



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL.

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL.**

AUTOR: MEDINA ORELLANA, MONICA PATRICIA.

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN PARADERO
TURISTICO EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA PROVINCIA
DEL TUNGURAHUA, BAJO UN ENFOQUE DE GESTION COMUNITARIA.**

DIRECTOR: ECO. PEREZ, JAIME.

CODIRECTOR: ECO. ROBAYO, PABLO.

SANGOLQUÍ, MARZO 2014.

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

ECON. JAIME PÉREZ CADENA - ECON. PABLO ROBAYO REMACHE.

CERTIFICAN

Que la tesis titulada PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA PROVINCIA DEL TUNGURAHUA, BAJO UN ENFOQUE DE GESTIÓN COMUNITARIO, ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE.

Econ. Jaime Oswaldo Pérez Cadena

DIRECTOR

Econ. Pablo Robayo Remache.

CODIRECTOR.

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

MÓNICA PATRICIA MEDINA ORELLANA

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA PROVINCIA DEL TUNGURAHUA, BAJO UN ENFOQUE DE GESTIÓN COMUNITARIA”, ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

Sangolquí, de febrero del 2014

MÓNICA PATRICIA MEDINA ORELLANA

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Mónica Patricia Medina Orellana, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, la publicación en la biblioteca virtual de la institución del trabajo “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA PROVINCIA DEL TUNGURAHUA, BAJO UN ENFOQUE DE GESTION COMUNITARIA”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 11 de febrero del 2014

MÓNICA PATRICIA MEDINA ORELLANA.

DEDICATORIA

La probabilidad de realizar un sueño es lo que hace que la vida sea interesante.

Paulo Coelho.

ALEJANDRA Y VALENTINA

Dedico este Proyecto a mis hijas, Alejandra que es el motor que impulsa mi vida, ella con su sonrisa ilumina cada día de mi existencia. Mi amor gracias por darme la fuerza para salir a delante.

A Valentina, que desde el cielo ha sido una luz de esperanza en todo momento de debilidad.

A mis padres Irene y Leonardo, por su sacrificio y confianza.

A mi hermano, por su apoyo incondicional en cada momento de mi vida.

Gracias a todos por su apoyo y amor en los momentos más difíciles de mi vida, y por su participación activa en este proyecto.

Mónica Medina Orellana.

AGRADECIMIENTOS

“Cuando alguien cree en ti, puedes llegar a hacer aquello que no creías posible”

Autor desconocido.

Agradezco a mis padres que han sido la guía y el ejemplo a seguir, a mi hermano y mi hija gracias por todo el cariño y el apoyo en la realización de este proyecto.

Al Econ. Jaime Pérez por su apoyo incondicional y la confianza depositada en cada momento, al Econ. Pablo Robayo por su meritoria ayuda.

Un agradecimiento especial al Lcdo. Rodrigo Flores, Presidente de la Junta Parroquial de San Antonio de Pasa, quien me brindo todas las facilidades y colaboración para la realización de este proyecto.

A mis queridos amigos Alicia, Viviana, Carito, Richard y Jaime gracias por todo el apoyo en los momentos más difíciles, ustedes son parte fundamental en este logro.

Agradezco a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, mis amigos y profesores, por las grandes experiencias en el transcurso de estos 6 años.

Mónica Medina Orellana

ÍNDICE DE CONTENIDOS.

Análisis Socio-Económico de la “Parroquia San Antonio de Pasa Cantón Ambato”	1
1. Análisis Socio-económico	1
1.1. Comunidades integrantes de la zona.....	1
1.1.2 Cultura costumbre y valores.....	2
1.1.3 Educación	3
1.1.4 Salud.....	6
1.1.5 Migración.	8
1.1.6 Servicio Eléctrico	10
1.1.7 Agua de consumo doméstico.....	10
1.1.8 Servicio Sanitario.....	11
1.1.9 Telefonía.	12
1.1.10 Vivienda.	12
1.2 Actividades económicas.....	13
1.2.1 Sector agrícola.....	13
1.2.2 sector agropecuario.....	17
1.2.3 Sector de la producción.	19
1.3 Análisis de los datos de desarrollo y pobreza	21
1.3.1.Índice de desarrollo humano.....	21
1.3.2 Pobreza.	21
1.4 turismo en San Antonio de Pasa	22
CAPÍTULO II	25
2. ESTUDIO DE MERCADO	25
2.1 Introducción	25

2.2	Objetivos del estudio de mercado	25
2.3	Identificación del servicio	25
2.4	Características del servicio.....	26
2.4.1	Clasificación por uso y efecto	26
2.4.2	Servicios Sustitutos y Complementarios.....	27
2.5	Normativa Técnica, Sanitaria y Comercial.	27
2.6	Investigación de mercados	32
2.6.1	Segmentación de mercado	33
2.6.2	Tamaño del Universo	34
2.6.3	Determinación de la muestra	34
2.6.3.1	Prueba Piloto.....	34
2.6.3.2	Cálculo del tamaño de la muestra.	37
2.6.4	Metodología de la investigación.....	38
2.6.5	Investigación de campo.	39
2.7	Análisis e interpretación de resultados.	39
2.8	Análisis de la demanda	51
2.8.1	Factores que afectan la demanda.....	52
2.8.2	Comportamiento histórico de la demanda.....	53
2.8.3	Demanda actual del servicio	54
2.8.4	Proyección de la demanda.....	54
2.9	Determinación demanda insatisfecha	55
2.9 .1	Cálculo de la demanda insatisfecha	55
2.10	Análisis de precios.....	56
2.11	Mercadeo y comercialización	57
2.11.1	Estrategia de precio	57

2.11.2 Estrategia de servicio	58
2.11.3 Estrategia de promoción.....	58
2.11.4 Estrategia de plaza	59
2.11.5 canales de distribución.	59
CAPÍTULO III	60
3. ESTUDIO TÉCNICO.....	60
3.1 Introducción al Estudio técnico.	60
3.2 Tamaño del Proyecto	60
3.2.1 Factores determinantes del tamaño.....	60
3.2.1.1. Mercado.....	60
3.2.1.2. Disponibilidad de recursos financieros.....	61
3.2.1.3. Disponibilidad de mano de obra.....	61
3.2.1.4. Disponibilidad de materia prima	62
3.2.1.5. Disponibilidad de tecnología y equipo.....	62
3.3 Localización del proyecto.....	62
3.3.1 Macro - Localización	62
3.3.2 Micro – Localización.....	63
3.3.3. Factores locacionales.	63
3.3.4 Matriz locacional.....	64
3.4 Ingeniería del Proyecto	66
3.4.1 Cadena de valor	66
3.4.2 Mapa de procesos.....	67
3.4.3. Inventario de procesos.	68
3.5. Requerimiento de obras físicas.....	72
3.6. Requerimiento mano de obra.....	73

3.7. Requerimiento de planta y equipo.	75
3.10. Requerimiento materia prima, e insumos para servicio.....	76
3.12. Calendario de ejecución del proyecto	78
3.13. Estudio de impacto ambiental.	78
CAPÍTULO IV	79
4. EMPRESA Y ORGANIZACIÓN	79
4.1. La Empresa y su organización.	79
4.2 Base Legal.....	80
4.2.1 Nombre o Razón Social	80
4.2.2. Logotipo	80
4.2.3 Slogan.....	81
4.2.4. Titularidad de la propiedad de la empresa	81
4.2.5. Tipo de empresa.	82
4.3. Base filosófica.	82
4.3.1. Visión.....	82
4.3.2. Misión.	82
4.3.3. Estrategia empresarial	83
4.3.3.1. Ventaja competitiva.....	83
4.3.3.2. Estrategia de competitividad.	83
4.3.3.3. Estrategia de crecimiento.	83
4.3.4. Objetivos estratégicos.....	83
4.3.5. Principios y valores	84
4.3.5.1. Principios.....	84
4.3.5.2. Valores.	85
4.4. La Organización.....	85

4.4.1. La estructura orgánica.	85
4.4.2. Descripción de funciones.	85
4.4.3. Organigrama estructural.	90
CAPÍTULO V	91
5. ESTUDIO FINANCIERO	91
5.1. Introducción.	91
5.2. Presupuesto	91
5.2.1. Presupuesto de inversión	91
5.2.1.1 Activos Fijos	91
5.4.2 Evaluación Financiera del Proyecto.	107
5.4.2.1 Valor Actual Neto	107
5.4.2.2 Tasa Interna de Retorno	108
5.4.2.3 Razón Beneficio/Costo	109
5.4.2.4 Período recuperación de inversión	110
5.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	111
CAPÍTULO VI	112
6. GESTIÓN SOLIDARIA DEL PROYECTO.	112
6.1 Socialización del proyecto	112
6.2 Plan de acción.	112
6.2.1. Responsabilidad social y solidaria	113
6.2.1.1 Salud	113
6.2.1.2. Educación.	113
6.2.1.3. Migración.	113
6.2.2. Ámbito económico	114
6.3. Gestión administrativa del proyecto	114

6.4. Plan de seguimiento y medición.....	114
CAPÍTULO VII.....	119
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	119
CONCLUSIONES.....	119
RECOMENDACIONES.....	119
Bibliografía	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Familias y habitantes de la zona	2
Tabla 2 Población por nivel de instrucción.....	3
Tabla 3 Establecimientos de educación de las comunidades de Pasa.....	4
Tabla 4 Régimen alimenticio de la población de Pasa por edades.	7
Tabla 5 Principales enfermedades por edades de los indígenas y los campesinos de las comunidades de PASA.....	7
Tabla 6 Tipo de Migración.	10
Tabla 7 Servicio eléctrico de los hogares.....	10
Tabla 8 Servicio agua de consumo doméstico.....	11
Tabla 9 Servicio sanitario.....	12
Tabla 10 Servicio telefónico de los hogares.	12
Tabla 11 Tipos de vivienda.....	13
Tabla 12 Principales cultivos agrícolas de las comunidades de Pasa año 2009.....	14
Tabla 13 Cantidad de semilla, producción promedio y número de cosechas.	16
Tabla 14 Número de familias por comunidad y patrimonio de tierra.	18
Tabla 15 Actividades Artesanales de las comunidades de Pasa.....	20
Tabla 16 Parroquias con mayor pobreza.	22
Tabla 17 Segmentación de Mercados.	33
Tabla 18 Resultados Primera pregunta de la prueba piloto.	35
Tabla 19 Resultados Segunda pregunta de la prueba piloto.	36
Tabla 20 Cuál es su género?	39
Tabla 21 Cuál es su edad?	40
Tabla 22 Cuál es su ciudad de origen?	41
Tabla 23 Conoce usted San Antonio de pasa?.....	42
Tabla 24 Que presupuesto promedio tiene designado para gastar en recreación cuando viaja?	43
Tabla 25 Cuál es el motivo por el cual visita San Antonio de Pasa?.....	44
Tabla 26 Ha visitado alguno de estos lugares?	45
Tabla 27 Al sitio turístico que usted ha visitado que categoría le daría?	46
Tabla 28 Conoce alguno de estos lugares?	47
Tabla 29 Qué cree usted que le falta al lugar que visito?.....	48
Tabla 30 Qué tipo de transporte utilizó para llegar a este lugar?.....	49
Tabla 31 Cuál es el estado de la vía?	50
Tabla 32 comportamiento histórico de la demanda años 2008-2012.....	53
Tabla 33 Proyección de la Demanda.....	55
Tabla 34 Demanda Insatisfecha.	56
Tabla 35 Análisis de Precios.	57
Tabla 36 Análisis de los factores locacionales.....	64
Tabla 37 Matriz Locacional.....	65
Tabla 38 Requerimiento de obras físicas.....	72

Tabla 39 Requerimiento mano de obra	73
Tabla 40 Beneficios sociales del personal.....	74
Tabla 41 Requerimiento de planta y equipo	75
Tabla 42 Requerimiento materia prima, e insumos para servicio.....	76
Tabla 43 Proyección insumos y materia prima.....	77
Tabla 44 Impacto Ambiental.....	78
Tabla 45 Activos Fijos.....	92
Tabla 46 Maquinaria y Equipo.....	93
Tabla 47 Depreciaciones de Activos Fijos.....	94
Tabla 48 Venta de Activos.....	95
Tabla 49 Nuevas inversiones.....	95
Tabla 50 Activos Intangibles.....	96
Tabla 51 AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES.....	96
Tabla 52 Capital de Trabajo.....	97
Tabla 53 Resumen de inversión.....	98
Tabla 54 Presupuesto de ingresos.....	98
Tabla 55 Presupuesto de ingreso ANUAL.....	99
Tabla 56 Presupuesto de egresos.....	99
Tabla 57 Estructura de financiamiento.....	100
Tabla 58 Estructura de financiamiento crédito.....	100
Tabla 59 Estado de origen y aplicación de recursos.....	100
Tabla 60 Cálculo Costo Fijo y Variable.....	101
Tabla 61 Punto de Equilibrio.....	102
Tabla 62 Estado de Resultados del proyecto.....	103
Tabla 63 Estado de Resultados del inversionista.....	104
Tabla 64 Flujo de fondos neto del proyecto.....	105
Tabla 65 Flujo de fondos neto del inversionista.....	105
Tabla 66 Cálculo de la tasa de descuento.....	106
Tabla 67 VAN del proyecto.....	107
Tabla 68 VAN del Inversionista.....	107
Tabla 69 TIR del proyecto.....	108
Tabla 70 TIR del Inversionista.....	108
Tabla 71 Comprobación TIR del Proyecto.....	108
Tabla 72 Comprobación TIR del Inversionista.....	109
Tabla 73 Razón Beneficio/Costo del proyecto.....	109
Tabla 74 Razón Beneficio/Costo del Inversionista.....	109
Tabla 75 Período recuperación de inversión del Proyecto.....	110
Tabla 76 Período recuperación de inversión del Inversionista.....	110
Tabla 77 Análisis de Sensibilidad.....	111
Tabla 78 Flujograma de procesos Análisis AVA.....	116
Tabla 79 cálculo del análisis AVA.....	117
Tabla 80 Valoración calculo AVA.....	118

ÍNDICE DE GRAFICOS.

