 529.05	\$ 557.09
GASTOS SUMINISTROS	\$ 20,855.73	\$ 21,961.08	\$ 23,125.02	\$ 24,350.65	\$ 25,641.23	\$ 27,000.22	\$ 28,431.23	\$ 29,938.09	\$ 31,524.80	\$ 33,195.62
OTROS GASTOS	\$ 35,933.14	\$ 37,837.60	\$ 39,842.99	\$ 41,954.67	\$ 44,178.27	\$ 46,519.71	\$ 48,985.26	\$ 51,581.48	\$ 54,315.30	\$ 57,194.01

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Lo anteriormente mencionado se puede observar en forma detallada en el Anexo n°4.3 hasta el n°4.3.2. Por otra parte se ha considerado para la proyección desde el año 2014 hasta el 2023.

4.8 Ingresos

El presupuesto de ventas se prepara en base a los siguientes factores.

- Información del mercado
- Capacidad de compra del mercado
- Políticas de la empresa en cuanto a precios y comisiones
- Análisis de la temporada baja, media, alta.

Al separar las ventas proyectadas a 10 años de acuerdo con los requisitos crediticios que establece la Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento, los cuales se muestran desde el Anexo n°5 hasta el n° 5.3.

De acuerdo al estudio de mercado los 150 encuestados fueron 72 personas que poseían discapacidad, mientras que 78 tenían algún miembro de su familia que se encontraba en condición discapacitante. En consecuencia se pudo concluir que

98% de los encuestados manifestaron la predisposición para visitar un complejo turístico incluyente. Debido a esto se ha utilizado un criterio conservador al tomar como referencia el 1% de la población de Pichincha con discapacidad equivalente a (45.756) personas, al igual que el 0.01% de la población de Quito (2,239.191) personas, al reflejar un total anual de 8.184 visitantes, en consecuencia un número máximo de usuarios mensual es de 682 personas, este valor anual se ha dividido en temporada alta, media y baja.

El Complejo Turístico tendrá una capacidad máxima anual de 2.728 personas en la temporada baja y se ha estimado el ingreso de 770 visitantes, la misma que se desarrolla en 4 meses de operación correspondientes a Enero, Marzo, Septiembre, Octubre, es decir que se preverá que opere por 36 días en la mencionada temporada.

La temporada media se encuentra establecida en los meses de Mayo, Junio, Noviembre, donde la capacidad máxima prevista es de 2.046 personas, en la cual la operación será de 45 días, por tanto se estima que en ese lapso de tiempo exista un promedio de 1.272 visitantes al complejo turístico.

Para finalizar, la temporada alta está considerada en los meses de Febrero, Abril, Julio, Agosto y Diciembre; donde la capacidad máxima de ocupación es de 3.410 visitantes, por lo cual la operación prevista será de 105 días, y se estima que exista un promedio de 3.165 turistas.

Por otro lado para realizar las proyecciones se ha tomado como referencia un incremento del 10% anual en cada una de ellas.

Tabla N°: 4 .16 Promedio anual de visitantes hacia el Complejo Turístico

PROMEDIO ANUAL DE VISITANTES			
%OCUPACIÓN POR TEMP.	20%	35%	45%
INGRESO /VISITANTES	T.BAJA	T.MEDIA	T.ALTA
INSTALACIONES	320	547	2023
PQTE.FLASH TIME	30	36	64
PQTE.CHAPOTE0	25	20	28
PQTE.LUZ VIDA	8	10	12
HOSPEDAJE SAMAY	51	93	174
MICUNASHKA RESTAURANTE	20	35	68
TRANSFER-RESTAURANTE	206	329	428
INGRESOS CINE	38	112	158
INGRESOS CHIVA	72	90	210
TOTAL	770	1272	3165

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla N°: 4 .16.1 Ventas Proyectadas Parte 1