Gráfico 1	Número de familias por comunidad y patrimonio de tierra.....	19
Gráfico 2.	Actividades Artesanales de las comunidades de Pasa.	20
Gráfico 3	¿Usted ha visitado o visita San Antonio de Pasa actualmente?	35
Gráfico 4	¿Le gustaría que se cree un paradero turístico en dicha zona?	36
Gráfico 5	Cuál es su género?	39
Gráfico 6	Cuál es su edad?	40
Gráfico 7	Cuál es su ciudad de origen?	41
Gráfico 8	Conoce usted San Antonio de pasa?	42
Gráfico 9	Que presupuesto promedio tiene designado para gastar en recreación cuando viaja?	43
Gráfico 10	Cuál es el motivo por el cual visita San Antonio de Pasa?	44
Gráfico 11	Ha visitado alguno de estos lugares?	45
Gráfico 12	Al sitio turístico que usted ha visitado que categoría le daría?	46
Gráfico 13	Conoce alguno de estos lugares?	47
Gráfico 14	Qué cree usted que le falta al lugar que visito?.....	48
Gráfico 15	Qué tipo de transporte utilizó para llegar a este lugar?	49
Grafico 16	Cuál es el estado de la vía?	50
Gráfico 17	Cuál es el estado de la vía?	50
Grafico 18	Macro - Localización	62
Gráfico 19	CADENA DE VALOR	66
Gráfico 20	Mapa de procesos.	67
Gráfico 21	Vista de área parrilladas	69
Gráfico 22	Juegos Infantiles.	69
Gráfico 23	Vista Laguna.....	70
Gráfico 24	Vista Parqueadero.....	70
Gráfico 25	Vista Lagunas.	71
Gráfico 26	Vista completa Paradero Turístico.....	71
Grafico 27	Calendario de Actividades.	78
Gráfico 28	Logotipo de la empresa	81
Gráfico 29	Organigrama Estructural.	90
Gráfico 30	Punto de Equilibrio.	102

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente proyecto es una investigación de campo basado en las necesidades de uno de los sectores más vulnerables de la provincia del Tungurahua que sin tratar de ser una panacea buscara dar solución a varios de los problemas sociales, económicos y de mano de obra de la parroquia. Con esta propuesta se busca crear un paradero turístico en la parroquia San Antonio de Pasa, Provincia del Tungurahua bajo un enfoque de gestión comunitaria partiendo de esto, inicialmente se realizara un análisis socioeconómico del sector y de esta manera identificar los puntos débiles del sector. Para saber el grado de aceptación del servicio se realizó un estudio de mercado identificando el servicio, donde se realizó un análisis de la demanda y la demanda actual con estos datos se pudo realizar la proyección de la demanda y la demanda insatisfecha, con estos resultados se pudo plantear las estrategias de mercadeo y comercialización. Además se realizó un estudio técnico para determinar el tamaño, localización, ingeniería y los requerimientos del proyecto. Como toda empresa y organización se estableció el nombre, logotipo y slogan de acuerdo al servicio, además de la misión, visión y sus objetivos estratégicos. De esta manera se pudo determinar los requerimientos económicos para maquinaria, equipo, materia prima y gastos para la operación, y evaluar financieramente el proyecto mediante los indicadores de rendimiento VAN, TIR, TMAR, BENEFICIO/COSTO Y PERIODO DE RECUPARACION, los mismos que determinaron la viabilidad del proyecto planteado.

Palabras Clave:

San Antonio de Pasa.

Paradero turístico.

Tungurahua.

Comunitaria.

Análisis Socioeconómico.

ABSTRACT

This project is a research of field based on the needs of one of the most vulnerable places of the province of Tungurahua, without trying to be a nostrum, it will try to solve many of the social, economic and labor problems of the parish. This proposal seeks to create a tourist whereabouts in the parish of San Antonio de Pasa, under a community management approach, initially a socio-economic analysis of the sector was executed, and thereby identify the weaknesses in the sector. To determine the rank of acceptability of the project, a market research identifying the service was carried out, and also an analysis of the current demand was performed, with this data a possible projection of the demand and unmet demand was carried into effect, with these results it was possible to propose the marketing and merchandising strategies. In addition, a technical study was conducted to determine the size, location, engineering and project requirements. As every company and organization, the name, logo and slogan according to the service was set down, besides to the mission, vision and strategic objectives established. In this way it was possible to determine the economic requirements for machinery, equipment, raw material costs for the operation, and assess the project financially by the performance indicators VAN, TIR, TMAR, AND THE BENEFIT / COST PERIOD recovery, the same as determined the viability of the proposed project.

Keywords:

San Antonio de Pasa.

Tourist whereabouts.

Tungurahua.

Community.

Socioeconomic Analysis.

CAPÍTULO I

Análisis Socio-Económico de la “Parroquia San Antonio de Pasa Cantón Ambato”

1. Análisis Socio-económico

1.1. Comunidades integrantes de la zona.

La Parroquia de San Antonio de Pasa, comprende una área aproximada de 72 kilómetros cuadrados, sin embargo el área de producción es de 5.405 Ha, sobre la cual se puede observar dos pisos o zonas latitudinales; la zona de paramo y la productiva o de amortiguamiento, en esta última se ubican geográficamente las 9 comunidades indígenas. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

La población de las 9 comunidades que forman parte de la Unión de Organizaciones Indígenas de Pasa, se ve una concentración de 7.459 habitantes, de las cuales el 90 % son indígenas. Su idioma oficial es el castellano, sin embargo, más del 40 % hablan el Kichwa. En la zona alta existen 3.195 habitantes, siendo menor la población en relación con la zona media que tiene 4.263 habitantes. La mayor concentración se encontró en la comunidad Punguloma con 900 habitantes y la menos poblada fue en Pucaucho con 675 habitantes. En tanto que la zona media, que abarca 5 comunidades, tiene una población de 4.263 habitantes, la comunidad Mogato es la más poblada con 1.373 habitantes y la comunidad Chillipata es la menos poblada con 477 habitantes, que al mismo, tiempo es la menos densa de la Corporación. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Los habitantes de la zona de pasa tienen una relación de hombres y mujeres que no son muy marcados existe un promedio de 52 % de mujeres y 48% de hombres. En los mapas nos demuestran donde están ubicadas cada una de las comunidades y las superficies de suelos, tanto en el área de páramos como la de producción agropecuaria. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Lo anterior se evidencia en la vigente tabla resumida:

Tabla 1 Familias y habitantes de la zona

COMUNIDAD	FAMILIAS	HABITANTES		
	NUMERO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
LIRIO	170	368	398	766
TILIVI	190	410	445	855
PUNGULOMA	200	432	468	900
PUCAUCHO	150	324	351	675
CUATRO ESQUINAS	195	421	457	878
CASTILLO	201	435	470	905
CHILLIPATA	106	229	248	477
LLULLALO	140	302	328	630
MOGATO	305	659	714	1.373
TOTAL:	1.657	3.580	3.879	7.459

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

1.1.2 Cultura costumbre y valores.

EL 90 % de los pobladores de las 9 comunidades de Pasa son indígenas, quienes mantienen sus costumbres, valores y cultura como herencia de generación en generación, con sus propios matices que resumiremos seguidamente. En las comunidades indígenas de Pasa, las costumbres y valores guardan estrecha relación entre sí. La vestimenta del hombre se caracteriza por el uso del sombrero de paño o lana de color blanco, poncho rojo o negro, pantalón de chillo blanco, botas siete vidas (botas de caucho o de goma), algunos usan zamarros de cuero de borrego. La mujer usa el anaco de lana de borrego de color negro, bayeta o franela de color azul o negra, es característico observar cargadas una shigra de cabuya. Sin embargo, es necesario mencionar que en los últimos años, se han experimentado efectos negativos en las costumbres, fundamentalmente en las vestimentas, en los jóvenes, que se visten como mestizos, aspecto que influye las migraciones y la televisión. (Plan de manejo de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Se resumen las principales festividades de las comunidades indígenas de Pasa, observando que es un pueblo alegre y le gusta de las fiestas, ya que todas se relacionan con el sentimiento religioso, algunas fiestas se están perdiendo, otras aparecen, siendo necesario recatar algunos acontecimientos importantes que han perdurado por generaciones. El problema de género originado por el machismo, es otro de los aspectos que influye negativamente en el desarrollo social de las comunidades de Pasa. Sin embargo, poca a poco, se va perdiendo y sé está dando mejor respeto y consideración a la mujer, ojalá en algún momento se pueda obtener respuestas favorables a lo manifestado, por medio de la participación de la mujer en los procesos de desarrollo de cada una de las comunidades o cabildos. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

1.1.3 Educación

Para comprender la situación de la educación en la parroquia de Pasa, es necesario tomar en consideración el nivel de instrucción existente, se tomará como referencia a la comunidad de Mogato, la de mayor población:

Tabla 2 Población por nivel de instrucción

Nivel de instrucción	No. De personas	%
Ninguno	89	19,4
Centro de alfabetización	13	2,8
Primaria	278	60,7
Secundaria	77	16,8
Superior	1	0,2
total	458	100,0

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

La tabla muestra que, el 61% de la población de esta comunidad tiene un nivel de instrucción primaria, el 19% de la población no tiene ningún nivel de instrucción, el 17% tiene un nivel de instrucción secundaria, el 3% ha asistido a un centro de alfabetización y finalmente el 0,2% tiene un nivel de instrucción superior. Es importante aclarar que dentro del nivel de instrucción “Ninguno” están tomados en

cuenta los niños de 1 a 4 años, que aún no tienen la edad reglamentaria para recibir educación formal. (Plan de manejos de parámetros de la parroquia de Pasa, 2009)

En el centro parroquial la educación en Pasa está representada por escuelas pluridocentes. El número de estudiantes es de 310, de los cuales pierden el año 6 estudiantes, representando menos del 2 %, estos valores son mínimos y aceptables. Sin embargo, se notó de esta apreciable población estudiantil, que menos del 8 % (25 estudiantes) continúan la educación media y tan solo el 1 % (3 estudiantes) tiene acceso a la Universidad y lograr en términos aproximados de un ciudadano una profesión. (Plan de manejos de parámetros de la parroquia de Pasa, 2009)

Estos efectos se encuentran supeditados directamente con las condiciones económicas, mismas, que apuntan el retraso de los jóvenes, como se analizó en la parroquia; en tempranas edades se ven obligados a trabajar dejando de lado el estudio, existen familias numerosas (4 a 6 hijos), estos padres no pueden solventar los gastos que representa el estudio en cuanto a útiles escolares, uniformes, alimentación, entre otras necesidades. Condiciones prohibitivas para más del 69 % de la población indígena de Pasa, que se debate en la pobreza, esta condicionante independientemente determinan una prohibición de la educación primaria, secundaria y peor del nivel medio. (Plan de manejos de parámetros de la parroquia de Pasa, 2009)

La tabla siguiente muestra en resumen lo explicado anteriormente:

Tabla 3 Establecimientos de educación de las comunidades de Pasa.

COMUNIDAD	ESTABLECIMIENTOS	No. DE PROFESORES	ALUMNOS H	ALUMNOS M	TOTAL
El Lirio	Escuela Intercultural Bilingüe el Lirio	2	21	22	43
Tilivi	Escuela Provincia del Carchi	3	48	46	94
Punguloma	Escuela Princesa Pacha	4	70	51	121
Pucaucho	Escuela Pedro de Alvarado.	2	25	27	52
Mogato	Escuela Manuel María Sánchez	6	104	104	208

Continúa tabla →

Llullaló	Escuela Republica de Francia	3	40	53	93
Castillo	Escuela Zoopo Sopangui	2	22	24	46
Cuatro Esquinas	Escuela Quis-Quis	4	45	49	94
Total		26	375	376	751

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

En la zona media, se registró una población de 441 niños que se educan, acuden a escuelas pluridocentes. Cabe indicar que la comunidad Chillipata, no posee escuela, los niños deben caminar 2 kilómetros al centro de educación más cercano que es la Escuela Juan E. Espín del Centro Parroquial. El número de estudiantes que pierden el año se encuentra por debajo del 2 %. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Un sondeo de los estudiantes primarios producto de estos centros de enseñanza, determinaron que apenas 15 estudiantes de 100, acuden al Colegio Nacional Pasa, el restante acude a los colegios del Cantón Ambato. Aspecto que se encuentra relacionado con la idiosincrasia de los padres de familia, creen que la educación es mejor en Ambato. En relación al nivel de instrucción que han recibido los habitantes de pasa podemos indicar que el 49% de la población de esta comunidad tiene un nivel de instrucción primaria, el 33% no tiene ningún tipo de instrucción, el 15% tiene un nivel de instrucción secundaria, finalmente el 3% de la población tiene nivel de instrucción superior. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Es importante aclarar que dentro del nivel de instrucción “Ninguno” están tomados en cuenta los niños de 1 a 4 años, que aún no tienen la edad reglamentaria para recibir educación formal. En lo referente al bilingüismo, se advirtió la pérdida del idioma materno, pues solo 60 padres y 45 madres de 100 hablan el quichua, registrándose que las nuevas generaciones apenas el 20 % saben el quichua. Estos efectos se pueden explicar mejor, sí consideramos los altos niveles de migración de los padres de familia a las grandes ciudades y con esto se va destruyendo los valores, costumbres y hasta el idioma.

Dentro del presente estrato del estudio, una vez más se determinó y se concluye admitiendo, que los hombres tienen una mejor preparación que las mujeres, aspecto que repercute significativamente en la participación comunitaria, las mujeres con salvas excepciones cumplen cargos dentro de una directiva de cabildo y dentro de la Corporación, la justificación siempre es que no saben leer y escribir, y no sabe pensar y actuar. El alto grado de analfabetismo y la pérdida del idioma Kichwa observado en las nueve comunidades indígenas de Pasa son preocupantes y este efecto es consecuencia de la deficiente política y fracaso del sistema educativo nacional para recatar y abalzar las raíces de los pueblos del Ecuador. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

1.1.4 Salud

Las principales enfermedades en los niños es la parasitosis, el problema más difícil de solucionar pues supera el 90 %. Otra de las principales enfermedades de los niños es la llamada mal aire (huairashca), este tipo de enfermedad presenta síntomas variados, sin embargo, se observa diarrea, fiebre, tos y el enflaquecimiento. Otra de las enfermedades más comunes, son las pulmonares; debido principalmente a las condiciones ambientales, se debería proteger más y evitar que se encuentren en contacto con los adultos infectados con la tuberculosis, enfermedad endémica de la zona. Este comportamiento se puede explicar debido precisamente a la falta de educación de la población, quienes asustados por los altos costos de los medicamentos y de las consultas médicas, se ven obligados a pagar a los curanderos, sin la seguridad que los tratamientos sean eficaces, más bien estos resultan en la mayoría de los casos más caros, ya que los enfermos se empeoran y mueren. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

La desnutrición en las comunidades de Pasa es alarmante, con mayor significancia en niños, los desniveles en proteínas, vitaminas, minerales y sales minerales son evidentes. Estos efectos se pueden medir fácilmente en el retardo del metabolismo del individuo y generalmente deficiencia en el trabajo, en los niños problemas de desarrollo, susceptibilidad a las enfermedades y aprovechamiento en los estudios. No se han registrado suministros vitamínicos en la población indígena

de Pasa, ni en niños, jóvenes, adultos y ancianos. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Tabla 4 Régimen alimenticio de la población de Pasa por edades.

VARIABLES	NIÑOS	NIÑAS	ADULTOS
Numero de comidas	4 cuidados por los centros del MIES	3	3
Dietas	Coladas de trigo, cebada, maíz, haba y arveja Fideos, arroz, papas.	Fideos, arroz, pan, papas, habas, choclos, mellocos, panela, morocho.	Arroz, papas, sopas de arroz, fideo y coladas. Choclos, mellocos, panela, aguas aromáticas

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

En las nueve comunidades indígenas de Pasa, no se registraron subcentros de salud, el único Subcentro de Salud, se encuentra localizado en la Parroquia de Pasa, en el mismo, atienden dos médicos generales y un auxiliar de enfermería, en horario de 08H00 a 18H00. Sin embargo, este centro, no se encuentran debidamente equipados e implementados con medicinas básicas, aspectos que causan problemas en la atención de emergencias, no se cumple los horarios de trabajo, por lo general el auxiliar de enfermería, atiende a la demanda de salud. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

En la parroquia existen diferentes afecciones que al no ser tratadas adecuadamente y a tiempo pueden ser mortales a continuación se detalla las principales enfermedades que afecta a la población de esta parroquia:

Tabla 5 Principales enfermedades por edades de los indígenas y los campesinos de las comunidades de PASA.

EDADES	ENFERMEDADES COMUNES.
NIÑOS	Parasitismo, bronquitis, neumonías, faringoamidalitis, gripas, espantos, mal aire, alergias, desnutrición, diarreas.

Continúa tabla →

JOVENES	Parásitos, desnutrición, anemias, gastritis, amebiasis, dentadura, enfermedades pulmonares y gripes.
ADULTOS	Gripes, gastritis, lumbalgia, neuralgia, inflamaciones al hígado, pio dermitis, hernias, vesícula, infección vías urinarias, hipertensión arterial, caries, cáncer uterino y próstata.
ANCIANOS	Gastritis, artritis, hernias, reumatismos, cegueras, próstatas, cáncer uterino, lumbalgia, neuralgia.

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

1.1.5 Migración.

En la zona de Pasa, existe la migración de los niños y niñas menores a 5 años, y que son llevados ilegalmente a otros países (Venezuela, Colombia), este tráfico de menores lo practican gente local (adultos que hacen de este actividad un potencial negocio que al fin resulta muy rentable), con el propósito de ganar dinero de la mendicidad, algunos padres de familia entregan a sus hijos y cobran un valor mensual como arriendo del menor. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

También la migración está caracterizada fundamentalmente por los padres de familia, y los adolescentes en una edad comprendida entre los 12–18 años y jóvenes con una edad promedio de 24 años que migran a ciudades de la Sierra como: Quito, Cuenca, Ambato, y a la Costa a la ciudad de Guayaquil; en el primer caso se dedican a actividades como:

- Albañiles,
- vendedores ambulantes,

En el segundo caso:

- Estibadores,
- vendedores ambulantes,
- y en actividades de zafra de caña de azúcar,

El ingreso promedio por día es de USD 5,00 dólares. Actualmente se detecta un serio inconveniente en lo que refiere al trabajo infantil en lo que concierne a

mendicidad, lustra botas, carameleros (ofertan caramelos en diferentes espacios), vendedores informales (ofertan productos agropecuarios cerca de los mercados de los cantones), empleadas domésticas, debido a los bajos recursos económicos que cuenta la familia y en muchos de los casos con consentimiento de sus padres o acompañados de los mismos especialmente de la madre.

Los factores que influyen en la migración son:

- Falta de acceso a crédito.
- Pobreza extrema.
- No se generan fuentes de trabajo.
- Escasa mano de obra disponible en la zona.
- Falta de asistencia técnica para mejorar la producción agropecuaria.
- Baja producción de los cultivos.
- No es significativa la rentabilidad de la producción agropecuaria
- El Minifundio en las Unidades Productivas Agropecuarias UPAs.
- No disponen de tecnología competitiva.

Lo anteriormente detallado tiene sus efectos tales como:

- Pérdida de valores éticos, morales, costumbres, y tradiciones culturales.
- Adquisición de modismos y costumbrismos que son ajenos a su realidad.
- Adquisición de enfermedades infecto contagiosas.

La migración es constante por la mayoría de población, en esta oportunidad se obtuvo datos relacionados con este tema, obteniendo indicadores relacionados con:

- Personas que han migrado internamente
- Migración según sexo
- Personas que han migrado por grupos de edad
- Personas que han migrado por nivel de instrucción
- Tipo de migración

Sobre este último aspecto se representa lo ocurrido en la comunidad de mogato, que es la de mayor población de Pasa, sin embargo de requerir información sobre otras comunidades se recomienda referirse a los anexos obre estos aspectos:

Tabla 6 Tipo de Migración.

Tipo de migración	No. de personas	%
Temporal	81	96,4
Permanente	3	3,6
Total	84	100,0

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

En la tabla se observa que el 96,4% de la población que ha migrado internamente lo ha hecho de manera temporal, mientras que el 3,6% lo ha hecho de manera permanente.

1.1.6 Servicio Eléctrico

En las comunidades de la zona alta, se observó que el 90 % de los pobladores disponen de servicio eléctrico, poseen un promedio de 58 % radio y un 45 % televisión, servicios que denotan algún adelanto, sin embargo, estos avizoran más bien efectos negativos en las tradiciones y costumbres. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Tabla 7 Servicio eléctrico de los hogares.

	No. de personas	%
Si	107	87,0
No	16	13,0
Total	123	100,0

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

1.1.7 Agua de consumo doméstico.

En lo relacionado al servicio de agua de consumo, todas las comunidades disponen de agua entubada, esta agua provienen de las vertientes de Tomapamba de los páramos del Casahuala, en todo su recorrido sufren contaminación por derrumbes

y la presencia de heces de animales domésticos que pastan libremente estas áreas, condición que perjudica la salud de los pobladores, este líquido vital no es sometido a tratamientos de filtrado y peor la potabilización con cloro.

Sin embargo de lo dicho la situación es más crítica ya que hay familias que no disponen de agua, teniendo que utilizar agua de la acequia o a través de posos que construyen en sus casas. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Como se ha visto de la investigación realizada en cada comunidad y sector, se observa que el 45% de la población dispone de un sistema de agua potable con redes domiciliarias. Esta población es básicamente del centro parroquial. El 42% de la población se abastece de agua entubada que en muchos sectores no recibe un tratamiento adecuado de cloración y el 13 % restante se abastecen de acequias, posos o piden a los vecinos. En este porcentaje se encuentran los jóvenes recién casados y algunos ancianos que en el momento oportuno no desearon su instalación. Este es quizá uno de los factores que influye en el alto porcentaje (34%) de Parasitosis presentado en la zona. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Tabla 8 Servicio agua de consumo doméstico.

	No. de personas	%
Si	107	87,0
No	16	13,0
Total	123	100,0

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

1.1.8 Servicio Sanitario

La comunidad el Lirio, es la única, que no ha sido atendida con ningún tipo de programa sanitario, para eliminar las heces humanas, por medio de pozos sépticos y letrinas, respectivamente; estos pobladores lo hacen al aire libre, con la consecuente contaminación y la proliferación de enfermedades especialmente las parasitarias. Las demás comunidades disponen de letrinas, sin embargo, no supera el 36 % de los pobladores, existiendo también graves inconvenientes en la salud. Debido a la accidentada geografía de la zona las vías de tercer orden están fácilmente sujetas al

deterioro especialmente en épocas de fuertes lluvias, por ser de tierra y carecer de cunetas y desagües, ocasionando una serie de problemas en el transporte de productos que se cultiva en esta zona a las ferias de la parroquia y de Ambato. (Plan de manejo de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Tabla 9 Servicio sanitario

	No. de personas	%
Si	107	87,0
No	16	13,0
Total	123	100,0

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

1.1.9 Telefonía.

En relación al servicio telefónico en las comunidades de Pasa, hay un bajísimo porcentaje de usuarios con este servicio, lo que se puede interpretar como un abandono de la población rural de Pasa a sistemas de comunicación básica e importante. Lo dicho se demuestra en la comunidad de Mogato que es la más cercana al carretero y con mayor población, la siguiente tabla señala lo aseverado.