TOTAL DE VENTAS PROYECTADAS AL AÑO POR SERVICIO										
	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
	27021.97	31210.37	37764.55	47772.16	63059.25	84278.73	112678.63	150703.03	201632.94	269874.78
INSTALACIONES	13%	13%	13%	13%	13%	13%	21%	22%	22%	12%
	37188.29	42952.48	51972.50	65745.21	86783.68	116978.25	60237.11	79195.53	106148.06	55117.67
FLASH TIME	18%	18%	18%	18%	18%	18%	11%	12%	12%	3%
CHAPOTEO	57816	66777	80801	102213	134921	182670	7710	9478	12239	16564
	27%	27%	27%	27%	27%	27%	1%	1%	1%	1%
LUZ Y VIDA	35640.00	41164.20	49808.68	63007.98	83170.54	112529.74	53282.66	73125.89	100445.24	138063.51
	17%	17%	17%	17%	17%	17%	10%	11%	11%	6%
SAMAY SAMAY	34210	39513	47811	60481	79834	107370	172741	209771	267569	357669
	16%	16%	16%	16%	16%	16%	32%	30%	29%	16%
MICUNASHKA RESTAURANTE	1170	1351	1635	2068	2730	3648	4878	6525	8730	23812
	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
TRANSF-RESTAURANTE	11652.30	13458.41	16284.67	20600.11	27192.15	36724.50	49618.79	67067.67	90689.26	1154331.56
	6%	6%	6%	6%	6%	6%	9%	10%	10%	53%
OTROS INGRESOS										
CINE	627.00	724.19	876.26	1108.47	1463.19	2011.88	2766.33	3803.71	5230.10	14371.97
	0%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	3%	5%
CHIVA	277.20	320.17	387.40	490.06	646.88	889.46	1223.01	1681.64	2312.26	3179.35
	0%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	6%
TOTAL DE VENTAS PROYECTADAS AL AÑO	211212.8682	243950.8627	295180.5439	373403.388	492892.472	664663.5967	534932.91	688537.25	908290.74	2193748.69

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)
 Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

En conclusión las ventas se encuentran proyectadas a 10 años, las cuales representan todos los servicios que oferta el Complejo Turístico desde el año 2014 hasta el 2013.

Uso de instalaciones con valor de \$2,7021.97, equivale al 13% de las ventas totales al año, y paquetes turísticos ofertados en el Complejo como por ejemplo Flash Time con un valor de \$3,7188.29, con un porcentaje del 18%, Chapoteo \$57.816.00 equivalente al 27%, Luz y Vida \$3,5640.00 con un porcentaje del 17%, Samay-Samay \$3,4210.00 equivalente al 16%, Micunashka- Restaurante \$1,170.00 con un porcentaje de 2%, Transfer-Restaurante \$11,652.30 equivalente al 6% y finalmente Otros Ingresos \$904.20 con un porcentaje del 1% del total de ventas.

4.9 Estado de Resultados y Flujo del Efectivo.

Es un informe financiero que demuestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa espera tener.

Para la elaboración de este estudio se ha tomado en consideración las ventas proyectadas que se realizarán desde el año 2014, año en el cual empezará las operaciones en el complejo turístico hasta el año 2023, los cuales muestran como resultado los estados financieros al igual que las depreciaciones de los activos fijos como edificios, maquinaria, muebles y enseres, vehículo, inversiones y amortizaciones que posee el proyecto.

En los Anexos nº:6 al 6.1 muestran el estado de resultados proyectados del complejo turístico desde el año 2014 hasta el 2023, se puede evidenciar los ingresos por servicios ofertados, los gastos efectuados, el resultado antes del Impuesto a la Renta y las participaciones a trabajadores.

El Cálculo de Impuesto a la Renta no se realiza por tratarse de una Empresa nueva y como lo indica la Ley de Régimen Tributario Interno se encuentra exenta por los primeros cinco años.

Al igual que lo expresa el Servicio de Rentas Internas,(2010) que las compañías nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas, productivas, y que se dediquen a realizar actividades turísticas, gozarán de una exoneración del Impuesto a la Renta durante cinco años contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la inversión.