Tabla 10 Servicio telefónico de los hogares.

	No. de personas	%
No	118	95,9
Si	5	4,1
Total	123	100,0

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

1.1.10 Vivienda.

En las comunidades de la zona rural de Pasa se ve que hay viviendas y el porcentaje es relativamente alto, sin embargo hay un gran porcentaje que no lo tiene, vive en casa de sus papas o arriendan. Por otro lado de lo que se pudo observar la ubicación y disposición de las ambientes se la ha realizado por iniciativa del dueño, lo que hace que no exista suficiente iluminación, afecte el viento y sea muy fría.

Finalmente se ha podido apreciar que han sido construidas con diferentes tipos de materiales, entre los que se destacan bloque, tapial, paja zinc o loza. El diez por ciento de las viviendas son de tapial y paja en un solo ambiente, el mismo que sirve como cocina, comedor, sala y dormitorio. (Plan de manejo de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Lo afirmado se demuestra en la tabla que a continuación se exponen, los datos fueron recogidos de la comunidad de Mogato.

Tabla 11 Tipos de vivienda.

	No. de hogares	%
Paja y adobe	2	1,6
Teja y bloque	83	67,5
Hormigón.	26	21,1
Paja y bloque	3	2,4
Zinc y bloque	9	7,3
Total	123	100,0

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

1.2 Actividades económicas

1.2.1 Sector agrícola.

El uso del suelo por debajo de los linderos del páramo de las comunidades Lirio, Tilivi, Pucaucho y Punguloma, se encuentra representada por una agricultura que desarrolla cultivos como es la papa, melloco, oca, habas, cebolla, mashua, Quinua y pastos, como el Rey Grass, Pasto azul, tréboles, gramalote, vicia, avena y a baja escala el cultivo de alfalfa. En estas zonas se observa un importante colorido entre los cultivos de color verde y amarillo, separados de terrenos vacíos, en estos terrenos se pastan animales en pequeños rebaños de ovinos, porcinos, bovinos y se utiliza el forraje para la cría de especies menores como el cuy y conejos, mientras descansan por un espacio generalmente de 1 a 2 años. La zona media, se caracteriza por desarrollar una agricultura, compuesta por papas, habas, cebada, arveja, maíz y cebolla. Los suelos no descansan durante todo el año, estas condiciones determinan

que los nutrientes se vayan perdiendo con facilidad por las practicas del monocultivo, es necesario establecer cultivos de pastos y forrajes, pudiendo seleccionarse el rey grass, holcus festucas, pasto azul, Pikuyo, avena y leguminosas como trébol blanco, trébol rojo, vicias, lentejas y la alfalfa. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Según estudios realizados por el Grupo técnico de UOCAIP, La superficie del área de estudio está constituido por 5.405 Ha de las cuales 704 H (13.02%) corresponde a cultivos de ciclo corto; 709 Ha (13.12%) de bosques naturales y matorrales; 2612 Ha (48.337%) de pastos naturales o pajonales; 605 Ha (11.19%) de pastos cultivados; 775 Ha (14.34%) de quebradas y Humedales típicos del ecosistema Andino , debiendo indicar que los páramos llegan hasta los límites del arenal por la cual no se registran extensiones de la misma. Las tierras de las comunidades indígenas de Pasa, son muy ricas y productivas, eminentemente agrícolas, aspecto que ha favorecido la supervivencia de la población durante su existencia. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Como se puede resumir en el siguiente cuadro, existen cuatro productos principales que representa el 42,5 % de producción total.

Tabla 12 Principales cultivos agrícolas de las comunidades de Pasa año 2009.

PRODUCCION AGRICOLA DESDE LOS 3.200 HASTA LOS 3.600 m.s.n.m Año 2009.

Grado de Importancia para alimentación y generación de ingresos.	Cultivos.	Superficie en Hectáreas.	Variable por cultivo y época.
1	Papas	696	28
2	Cebada	249	10
3	Habas	249	10
4	Avena	373	15

Continúa tabla →

5	Arveja	99	4
6	Cebolla	50	2
7	Mellocos	75	3
8	Maíz	199	8
9	Ocas	25	1
10	Mashuas	25	1
11	Pastizales	249	10
12	Otros cultivos(frutales y hortalizas)	199	8
		2.485	100

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

En la zona se evaluó un área aproximada de 2.485 Ha, encontrando la siembra de 12 cultivos agrícolas, identificándose cuatro cultivos importantes las papas, cebada, habas y avena en una superficie cultivada de 1.632 Ha equivalente al 42,5 %. Otra área de cultivo sobresaliente representa los pastizales con 192 Ha, observando pastos nativos y barbechos, muy utilizados para el pastoreo de ovinos, porcinos, bovinos, equinos y la alimentación de especies menores como cuyes y conejos. En el rubro otros cultivos, con una extensión aproximada de 269 Ha, se divisan con facilidad los cultivos hortícolas como col, rábanos, nabos, frijol, zanahoria, quinua, etc. Por otra parte, es necesario indicar que del total del área estudiada, solo el 62,97 % se encuentra cultivado; en tanto que el 37,03 % representando aproximadamente 1.460 Ha, comprende los terrenos en descanso, quebradas, bosques, infraestructura, etc. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Del análisis de la situación actual, se determinó que de las especies cultivadas se evidenciaron que el 55 % son pastos y forrajes introducidos y un 45 % especies nativas. De estas valorizaciones las gramíneas son cultivadas en mayor intensidad que las leguminosas, las malezas cubren una gran extensión (17 a 20 %), siendo al mismo tiempo muy útiles, pues de estas se deriva la alimentación de especies

menores como cuyes, conejos y cerdos. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

En el siguiente cuadro se resume la cantidad de semilla utilizada, la producción promedio por hectárea cosechada y el número de cosechas por año, con el objeto de conocer la producción y potencialidad de los principales cultivos de la zona de Pasa. Entre los principales cultivos se cita a las papas, habas, mellocos, cebolla, arveja, cebada y maíz. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Tabla 13 Cantidad de semilla, producción promedio y número de cosechas.

CULTIVOS	ZONA ALTA		ZONA MEDIA	
	3.200 – 3.600 m.s.n.m		2.800 – 3.200 m.s.n.m	
PAPAS:				
Semilla, qq/Ha.		24		24
Producción/ cosecha, qq/Ha.		310		240
Numero de cosechas anual.		1,0		1,0
HABAS:				
Semilla, qq/Ha.		2,5		2,6
Producción/ cosecha, qq/Ha.		88		50
Numero de cosechas anual.		1,0		1,0
MELLOCOS:				
Semilla, qq/Ha.		25		
Producción/ cosecha, qq/Ha.		300		
Numero de cosechas anual.		1,0		

Continúa tabla →

CEBOLLA Blanca:		
Plántulas, qq/Ha.		40.000
Producción/ cosecha, kg./Ha.		5.000
		3
Numero de cosechas anual.		
ARVEJA:		
Semilla, qq/Ha.		0,80
		0,8
Producción/ cosecha, sacos de 35 kg./Ha.		150
		180
		1,0
Numero de cosechas anual.		
CEBADA:		
Semilla, qq/Ha.		1,8
Producción/ cosecha, qq/Ha.		15
		1,0
Numero de cosechas anual.		
MAIZ:		
Semilla, qq/Ha.		0,8
Producción/ cosecha, qq/Ha.		16
		1,0
Numero de cosechas anual.		

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

1.2.2 sector agropecuario.

En la zona alta, se encontró una gran variedad de las especies zootécnicas, aspecto que depende directamente de mejor disponibilidades de especies forrajeras, para la alimentación de bovinos, ovinas y equinas. Es importante mencionar, que la mayoría de familias indígenas de Pasa, crían cuyes, labores que se encuentran por lo general en manos de las amas de casa y de niños en edad escolar, actividad que representa ingresos constantes durante todo el año.

Se puede decir que aproximadamente el 90% de las Familias de estas comunidades disponen de un promedio de producción de 30 animales al año; y, el

cuy para la familia se constituye en un valor cultural, tanto para su alimentación como también para brindar en las fiestas tradicionales de la zona. También se encuentra que cada familia tiene al menos 1 cerdo, 2 vacas, de 5 a 20 ovinos promedio y un caballo para transporte, esta pasa hacer el patrimonio económico de la familia Indígena y campesina.

El Limitante para la producción de animales, está relacionada con el potencial de forraje que puede producir, y por ende este se relaciona con la tenencia de la tierra por familia. La tenencia de la tierra en las comunidades, se puede manifestar que por lo general los socios fundadores de cada organización legalmente tienen escrituras públicas sobre las tierras, en otro caso existe que las comunidades tienen registrado una sola escritura pública, para ilustrar mejor podemos apreciar a continuación un cuadro donde se describe el número de familias por comunidad y como está conformado su patrimonio de tierra, para ejemplarizar e interpretando el cuadro se puede notar que la comunidad del Lirio son 167 familias que tienen pequeños lotes (entre 0,5 hasta 2,5 has); y, tan solo 3 familias disponen de más de 2,5 hasta 5 hectáreas de tierra. (Plan de manejo de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Tabla 14 Número de familias por comunidad y patrimonio de tierra.

	UPAS	LIRIO	TILIVI	PUNGULOMA	PUCAUCHO	CUATRO ESQUINAS	CASTILLO	CHILLIPATA	LLULLALO	MOGATO
	FAMILIAS									
	170	190	200	150	195	201	106	140	305	
Pequeños (0,5 a 2,5Ha.)	167	173	170	129	186	191	105	137	262	
Medianos(2,5 a 4,5 Ha)	3	15	20	12	6	7	1	4	31	
Grandes (más 4,5Ha.)	0	2	10	9	3	3	0	0	12	

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

En la siguiente representación gráfica se puede observar el número de familias por comunidad y la cantidad de hectáreas de tierra que posee cada una de estas familias además se puede observar que la mayoría de estas familias posee tierras en pequeñas cantidades.

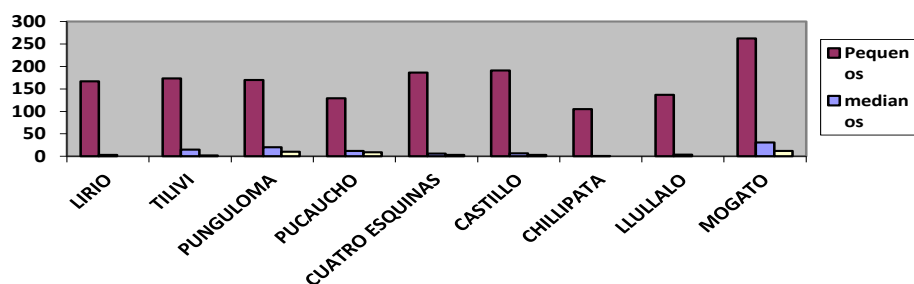


Gráfico 1 Número de familias por comunidad y patrimonio de tierra

1.2.3 Sector de la producción.

Cada comunidad tiene su producción de artesanías, se tiene: Tilivi con el 17 %, le siguen El Lirio 12,5% y Punguloma con el 13,5 %, en tanto, que en la comunidad de Pucaucho apenas el 6 % comparten la artesanía con las faenas agropecuarias. Entre las principales ocupaciones se observaron la ebanistería, sastrería y carpintería, registrándose talleres pequeños, donde se aplica el esfuerzo de la mano de obra, es decir existe la utilización mínima de maquinaria para el trabajo, originado que la capacidad productiva sea muy baja y poco productiva. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Las comunidades de Castillo el 16,0 % y Chillipata, 25,0% se dedican a la sastrería con la confección de camisas. En la comunidad de Chillipata existen 12 talleres dedicados a la confección de camisas que lo realizan por obra, es decir entregan el producto confeccionado a las principales camiserías de Ambato, Quito y Guayaquil, principalmente, esto implica que las entradas económicas sean mínimas, pues son repartidas en partes iguales con los intermediarios. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Además, se pudo averiguar que la actividad de confección de camisas se encuentra muy difundida en el ámbito provincial y en el País en general, existe una importante demanda de la artesanía; sin embargo, no se puede cubrir con la oferta, debido a una deficiente capacidad económica para adquirir la materia prima,

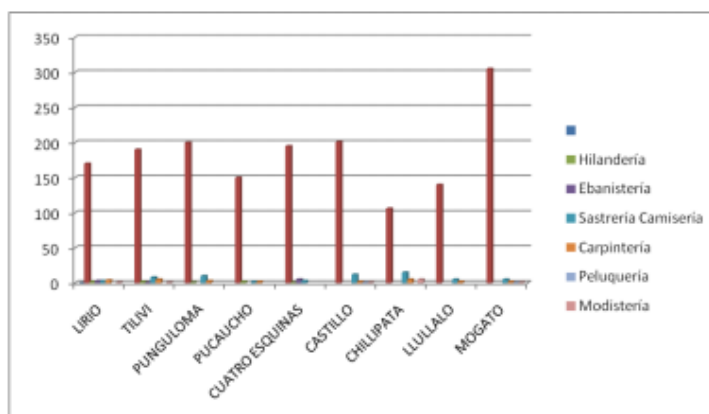
maquinaria, capacitación y control de los canales de comercialización. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

En la siguiente tabla se evidencia el número de familias que trabajan en las diferentes actividades en cada una de las comunidades:

Tabla 15 Actividades Artesanales de las comunidades de Pasa.