Tabla N°: 4.17 Estado de Pérdidas y Ganancias Projectados

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS												
	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ventas		202,733.28	224,152.05	259,635.32	314,405.40	397,282.66	512,870.17	403,393.98	507,286.97	653,681.41	1,623,913.43	
TOTAL GASTO SUELDOS		107,298.72	112,153.68	118,097.82	124,357.01	130,947.93	137,888.17	145,196.24	152,891.64	160,994.90	169,527.63	
TOTAL SERVICIOS BASICOS		6,720.00	7,076.16	7,451.20	7,846.11	8,261.95	8,699.84	9,160.93	9,646.46	10,157.72	10,696.08	
TOTAL MANTENIMIENTO		350.00	368.55	388.08	408.65	430.31	453.12	477.13	502.42	529.05	557.09	
TOTAL SUMINISTROS		20,855.73	21,961.08	23,125.02	24,350.65	25,641.23	27,000.22	28,431.23	29,938.09	31,524.80	33,195.62	
TOTAL DEPRECIACION		22,277.13	23,457.82	24,701.08	26,010.24	27,388.78	28,840.39	30,368.93	31,978.48	33,673.34	35,458.02	
TOTAL OTROS GASTOS		35,933.14	37,837.60	39,842.99	41,954.67	44,178.27	46,519.71	48,985.26	51,581.48	54,315.30	57,194.01	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		35,021.19	32,635.11	29,986.09	29,156.23	23,498.23	19,873.05	15,854.16	11,396.37	6,451.74	1,267.69	
Resultados antes de IR y Part. Trab		- 25,722.62	- 11,337.95	16,043.04	60,321.84	136,935.96	243,595.68	124,920.11	219,352.04	356,034.56	1,316,017.29	
15% Participacion Trabajadores		- 3,858.39	- 1,700.69	2,406.46	9,048.28	20,540.39	36,539.35	18,738.02	32,902.81	53,405.18	197,402.59	
22% Impuesto a la Renta							53,591.05	27,482.42	48,257.45	78,327.60	289,523.80	
RESULTADO DEL EJERCICIO		- 21,864.23	- 9,637.26	13,636.58	51,273.56	116,395.56	207,056.33	106,182.09	186,449.23	302,629.37	1,118,614.70	

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla N°: 4.17.1 Flujo de Caja Proyectado Parte 1

	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
FLUJO DE CAJA											
	INVERSIÓN										
Resultado del Ejercicio		21,864.23	9,637.26	13,636.58	51,273.56	116,395.56	207,056.33	106,182.09	186,449.23	302,629.37	1,118,614.70
+ Depreciaciones		22,277.13	23,457.82	24,701.08	26,010.24	27,388.78	28,840.39	30,368.93	31,978.48	33,673.34	35,458.02
- Inversión Terreno	200,000.00										
- Inversión Instalaciones	274,241.30										
- Inversión utensilios de cocina	1,477.90										
Inversión Equipos	75,050.00										
Inversión Muebles y Enseres	14,500.00										
Inversión Equipos de Computación	2,000.00										
Inversión Vehículo	30,000.00										
Inversión Capital Trabajo	50,000.00										
Valor Residual de Terrenos											200,000.00 100.00%
Valor Residual de Instalaciones											13,712.07 5.00%
+ Valor Residual de Utensilios de cocina											147.79 10.00%
+ Valor Residual de Equipos											7,505.00 10.00%
+ Valor Residual de Muebles y Enseres											1,450.00 10.00%
+ Valor Residual de Equipos de Computación											680.00 33.00%
+ Valor Residual de Vehículo											6,000.00 20.00%
+ Valor Residual capital de Trabajo											35,000.00 70.00%
+ Crédito Recibido	350,000.00										
- Amortización de Capital de Crédito	18,890.90	21,651.51	24,037.58	26,686.61	32,239.19	33,174.47	36,799.65	40,818.54	45,276.33	50,220.96	27,131.24
FLUJO DE CAJA DE INVERSIONIS	- 316,160.10	- 21,238.61	- 10,217.03	11,651.05	45,044.61	110,609.87	199,097.07	95,732.48	173,151.38	286,081.75	1,126,941.49

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Tabla N°: 4.18 Flujo de Caja Proyectado Parte 2