Principales Artesanías.	LIRIO	TILIVI	PUNGULO MA	PUCAUCHO	CUATRO ESQUINAS	CASTILLO	CHILLIPATA	LLULLALO	MOGATO
FAMILIAS									
	170	190	200	150	195	201	106	140	305
Hilandería	2	2	1	2	1				
Ebanistería	3	1			5				
Sastrería camisería	3	8	10	2	3	12	15	5	5
Carpintería	4	5	3	2		2	5	2	2
Peluquería.							1		1
Modistería.	1	1				1	5		1

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009



FUENTE: Proyecto Plan de Manejo de paramos 2.009
ELABORADO POR: Equipo Técnico de Pasa

Gráfico 2. Actividades Artesanales de las comunidades de Pasa.

1.3 Análisis de los datos de desarrollo y pobreza

1.3.1. Índice de desarrollo humano.

El índice de desarrollo humano mide el promedio del progreso de las naciones basado en tres dimensiones básicas: una vida larga y saludable (medido por la esperanza de vida al nacer), conocimientos (tasa de alfabetización) y un nivel de vida digno.

1.3.2 Pobreza.

Es una zona con altos índices de pobreza. Su principal sustento es la agricultura, sin embargo se puede encontrar microempresas de confección de camisas las que son vendidas en las ferias de la ciudad de Ambato y los domingos en la feria del pueblo. También se ha implementado emprendimientos relacionados con la fabricación de artesanías y crianza de borregos. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

Es uno de los pueblos más antiguos de la ciudad de Ambato, posee un gran potencial turístico, el mismo que no es explotado por falta de difusión de la belleza de sus paisajes. Al ser una de las parroquias más antiguas Ambato cuenta con una gran importancia histórica, puesto que era el paso obligado de las tropas independentistas hacia las cumbres andinas. Posee un hermoso santuario que se destaca en el pintoresco paisaje. Pese a ser una tierra muy rica, los altos índices de pobreza han originado fenómenos relacionados con la migración y la mendicidad, que están siendo atendidos por instituciones pública y privadas en el sector.

La pobreza está estrechamente vinculada con la distribución y rendimiento de los activos económicos, sociales, políticos, ambientales y de infraestructura en la sociedad. Está por lo tanto relacionada con la propiedad de los factores de la producción (capital físico, recursos naturales, trabajo, capital financiero), con las diferencias en la acumulación de capital humano (educación, salud, experiencia), con prácticas discriminatorias y excluyentes en el mercado (discriminación étnica, de género, etc.) y con factores institucionales externas a los mercados de bienes (oferta de servicios públicos e infraestructura, redes sociales, capital social, exclusión social,

etc.). En el Ecuador esta distribución de activos ha sido tradicionalmente muy desigual. (Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa, 2009)

En la siguiente tabla se observa que San Antonio de Pasa es una de las parroquias más pobres del Cantón Ambato:

Tabla 16 Parroquias con mayor pobreza.

Cinco parroquias con mayor pobreza extrema		
Cantón.	Parroquia.	% de Hogares.
Ambato.	San Fernando	70,2%
Ambato.	Pilahuín.	67,6%
Ambato.	Pasa	65,3%
Ambato.	Quisapincha.	56,2%
Santiago de Píllaro	San Andrés.	48,9%

Fuente: Proyecto Plan de Manejo de Páramos 2009

1.4 turismo en San Antonio de Pasa

San Antonio de Pasa tiene varios atractivos turísticos entre los cuales podemos nombrar:

Lugares pintorescos:

Mirador de Pasa.

Este mirador está ubicado a la entrada de la Parroquia de San Antonio de Pasa, desde donde se puede observar el encañonado sobre el cual fluye el Río Ambato, y un espectacular paisaje de las montañas que hay a los alrededores.

Museo de Pasa.

El museo etnográfico exhibe objetos de antaño. La presencia de este museo permitió la remodelación de una casa antigua, catalogada como patrimonial.

Manifestaciones culturales:

Iglesia de piedra SAN ANTONIO DE PASA:

El templo en casi su totalidad es de piedra labrada, y se exhibe un reloj mecánico en sus torres de ladrillo. Su forma es como la de una cruz latina, la fachada principal y los muros laterales son totalmente de piedra. Este templo constituye una de las joyas arquitectónicas de la provincia, por ser una obra con un modelo único de la topología Colonial.

En este templo se resalta la imagen de San Antonio, Virgen de Dolores, Cristo crucificado, Niño de la cruz.

Parque principal de Pasa:

Este parque es uno de los más antiguos en la provincia, ya que la Parroquia es una de las más antiguas en la provincia del Tungurahua, se remonta a la época prehispánica donde fue un cacicazgo indígena.

Casas de patrimonio cultural:

Estas casas son consideradas de patrimonio cultural ya que no cuentan con servicios modernos.

Atractivos Naturales:

- Bosque Nativo.
- Cascada de Pundu. Uku.
- Faldas del Casahuala.
- Laguna Larka Pamba.
- Laguna de Siquibulo.
- Vertientes de agua mineral.
- Represa Mula Corral.
- Avistamiento de Animales silvestres.
- Bosques nativos.

La Flora

Gran parte de la vegetación de esta zona está compuesta por pajones, además de mortiños, motilón, ayamora, entre otras. En esta zona predominan los géneros agrotis y calamagrostis. En las zonas altas se podrá encontrar bosques nativos que se ubican sobre los 3500 m.s.n.m, en donde se observa grandes árboles como: el yagual, piquil, quishuar, pujin, illinshi, cacho de venado, achupalla, guchicara entre otros. También se encuentra una gran variedad de helechos, musgos. En esta zona el Sigse, que es una variedad que crece en los canales y quebradas del lugar, en esta área la vegetación está compuesta de iguillin, sigse, chilca, achupalla, puma maqui, tipo, mora silvestre, piquil, illinshi, encenillo.

En los límites de la parte baja de los páramos, la zona se constituye el área de expansión agrícola por lo que se encuentran cultivos comunes como las papas, mellocos, cebada y en algunas localidades la cebolla blanca o de rama. Los pastizales y la hierba cubren alguna superficie. En la zona baja, la vegetación natural se caracteriza por la presencia de especies xerofíticas; En sitios de afloramiento rocosos parece asociado un matorral compuesto por chamana, tuna, cardo santo; en forma aislada o en grupos se desarrolla la cabuya negra; también podemos encontrar el capulí, puede considerarse como una especie propia de la zona, pues se lo encuentra en forma natural o cultivada; además presencia de bosques de eucalipto; y los cultivos como las papa, ocas mellocos, cebada, avena, pastos, entre otros.

La Fauna

La zona en estudio se caracteriza por la presencia de animales más notables y a la vez escasos como: el venado, lobos, conejos, gavián, curiquingues, ave sordo, puma, mirlo, tórtola, ratón de campo, pájaros, raposa, chucuri, zorro, sapos, conejos, curiquingues, pájaro paramera, guarros, ratón, zorrillo, perdis, colibríes. Adicionalmente encontramos animales acuáticos como: sapo, jambatio, etc., también se observan la intervención de animales como ovejas, bovinos, caballar, llamas o camélidos; a continuación citamos un cuadro general de todas las especies.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Introducción

El estudio de mercado es un método que le ayuda a conocer sus clientes actuales y a los potenciales. De esta manera podrá saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, y así podrá ofrecer los productos o servicios que ellos desean a un precio adecuado. Lo anterior lo lleva a aumentar sus ventas y a mantener la satisfacción de los clientes para lograr su preferencia.

Entre las diferentes definiciones se marca como relevante:

Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o deseo dado que se puede satisfacer mediante intercambios y relaciones (Kloter y Armstrong, 2001)

2.2 Objetivos del estudio de mercado

- Medir la potencialidad de la demanda.
- Definir el servicio que se va a proponer.
- Determinar el precio del servicio.
- Elegir los medios más rentables para realizar la cifra de negocios: modo de venta, técnicas comerciales, publicidad.

2.3 Identificación del servicio

Este Paradero Turístico contará con cinco secciones definidas:

- **Recepción:** El usuario podrá registrarse, y además aquí podrá elegir a cual área de recreación quiere acudir
- **Área de restaurant:** En esta área los clientes podrán degustar de los platos típicos de la zona.

- **Área de recreación Infantil:** Este centro contara con un área exclusiva para niños en donde podrán disfrutar de paseos a caballo y juegos para su edad.
- **Turismo ecológico:** En esta área los visitantes pueden realizar visitas a las reservas naturales con guías especializados, e incluso disfrutar de la variedad de animales que estarán en exhibición.

El paquete principal que se ofertara será de \$ 15 que incluye

- | | |
|---------------------|---------|
| • Entrada | \$1,50 |
| • Comida. | \$4,50 |
| • Bebida. | \$1,50 |
| • Paseo en caballo. | \$ 2,00 |
| • Uso tarabita. | \$2,50 |
| • Pesca deportiva. | \$3,00 |

2.4 Características del servicio

2.4.1 Clasificación por uso y efecto

- **Por su uso.**

En el instituto nacional de Estadísticas y Censo constan los datos del último censo 2010, con una investigación que está orientada a la obtención de información económica con relación a los establecimientos que tienen como actividad los servicios de hoteles, restaurantes y servicios en general y cuya característica es la de tener 10 personas o más brindando un servicio, esto de acuerdo con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU 4.Revision. (Revision., 2013)

De acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme este grupo de actividades está ubicado en la sección I, divisiones 55 y 56 correspondiente a las Actividades de servicios de comidas. El subgrupo al que pertenece este tipo de actividades es 5520 correspondiente a las Actividades de Campamentos, parques de vehículos recreativos y parques de caravanas. Con la creación de este paradero turístico se busca crear nuevas expectativas con respecto a los servicios turísticos del

sector y destacar las fortalezas de los aspectos turísticos de la provincia del Tungurahua.

- **Por su efecto**

Este paradero ofrecerá un servicio de primera tanto en recreación y alimentación. Aquí se ofrecerá alimentos preparados en los tradicionales hornos de leña con productos cultivados en el sector. Esto lo diferencia de otros paraderos del sector con similares características, y representa un gran atractivo para los clientes. Al ser un atractivo turístico no explotado existen necesidades que se deberá cubrir de manera inmediata ya que en este sector no existe restaurantes para los turistas que visitan el lugar y sus atractivos turísticos. Adicional a esto, con este nuevo servicio se pretende integrar a la comunidad como parte del servicio, además de ser una alternativa para escapar de la ciudad.

2.4.2 Servicios Sustitutos y Complementarios

- **Servicios Sustitutos.**

Este tipo de servicio cubre las mismas necesidades de servicio pero en algunos casos con diferentes características, influye directamente en el servicio que brinda la empresa. Los bienes sustitutos son aquellos que pueden reemplazar la satisfacción del producto previo.

- **Servicios Complementarios.**

Los bienes complementarios como su nombre lo dicen complementan, mejora la satisfacción del primer producto y son consumidos de manera simultánea y así satisfacer las necesidades de manera conjunta. Estos servicios funcionan uno junto a otro, es decir tiene una relación de dependencia.