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS DESDE EL AÑO 2014 HASTA EL 2023 DEL COMPLEJO TURÍSTICO ANKALLY - YAKU										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS	\$ 202,733.28	\$ 224,152.05	\$ 259,635.32	\$ 314,405.40	\$ 397,282.66	\$ 512,870.17	\$ 403,393.98	\$ 507,286.97	\$ 653,681.41	\$ 1,623,913.43
FLUJO DE CAJA	\$ (21,238.61)	\$ (10,217.03)	\$ 11,651.05	\$ 45,044.61	\$ 110,609.87	\$ 199,097.07	\$ 95,732.48	\$ 173,151.38	\$ 286,081.75	\$ 1,126,941.49

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

4.10 Valor Actual Neto

De acuerdo con el criterio de Germán (2004) el Valor Actual Neto se define como un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

Cuando el VAN toma un valor igual a 0, pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). La TIR es la rentabilidad que proporcionará el proyecto.

La Tabla N°: 4.19 Interpretación del Valor Actual Neto

INTERPRETACIÓN		DECISIÓN A TOMAR
Valor	Significado	
VAN>0	La inversión producirá por encima de la rentabilidad exigida(r).	El proyecto debe aceptarse
VAN<0	La inversión producirá pérdidas por encima de la rentabilidad exigida ®.	El proyecto debe rechazarse
VAN=0	La inversión no producirá ni pérdidas ni ganancias	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida ®. La decisión debería basarse en otros criterios como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Fuente y fecha: (German, 2004)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

En conclusión de acuerdo con la tabla 4.20 cuando el Valor Actual Neto es mayor a Cero se considera al proyecto viable o que los inversionistas tomarán la decisión de aceptar el proyecto, lo cual hace referencia a que el proyecto será considerado viable debido a que se encuentra enfocado en el primer parámetro de **VAN>0** lo que indica rentabilidad.

Tabla N°: 4.20 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

VALOR ACTUAL NETO	
PERÍODO	FLUJO DE CAJA DESCONTADO POR AÑO
AÑO 2014	\$ (21,238.61)
AÑO 2015	\$ (8,399.22)
AÑO 2016	\$ 8,684.35
AÑO 2017	\$ 30,441.92
AÑO 2018	\$ 67,776.69
AÑO 2019	\$ 110,613.64
AÑO 2020	\$ 48,223.69
AÑO 2021	\$ 79,083.22
AÑO 2022	\$ 118,469.31
AÑO 2023	\$ 466,677.72
VAN	\$ 900,332.70

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Para el cálculo de la tabla del Flujo de caja descontado se ha tomado en cuenta el deducible por depreciaciones y amortizaciones proyectadas para 10 años, que da como resultado un Valor Actual Neto. Esto significa que el VAN es positivo y que con las ventas al cabo de diez años el proyecto recuperará todos estos costos, obteniendo como excedente en términos de valor actual \$900.332,70.

4.11 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según Sarmiento (2003), la Tasa Interna de Retorno permite conocer la rentabilidad que genera un proyecto de inversión que requiere una serie de desembolsos a lo largo del tiempo y que, también en distintos momentos permite obtener una serie de ingresos.

Tabla N°: 4.21 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto

	USD	% PESO RELATIVO	COSTO DE OPORTUNIDAD	MEDIA ARITMETICA PONDERADA								
CAPITAL PROPIO	250,000.00	41.67%	10.00%	4.17%								
PASIVO	350000.00	58.33%	10.50%	6.13%								
INVERSION TOTAL	600,000.00	100.00%		10.29%	COSTO PROMEDIO CAPITAL							
	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	9	
FLUJO DE CAJA	- 316,160.10	-21238.61	-10217.03	11651.05	45044.61	110609.87	199097.07	95732.48	173151.38	286081.75	1126941.49	
COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL		0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	
FACTOR DE DESCUENTO	1.00	1.10	1.22	1.34	1.48	1.63	1.80	1.99	2.19	2.41	2.41	
FLUJO DE CAJA DESCONTADO	- 316,160.10	-21,238.61	-8,399.22	8,684.35	30,441.92	67,776.69	110,613.64	48,223.69	79,083.22	118,469.31	466,677.72	

VNA 900,332.70

ESTE VALOR ACTUAL NETO POSITIVO INDICA QUE CON LAS VENTAS AL CABO DE 10 AÑOS Y MEDIO EL PROYECTO RECUPERARÁ TODOS ESTOS COSTOS Y OBTIENE UN EXCEDENTE EN TÉRMINOS DE VALOR ACTUAL. CON ESTE VAN SE CONCLUYE QUE EL PROYECTO ES FINANCIERAMENTE VIABLE.

TIR 24%

TIR DE 24 %
FINANCIERAMENTE VIABLE.

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)
Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

Para calcular la Tasa Interna de Retorno, se establece el costo de oportunidad que, conforme al criterio de Germán (2004) es el valor descartado debido a la realización de la inversión o también el coste de la no realización de la misma.

Para el estudio se consideró el costo promedio de capital equivalente al 10,29 %, que se calculó en base al porcentaje establecido por Bolsa de Valores del Ecuador y la tasa de interés del crédito solicitado. El cual sirve como indicador al determinar que la inversión es viable cuando es superior al mencionado porcentaje. Como se observa el proyecto es considerado viable debido a que tiene un TIR del 24%.

Tabla N°: 4.22 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

TASA INTERNA DE RETORNO	
PERÍODO	FLUJO DE CAJA
AÑO 2014	\$ (21,238.61)
AÑO 2015	\$ (10,217.03)
AÑO 2016	\$ 11,651.05
AÑO 2017	\$ 45,044.61
AÑO 2018	\$ 110,609.87
AÑO 2019	\$ 199,097.07
AÑO 2020	\$ 95,732.48
AÑO 2021	\$ 173,151.38
AÑO 2022	\$ 286,081.75
AÑO 2023	\$ 1,126,941.49
TIR	24%

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

4.12 Período de Recuperación o (PIR)

De acuerdo a Bravo (1998) el período de recuperación es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo, a través de un plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

El período de recuperación de la inversión del Complejo Turístico es de cuatro años y medio.

Tabla N°: 4.23 Período de Recuperación

PERÍODO DE RECUPERACIÓN

PR

	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
UTILIDAD NETA		-21864.23	-9637.26	13636.58	51273.56	116395.56	207056.33	106182.09	186449.23	302629.37	1118614.70
(+) Depreciación		22277.13	23457.82	24701.08	26010.24	27388.78	28840.39	30368.93	31978.48	33673.34	35458.02
(+) Amortización		21,652	24,038	26,687	32,239	33,174	36,800	40,819	45,276	50,221	27,131
(-)INVERSION INICIAL	(316,160.10)										
FLUJO NETO DE EFECTIVO (FNE)		22064.41	37858.14	65024.27	109522.99	176958.81	272696.36	177369.56	263704.04	386523.67	1181203.96

AÑO 2014+AÑO 2015	59922.56
AÑO 2014+AÑO 2015+AÑO2016	124946.83
AÑO 2014+AÑO 2015+AÑO2016+AÑO2017	234469.82
AÑOS 2014-15-16-17-18	411428.64
COSTO NO RECUPERADO	95268.54
PR	0.35
(+) PERIO ANTERIO DE RECUP.(AÑO)	4.35

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

4.13 Punto de Equilibrio

Tal y como lo dice Germán (2004) el punto de equilibrio estudia la relación que existe entre costos fijos y variables en base al nivel de ingresos por venta que el Complejo Turístico alcanzaría para lograr cubrir el costo, gastos y empezar a generar utilidad.

Costos fijos.- Según Bravo, (1998) son una erogación en que la empresa debe incurrir obligatoriamente, aun cuando la empresa opere a media marcha, o no lo haga, razón por la que son tan importantes en la estructura financiera de cualquier empresa.

Costos variables.- De acuerdo con Sarmiento (2003) hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción.

Tabla N°: 4.24 Punto de equilibrio

COSTOS FIJOS Y VARIABLES TOTALES	
COSTOS FIJOS	\$ 164,597.03
COSTOS VARIABLES	\$ 63,858.87
COSTO TOTAL	\$ 228,455.90
VENTAS	\$ 202,733.28

$$\text{P.EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

$$\text{P.EQUILIBRIO} = \$ 240,283.98$$

Fuente y fecha: (Tesis de grado Johanna Figueroa / Patricio Reyes, 2013)

Elaborado por: Johanna Figueroa / Patricio Reyes

En conclusión se estima obtener un ingreso superior a \$235.565.60 dólares por venta de servicios, ya que la mencionada cifra expresa que existe una igualdad entre ingresos, costos y gastos por ende no hay utilidad, en consecuencia para obtener ganancia deberá el ingreso superar los costos y gastos.