2.5 Normativa Técnica, Sanitaria y Comercial.

- **Normativa Sanitaria.**

En la provincia del Tungurahua la autoridad encargada de la certificación sanitaria para los comercios en general es La Dirección Provincial de Salud con el

único propósito de preservar la integridad de los consumidores de los diferentes servicios.

Los requisitos previos a la obtención de esta certificación son:

- ✓ Plantilla de inspección.
- ✓ Derecho por servicio de inspección.
- ✓ Copia de la cedula de ciudadanía (representante legal)
- ✓ Carnet de salud ocupacional.
- ✓ Copia del Ruc del establecimiento.
- ✓ Copia del certificado del cuerpo de Bomberos. Para personas naturales y jurídicas es lo mismo.

Una vez presentados todos los documentos solicitados para el trámite, se esperará la visita de los inspectores ellos establecerán si se realizara modificaciones al inmueble. Las empresas deben cumplir con el Reglamento de Previsión, Mitigación y protección contra incendios, para esto el cuerpo de bomberos de la ciudad de Ambato es el encargado de dar seguimiento y cumplimiento a las medidas de seguridad y de fácil desocupación del inmueble en caso de ocurrir un imprevisto.

Estas disposiciones serán aplicadas a todo el territorio nacional para proyectos arquitectónicos y de ingeniería tanto en edificios a construirse como en aquellos que necesiten remodelación, ampliación y modificación de los ya existentes ya sean públicas, privadas o mixtas. (INEN, 2013)

Para esto el cuerpo de bomberos hace cumplir las siguientes Normativas Técnicas.

- NTE INEN 439 Colores, señales y símbolos de seguridad.
- NTE INEN 440 Colores de identificación de tuberías.
- NTE INEN 748 Prevención incendios puertas corta fuego clasificación.

- NTE INEN1534 Almacenaje de cilindros y recipientes portátiles de gas licuado de petróleo (GLP).
- NTE INEN 1535 Requisitos para el transporte y distribución de cilindros de gas licuado de petróleo (GLP) en vehículos automotores.
- NORMA NFPA 10 Norma para extintores portátiles contra incendios.

- **Normativa Comercial**

Toda actividad económica que se desarrolla dentro del territorio ecuatoriano está obligada a seguir los lineamientos legales de nuestro territorio. Las instituciones encargadas de regularizar las actividades económicas y hacer cumplir las obligaciones tributarias son:

Servicio de Rentas Internas (SRI): esta entidad técnica y autónoma es el ente encargado de recaudar los tributos internos establecidos por la ley mediante la aplicación de las normativas vigentes. Tiene como finalidad consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. (Internas, 2014)

Como primer paso, para la identificación de los ciudadanos frente a la administración tributaria, se ha implementado el Registro Único de Contribuyentes, cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria. (Internas, 2014)

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (Internas, 2014)

Según el SRI para la obtención del Ruc se debe tener los siguientes requisitos:

- Escritura pública de constitución en el Registro Mercantil.

- Nombramiento del representante legal en el registro mercantil.
- plantillas de servicios básicos.
- Estados de cuenta bancaria.
- escritura de propiedad, inscrita en el Registro de la Propiedad.
- Carta de cesión.

Es importante legitimizar el slogan de la empresa en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) es el ente estatal que regula y controla la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual, es decir, las creaciones. El IEPI es el Organismo Administrativo Competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la Ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial. La propiedad intelectual tiene que ver con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, símbolos, nombres, imágenes, dibujos y modelos utilizados en el comercio (Intelectual, 2013)

Las empresas para poder iniciar sus funciones tienen que cumplir con ciertos requisitos para la obtencion de la patente comercial, y para esto debe cumplir con ciertos requisitos que el Ilustre municipio de Ambato requiere:

- Formulario de declaracion de actividades.
- Copias de cedula de identidad y papeleta de votacion(vigente)
- Copia de pago predial incluido croquis detallado del predio
- RUC original y copia actualizado.
- Copia del permiso otorgado por el cuerpo de bomberos.
- Certificado de uso de suelo
- Copias de las declaraciones de impuestos a la renta

- Formulario de actualización de datos para pago de patentes y del impuesto del 1.5 por mil sobre activos totales
- Permiso para actividades de parqueadero.

Como requisito adicional se solicita:

- Formulario de normas particulares.
- Planimetría; localización de coordenadas bajo sistema PSAD 1956

El tamaño de la construcción del inmueble será lo que defina la tasa de la patente.

- **Normativa Técnica**

La estrategia de turismo para la provincia del Tungurahua ha sido desarrollada por el Ministerio de Turismo y la Gobernación provincial del Tungurahua con el único objetivo de impulsar el turismo en este sector, la nueva empresa buscará gozar de reconocimiento del Comité de Turismo de la provincia, para de esta manera incluir sus servicios en los canales de información que se emite para los usuarios.

Los lineamientos que la empresa sigue para sus estrategias son:

- ✓ Fortalecer la calidad del servicio
- ✓ Un manejo adecuado del recurso natural y cultural
- ✓ Una adecuada formación de capacidades y habilidades.

Para la promoción del desarrollo económico el Ministerio de Turismo ha creado los llamados Programas Turísticos Productivos, para esta empresa formar parte de este programa traerá beneficios ya que se facilitará el financiamiento con la Corporación Financiera Nacional.

El Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) considera las siguientes normas a aplicarse con respecto al sector turístico y afines al servicio que se desea brindar:

- NTE INEN 2436:08, referente a las actividades turísticas y las competencias laborales del administrador de un restaurante.
- NTE INEN 2441:08, referente a las actividades turísticas y las competencias laborales requeridas para cocineros polivalentes.
- NTE INEN 2440:08, referente a las actividades turísticas y las competencias laborales de meseros.
- NTE INEN 2437:80, referente a las actividades turísticas y las competencias laborales de cajeros.

Con respecto a la construcción, las normas técnicas son:

- NTE INEN 2247:00, referente a la accesibilidad al medio físico, es decir edificio, corredores, pasillos.
- NTE INEN 2309:01, referente a la accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico, espacios físicos y puertas.

Con respecto a la gestión de la empresa, hay normas técnicas voluntarias:

- INEN ISO 9001:2008, referente a la acreditación de sistemas de calidad.
- NTE INEN ISO 14031:08, referente a la evaluación de desempeño ambiental. Es importante para el desempeño de la empresa debido que existirá un potencial proceso de gestión de desperdicios(INEN, 2010.)

La aplicación de estas normas en la gestión empresarial generará mejorar en el servicio tanto para los usuarios como para los colaboradores de la empresa.

2.6 Investigación de mercados

La investigación de mercados es la herramienta clave para la toma de decisiones ya que la información obtenida permite diseñar, ejecutar planes y estrategias de mercado. Para Malhotra, la función de la investigación de mercados es facilitar el proceso de toma de decisiones en las empresas facilitando la resolución de problemas más allá de los sentimientos, la intuición o los juicios personales frecuentes en las empresas.

2.6.1 Segmentación de mercado

Es importante mencionar que el mercado es muy amplio y está formado por clientes con diferentes necesidades de adquisición. La segmentación de mercado agrupa a los clientes con semejantes necesidades de esta manera se podrá ofrecer un producto para cada grupo, este proceso ayudara a optimizar recursos y establecer estrategias eficaces para cada grupo.

Las variables de la segmentación de mercados son:

Tabla 17 Segmentación de Mercados.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
GEOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Distribución geográfica de la población. • Lugar de procedencia. • Lugar de domicilio.
DEMOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Genero • Educación e ingreso • Otros criterios demográficos para la segmentación.
PSICOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Características de la personalidad. • Estilo de vida. • Valores.
CONDUCTUALES	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficios deseados. • Tasa de uso.

Con la segmentación de mercado se podrá definir estrategias de acuerdo a las necesidades específicas de cada grupo segmentado, en nuestro proyecto al realizar este proceso se podrá conocer las necesidades de los grupos, para de esta forma

definir el servicio que se va a brindar y establecer las posibles estrategias para agregar valor al uso.

Como se mencionó antes para realizar la segmentación de mercado hay que tener en cuenta las variables establecidas, en el proyecto se tomará en cuenta las siguientes variables:

La segmentación de mercado que se ha tomado en cuenta personas de entre 4 a 70 años de edad ya que este es un lugar recreativo y dispone de todo tipo de atractivos turísticos para todas las edades. Sin embargo el grupo potencial sería a partir de los 18 años hasta los 70 años que son quienes tienen capacidad de pago ya que disponen de un ingreso mensual.

2.6.2 Tamaño del Universo

Se define como universo o población total al grupo de personas, cosas y fenómenos que están sujetos a la investigación, además tienen características definitivas. Ya que con el estudio del proyecto se busca saber la afluencia de personas que darán uso a los servicios del Paradero Turístico SAN ANTONIO DE PASA en la provincia del Tungurahua es necesario acotar que la cuantificación no se basará en la población finita sino más bien en una población infinita ya que no se tendrá números exactos de la afluencia de personas en cada tiempo. (Aldaz, 2011)

2.6.3 Determinación de la muestra

Ante la posibilidad de investigar el universo o población en su totalidad, se selecciona un subconjunto al cual se denomina muestra. Para la selección de la muestra se tomará en cuenta un segmento de la población total con similares características.

2.6.3.1 Prueba Piloto.

Para la prueba piloto se elaboró un banco de preguntas lo cual permitirá determinar la aceptación o rechazo del servicio en la comunidad. Esta prueba se la aplica a un subconjunto de la población que tenga similares características. Para la investigación del paradero turístico SAN ANTONIO DE PASA se realizó la prueba

piloto en la ciudad de Ambato a 35 personas usuarias de paraderos turísticos en los alrededores de la vía Ambato-San Antonio de Pasa.

Para la encuesta se formuló dos preguntas cerradas:

1. ¿Usted ha visitado o visita San Antonio de Pasa actualmente?

SI NO

2. ¿Le gustaría que se cree un paradero turístico en dicha zona?

SI NO

Después de realizada la encuesta los resultados obtenidos fueron:

Tabla 18 Resultados Primera pregunta de la prueba piloto.

Opciones	RESPUESTAS	FRECUENCIA RELATIVA
SI	29	82,86%
NO	6	17,14%
TOTAL	35	100%

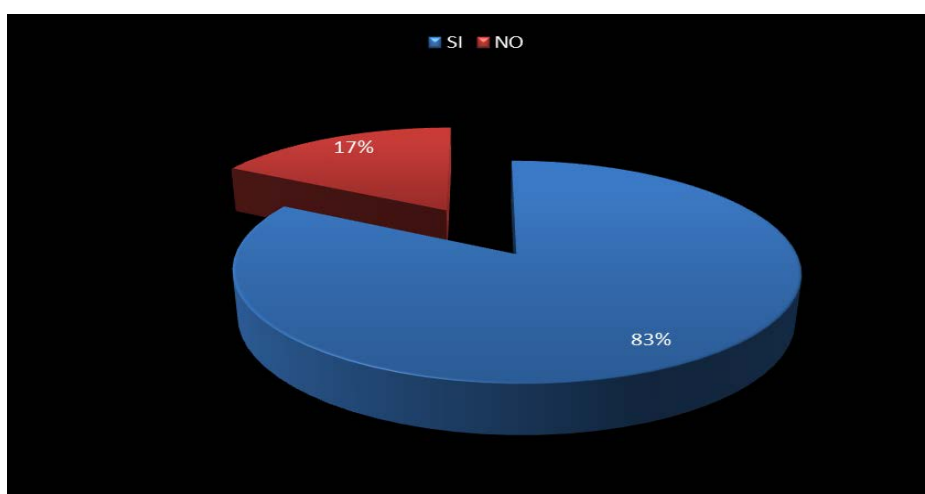


Gráfico 3 ¿Usted ha visitado o visita San Antonio de Pasa actualmente?

En la primera grafica el 83% de las personas encuestadas han visitado o visitan regularmente la Parroquia San Antonio de Pasa, mientras que el 17% no lo hace regularmente

Tabla 19 Resultados Segunda pregunta de la prueba piloto.

OPCIONES	RESPUESTAS	FRECUENCIA RELATIVA
SI	34	97,14%
NO	1	2,86%
TOTAL	35	100%

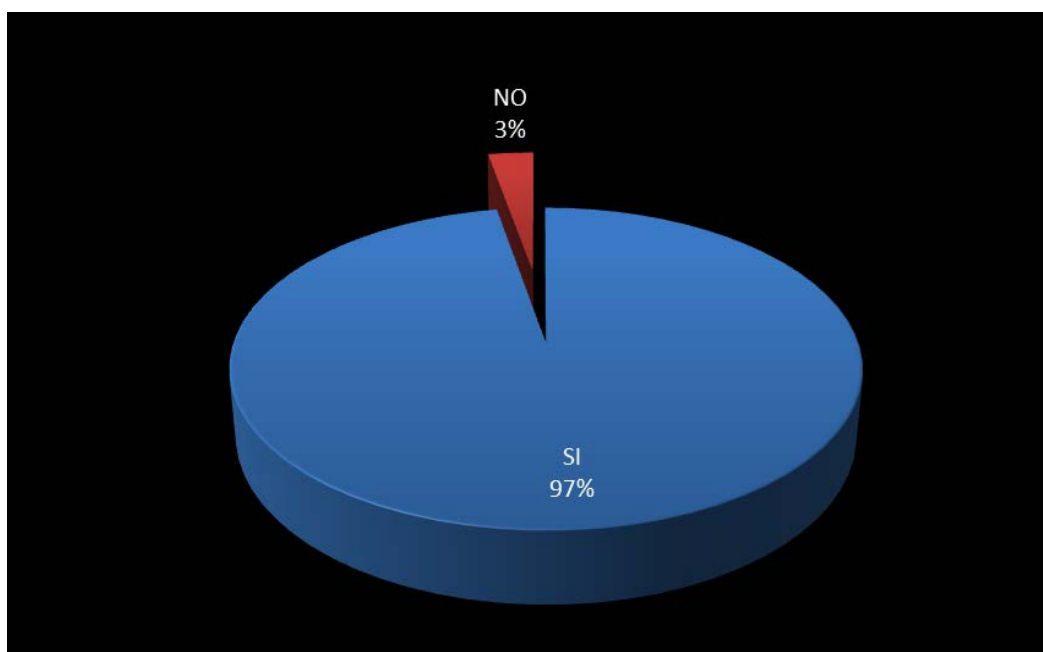


Gráfico 4 ¿Le gustaría que se cree un paradero turístico en dicha zona?

El 97% de los encuestados están de acuerdo en que se cree un paradero turístico en el sector mientras que el 3% de los encuestados no están de acuerdo pero hay que tomar en cuenta que este 3% pertenecen a las personas que no visitan frecuentemente la parroquia.

2.6.3.2 Cálculo del tamaño de la muestra.

Una vez establecidas las variables de la segmentación de mercados y como la investigación es en una población homogénea, se aplicará la técnica de Muestreo Probabilístico, el tipo de muestreo será aleatorio simple.

Si se desea estimar el tamaño de la muestra; se debe tomar en cuenta

- El nivel de confianza prefijado da lugar a un coeficiente (z_c). Para una seguridad del 95% = 1.96.
- Para determinar la probabilidad de ocurrencia del evento se utilizó los resultados de la prueba piloto aplicada (90%) para esto se tomó los dos valores de las respuestas y se obtiene una media.
- Para determinar la probabilidad de la no ocurrencia del evento se utilizó los resultados de la prueba piloto aplicada (10%) para esto se tomó los valores de las respuestas y sacamos una media.

Como es una población no definida es decir infinita, la fórmula que se utilizará para la determinación del tamaño de la muestra es:

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

Dónde:

$n = \text{tamano de la muestra}$

$z^2 = \text{margen de confiabilidad } 95\% = 1.96$

$p = \text{Probabilidad de ocurrencia del evento}(0,90)$

$q = \text{Probabilidad de No ocurrencia del evento}(0,10)$

$e = \text{Error } (0.05)$

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

$$n = 1,96^2 \frac{0,90*0,10}{0,05^2}$$

$$n = 3,8416 * 36$$

$$n = 138,2976.$$

El resultado de $n = 138$, implica que la encuesta se realizara a 138 personas del tamaño del universo o población total.

2.6.4 Metodología de la investigación

El estudio que se va a realizar es un estudio descriptivo, para esto vamos a realizar una encuesta personal que es una técnica orientada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, esta es la manera más fácil de recolectar y obtener datos confiables y fáciles de interpretar, esta encuesta está basada en todos los objetivos determinados en este capítulo.

- Identificar características generales de los posibles clientes que consumirán este servicio.
- Conocer la competencia y su desenvolvimiento en el sector.
- Determinar el nivel de aceptación de este servicio.
- Determinar los factores para el éxito del servicio.

Adicional a esto se aplicara el método analítico y se podrá estudiar los elementos de la investigación por separado, para poder obtener conclusiones de las perspectivas de servicio que buscan los posibles clientes potenciales.

Los requisitos para poder realizar una encuesta con éxito:

- Una población definida.
- La muestra representa una porción de la población.
- Los entrevistados seleccionados están dispuestos a colaborar.
- Las preguntas deben ser claras para la fácil comprensión de los entrevistados.
- Los entrevistados tienen conocimientos, opiniones y actitudes.

- El encuestador entiende claramente y registra las respuestas en la forma adecuada.

2.6.5 Investigación de campo.

El número de encuestas que se realizó fue de 138 según el cálculo del tamaño muestral y los resultados obtenidos fueron:

2.7 Análisis e interpretación de resultados.

Tabla 20 Cuál es su género?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	57	41,30%
Masculino.	81	58,70%
Total	138	100%



Gráfico 5 Cuál es su género?

Según los datos obtenidos el 59% de los visitantes a San Antonio de Pasa son de género masculino. Se podría decir que el hombre al estar a la cabeza de la familia decide los lugares que van a visitar.

Tabla 21 **Cuál es su edad?**

Alternativa.	Frecuencia.	Porcentaje
0-15	3	2,17%
16-25	27	19,57%
26-40	55	39,86%
42-65	35	25,36%
+66	18	13,04%
Total	138	100,00%



Gráfico 6 **Cuál es su edad?**

Según los resultados obtenidos se puede decir que la edad promedio de las personas que visitan este sector está entre los 26-40 años de edad lo cual nos resulta interesante ya que este grupo de personas son personas con sus propios ingresos es decir son personas económicamente solvente.

Tabla 22 Cuál es su ciudad de origen?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ambato	59	42,75%
Otra ciudad.	79	57,25%
total	138	100%

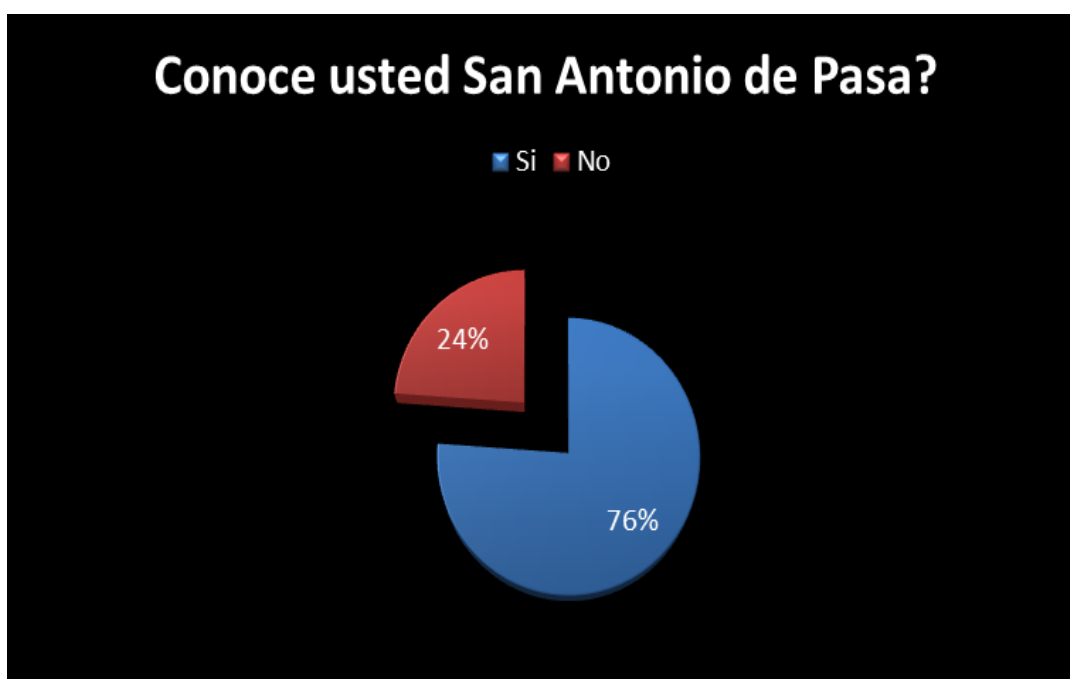


Gráfico 7 Cuál es su ciudad de origen?

Según los resultados obtenidos se puede ver que los turistas que visitan este sector provienen de otras ciudades en un 57%, esto es una ventaja ya que la parroquia se da a conocer en otros lugares del país y no se limita únicamente a los alrededores

Tabla 23 Conoce usted San Antonio de pasa?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	105	76,09%
No	33	23,91%
Total	138	100%

**Gráfico 8 Conoce usted San Antonio de pasa?**

Según los resultados obtenidos el 76% de los encuestados conocen la Parroquia San Antonio de Pasa, Esto nos resulta positivo ya que la mayoría de los encuestados conocen de antemano la Parroquia y tienen un precedente de los lugares turísticos del sector.

Tabla 24 Que presupuesto promedio tiene designado para gastar en recreación cuando viaja?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1-10	0	0%
10-30	3	2,17%
30-60	67	48,55%
60-100	43	31,16%
+100	25	18,12%
Total	138	100,00%

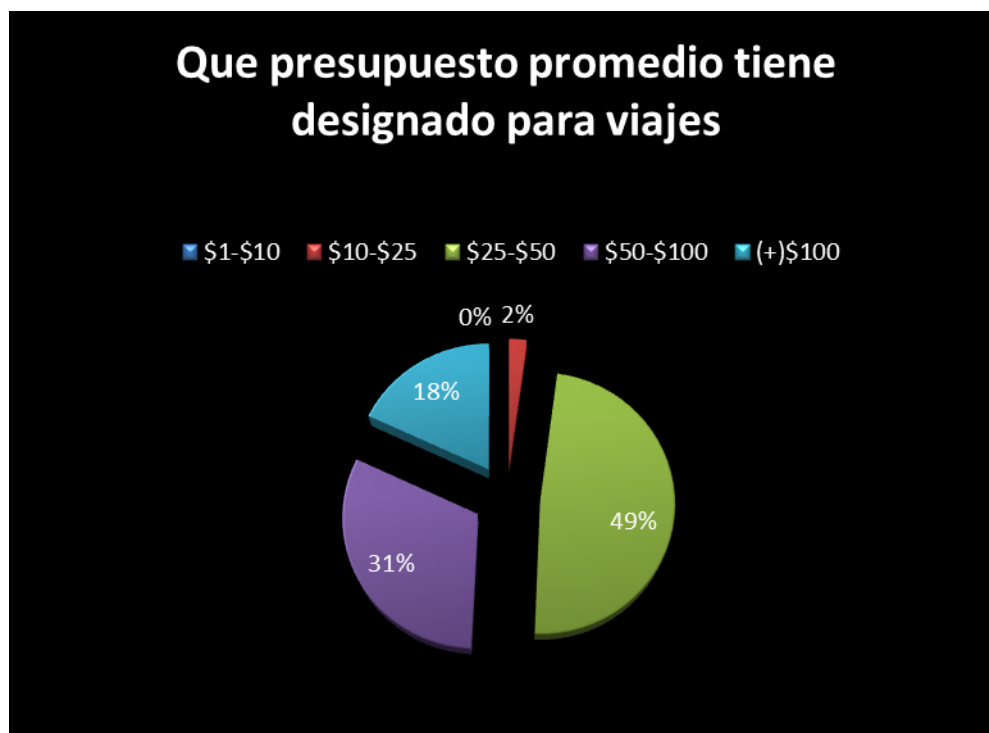


Gráfico 9 Que presupuesto promedio tiene designado para gastar en recreación cuando viaja?

Según los resultados obtenidos el 49% de los encuestados tienen un presupuesto designado para viajes entre \$ 25-\$50, la cantidad de gasto no es muy grande en consideración a otros lugares turísticos.

Tabla 25 Cuál es el motivo por el cual visita San Antonio de Pasa?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje.
Recreación	103	74,64%
Compromiso social	1	0,73%
Gastronomía	17	12,32%
Hospedaje	0	0%
Salud	3	2,17%
Otro	14	10,14%
Total	138	100,00%



Gráfico 10 Cuál es el motivo por el cual visita San Antonio de Pasa?