Para mayor ilustración verificar en el Anexo N°9.

CONCLUSIONES

- 1.- A través del Estudio de mercado se determinó que en Quito, la discapacidad más frecuente es la físico-motora, además de observar la predisposición a realizar actividades de recreación, esparcimiento que requieran mejorar su salud junto a su familia
- 2.- El perfil del cliente al cual se direccionó el proyecto inicialmente son las personas con discapacidad físico-motriz y su familia.
- 3.- En el momento actual no existe competencia directa alguna en la provincia. A nivel nacional existen competidores como la Hostal Las Granadilla en la provincia del Tungurahua, que brinda servicios de alojamiento para personas con discapacidad; la Hostería Mandála en Puerto López provincia de Manabí que ofrece los mismos servicios de alojamiento.
- 4.- Actualmente la legislación en nuestro país ha desarrollado Normas y Leyes que consagran mayores garantías a personas con condición discapacitante, como por ejemplo la Guía INEN Arquitectónica para que las construcciones sean diseñadas con accesibilidad. La Guía de Turismo Accesible; la Ley de Régimen Tributario Interno establece que las sociedades nuevas que se dediquen a actividades como el turismo entre otras gozarán de la exoneración del Impuesto a la Renta por cinco años.
- 5.- Por otro lado luego del análisis del estudio financiero se determinó que el valor total de la inversión es de \$600.000 dólares. Por consiguiente para determinar la viabilidad del proyecto se ha empleado los índices financieros como son el Valor Actual Neto (VAN), y la Tasa Interna de Retorno (TIR) el cual se encuentra en un 24%, lo que indica que la inversión es realizable. Por último el Período de Recuperación que es considerado como un indicador que mide tanto la liquidez y Riesgo del Proyecto estima que la inversión se recupere en cuatro años.

RECOMENDACIONES

- 1.- Es aconsejable que para realizar proyectos incluyentes se creen convenios o alianzas estratégicas que garanticen ofertar un servicio a precios asequibles.
- 2.- Se recomienda para futuros proyectos englobar otros tipos de discapacidades como la auditiva y visual.
- 3.- Se propone destinar un monto considerable para publicidad, debido que al ser un proyecto novedoso es necesario darlo a conocer para lo cual sería necesario que entidades del Estado como el Ministerio de Turismo (MINTUR), colabore para incluir proyectos de esta índole en ferias internacionales.
- 4.- Se debería incluir proyectos de vinculación Social, que contribuyan con las mejoras y desarrollo de sectores vulnerables de la sociedad. A través de un estudio de mercado que permita identificar las necesidades por las que atraviesan dichos sectores.
- 5.- Se debería integrar a personas con discapacidad para que puedan aportar como socios a proyectos similares, que contribuya en mejorar su calidad de vida.

BIBLIOGRAFIA

Agencia de viajes Ecuador For All. (2011).

anual de Servicios Ecuador For All. Quito.

Águeda, e. T. (1996). Principios del Marketing. Esic.

Alonso, j. (1999). Comportamiento del Consumidor. Decisiones y Estrategia de Marketing. Madrid: esic.

Banco Central del Ecuador. (2013). Reporte Anual de Inflación. Quito: BCE.

Centro Ecuatoriano de Transferencia y Desarrollo de Tecnologías. (2009). Nuevas Tecnologías Ecuador . Quito.

Cn Crece Negocios. (2012). Metodología de la Investigacion . Bogotá.

Complejo Hípico Shungu Huasi. (2012). Servicios Complejo Turístico Shungu Huasi. Cayambe.

Congreso Nacional. (2002). Ley de Turismo . Quito.

Consejo Nacional de Discapacidades Conadis. (2010). Estadísticas sobre Discapacidades. Quito: CONADIS.

Consejo Nacional de Discapacidades CONADIS. (2011). Estadísticas sobre Discapacidades. Quito: CONADIS.

El Centro de Estudios y Análisis Cámara de Comercio de Quito. (2012). Síntesis Macroeconómica. Quito: CEA.

Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia. (2000). Accesibilidad al Medio Físico y al Transporte. Bogotá: impronta de Carlos Naranjo.

Fernandez, J. L. (2012). Historia de las Discapacidades. Madrid.

Fundación Chile. (2006). Manual De Gestión de Competencias .Santiago De Chile.

González, R. R. (2004). *Elaboración de Planes de Negocio* . México: Mc Graw Hill.

Guajala Macas, m. (2011). *Realidad Nacional y Ambiental*. Loja: Cc Ecuador 3.0 by Nc Nd .

Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Internacional. (2012). *Guía para los Estudiantes Sobre la Estructura Del Plan de tesis* . Quito: ESPE "Héroes del Cenepa".

Kotler, p. (2011). *Marketing Turístico* . Madrid: Pearson.

Ministerio de Cultura. (2010). *Analisis Social y Desarrollo Ecuador* . Quito.

Ministerio de Turismo. (2011). *Establecimientos Turísticos en la provincia de Pichincha* .Quito.

Nautilus. (2012). *Nautilus club*. Quito.

Quito, c. D. (2013). *Where to Stay in Quito*.Quito: Municipio de Quito.

Quito, Cámara de Turismo. (2013). *Where to Stay in Quito*.Quito: Cámara de Turismo de Quito.

Registro oficial de la República del Ecuador . (2007). *Ordenanzas Municipales*. Quito: Lexis S.A.

Rivera, g. (2004). *Plan Operativo de Negocios Herramienta de Sostenibilidad Organizacional*. Ecuador: pact Inc.

Sanguinetti, m. (2011). *Portes del Diseño*.Buenos Aires: Cmd.

Yeng, J. A. (2007). *Estudio Legal sobre la participación de Micro y Pequeñas Empresas*.Asunción: Organización Mundial del Trabajo.

GLOSARIO.

1. **Accesibilidad.**-Es el grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas.
2. **Activos.**-Es un bien tangible o intangible que posee una empresa o persona natural.
3. **Costo.**-Es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio.
4. **Costo Fijo.**- Son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos.
5. **Costo Variable.**-Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción, de venta o la prestación de un servicio conforme a la actividad de la empresa.
6. **Depreciación.**-Consiste en el deterioro causado por la usabilidad, la obsolescencia, causada por los avances de la tecnología y la investigación, la incidencia del clima y los posibles cambios de la demanda del activo.
7. **Flujo de Caja.**- Son los movimientos que se han realizado en un determinado período de dinero o cualquiera de sus equivalentes.
8. **Gasto.**-Es un egreso o salida de dinero que una persona o empresa debe pagar por un artículo o por un servicio
9. **Pasivos.**- Es una deuda o un compromiso que ha adquirido una empresa, institución o individuo.
10. **Patrimonio.**-Es el conjunto de los bienes y derechos pertenecientes a una persona, física o jurídica

11. **Punto de Equilibrio.-** Hallar el punto de equilibrio, es hallar dicho punto de actividad en donde las ventas son iguales a los costos, en donde no existe utilidad ni pérdida.
12. **Tasa interna de Retorno.-**Es el retorno de la inversión en un determinado tiempo, actualizando los ingresos futuros a la presente fecha.
13. **Tour- Operador.-** Empresa que crea y comercializa viajes todo incluido o presta servicio turístico y que puede subcontratar su prestación.
14. **Turismo Accesible-** Actividad direccionada al sano esparcimiento, confort y relax de personas con discapacidad.
15. **Utilidad.-** En las operaciones comerciales, la utilidad es la ganancia proveniente de los procesos de fabricación, organización y venta, después de cubrir todos los gastos.
16. **Valor Actual Neto.-**Tendrá que ser superior a cero para demostrar la rentabilidad de un proyecto.
17. **Presupuesto Financiero.-** Es el cálculo y negociación anticipada de los ingresos y gastos de una actividad económica, durante un período, por lo general en forma anual.
18. **Oferta.-** Es la cantidad de servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un período de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.
19. **Demanda.-** Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor.
20. **Precio.-** Pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio.