Según los resultados obtenidos el 75% de los encuestados visitan el sector por recreación, es decir, la demanda es muy alta y se podría mejorar la oferta del sector con más actividades de recreación que es lo que los visitantes busca en este sector.

Tabla 26 Ha visitado alguno de estos lugares?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Portón de Tilulun	65	47,10%
Peñón del Rio	57	41,30%
Complejo de Aguajan.	16	11,60%
Total	138	100,00%

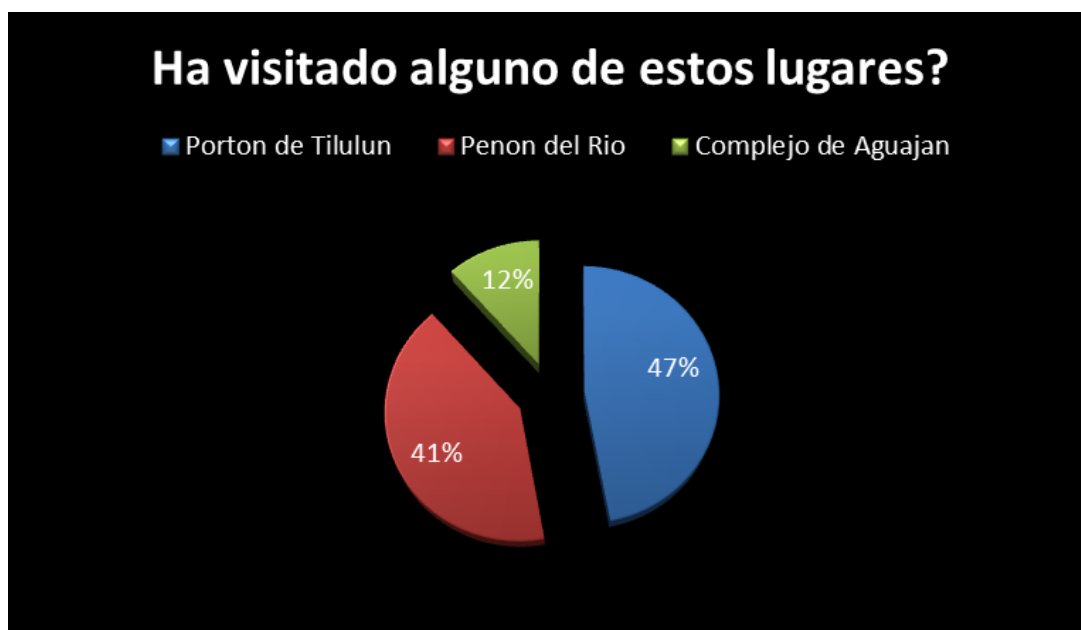


Gráfico 11 Ha visitado alguno de estos lugares?

El 47% de los encuestados han visitado el Portón de Tilulun, este es uno de los complejos más nuevos, esto nos da una pauta para los nuevos complejos que se van a crear en el sector como referencia de las necesidades que busca cubrir el turista.

Tabla 27 Al sitio turístico que usted ha visitado que categoría le daría?

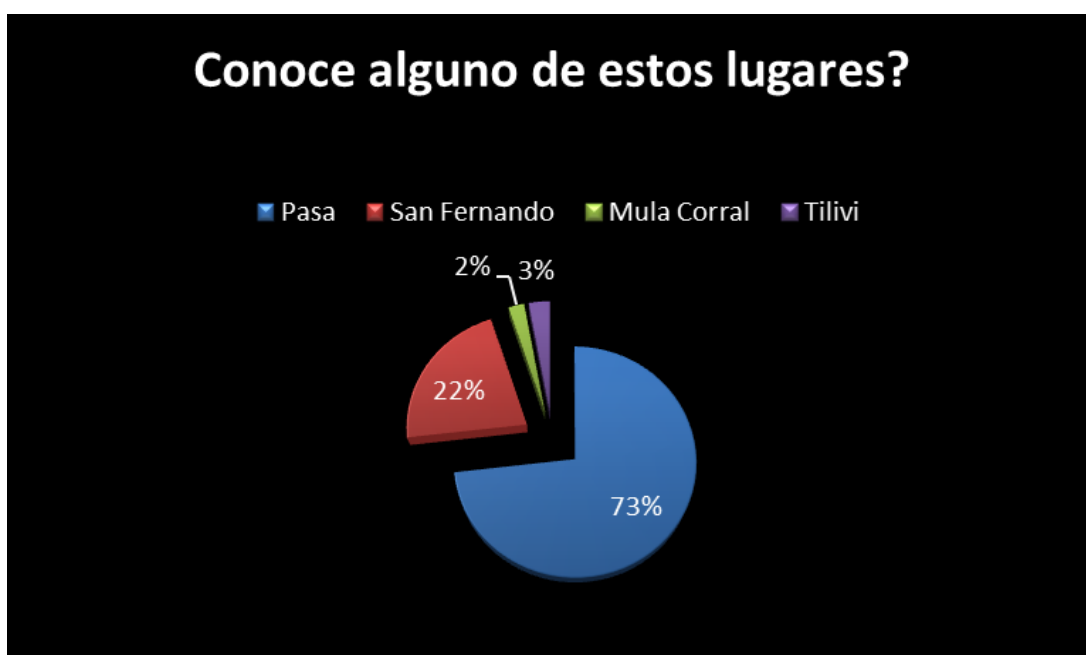
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Primera	3	2,17%
Segunda	119	86,23%
Tercera	16	11,60%
Total	138	100%

**Gráfico 12 Al sitio turístico que usted ha visitado que categoría le daría?**

Según los datos obtenidos el 86% de los encuestados le dan una segunda categoría al lugar que han visitado, esta es una buena calificación pero no se debe olvidar que hay que tratar de mantener el nivel y de ser posible mejorarlo con inversión pública o privada.

Tabla 28 Conoce alguno de estos lugares?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pasa	101	73,19%
San Fernando	30	21,74%
Mula corral	3	2,17%
Tilivi	4	2,90%
Total	138	100%

**Gráfico 13 Conoce alguno de estos lugares?**

San Antonio de Pasa por tener lugares turísticos tan hermosos es un lugar muy conocido y así lo demuestran los resultados obtenidos ya que el 73% de los encuestados conocen estos atractivos, se debe promover el turismo en este sector para de esa manera crear fuentes de trabajo y vincular de esa manera a la comunidad.

Tabla 29 Qué cree usted que le falta al lugar que visito?

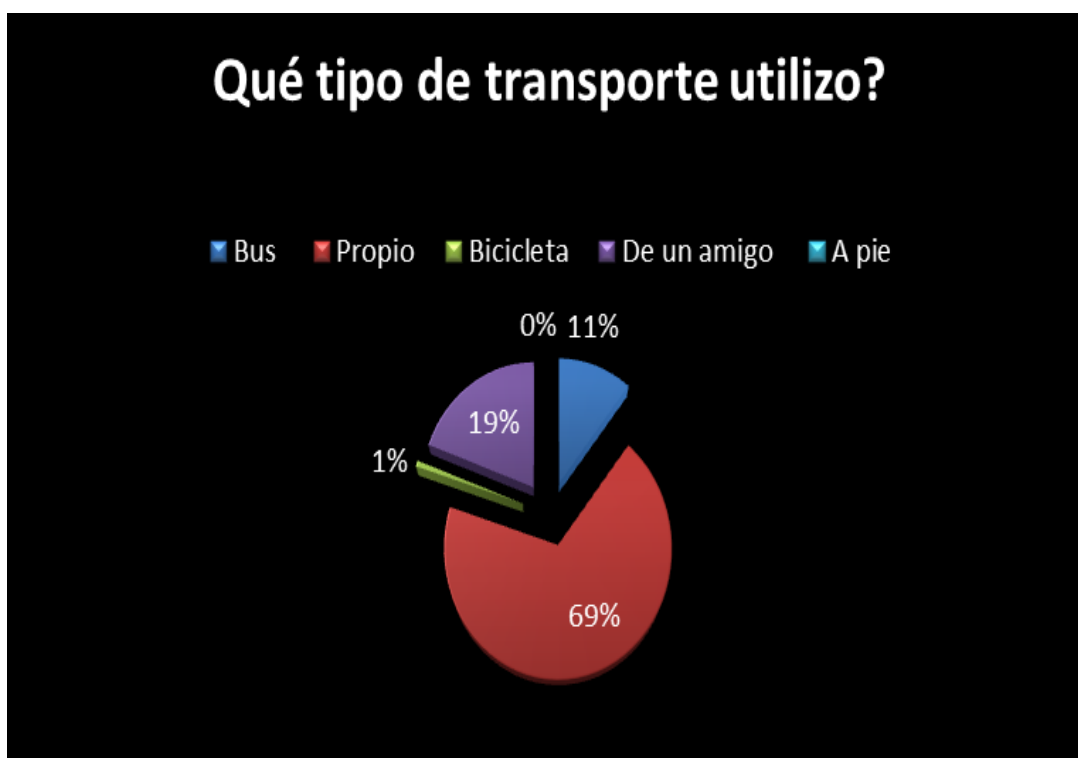
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nada	3	2,17%
Mantenimiento	93	67,39%
Organización	17	12,32%
Poca inversión	11	7,97%
Mucha inversión	14	10,14%
Total	138	100%

**Gráfico 14** Qué cree usted que le falta al lugar que visito?

Según los resultados obtenidos el 68% de los encuestados piensan que los diferentes lugares turísticos necesitan mantenimiento, ya que esto realza la calidad del servicio sobre todo.

Tabla 30 Qué tipo de transporte utilizó para llegar a este lugar?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bus	15	10,87%
Propio	95	68,84%
Bicicleta	1	0,72%
De un amigo	27	19,57%
A pie	0	0%
Total	138	100%

**Gráfico 15** Qué tipo de transporte utilizó para llegar a este lugar?

El 69% de los encuestados prefieren llegar al lugar con un vehículo propio ya que de esta manera pueden ir apreciando los hermosos paisajes que tiene la vía de

acceso a la Parroquia San Antonio de Pasa, a pesar de que esta vía es considerada oficialmente ciclo vía no muchas personas le dan este uso a la misma.

Tabla 31 Cuál es el estado de la vía?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	138	100%
Malo	0	0%
Regular	0	0%
Total	138	100%

Grafico 16 Cuál es el estado de la vía?



Gráfico 17 Cuál es el estado de la vía?

La vía de acceso a la Parroquia San Antonio de Pasa es una vía de primer orden gracias a la inversión que las autoridades realizaron en la misma esto fue un gran acierto ya que la vía está en excelentes condiciones. (Heredia, 2013)

Conclusión general de la investigación de campo.

Después de haber realizado esta investigación de campo concluimos que de forma general existe afluencia de personas a este sector de la Provincia del Tungurahua, además que la mayoría de personas que acuden a este lugar buscan realizar turismo y distracción pero al no existir un lugar para esto en el sector se dirigen a paraderos cercanos.

Todos los encuestados afirman que las vías de acceso para la Parroquia son de primer orden y que el tiempo de recorrido es mínimo, a cambio de disfrutar las bondades que la naturaleza ofrece en este sector, la gran parte de las familias encuestadas constan de un promedio de 4 miembros lo cual facilita el análisis de precio en esta investigación.

2.8 Análisis de la demanda

Es importante analizar la demanda con el objeto de conocer cuáles son las fuerzas que afectan el requerimiento del mercado con respecto a un bien o servicio.

Los distintos factores son:

- La necesidad real del bien.
- El precio.
- El nivel de ingreso de la población.
- Gusto de los consumidores.
- Número de consumidores.

Para poder realizar un análisis satisfactorio de la demanda se recurrirá a fuentes primarias y secundarias así como también a diferentes indicadores como lo son sociales y económicos. Es importante llevar a cabo una investigación de campo para poder obtener datos sobre los factores cualitativos que deberán ser analizados.

Este análisis de la demanda es importante para poder tomar futuras decisiones con respecto al producto o servicio que se va a ofrecer en el mercado. Es necesario cuantificar la demanda potencial y efectiva de bienes o servicios que el segmento identificado está dispuesto a adquirir a un precio determinado.

2.8.1 Factores que afectan la demanda

- **La necesidad real del bien.**

Según los datos de la encuesta se da a notar la necesidad que tienen los turistas de un paradero turístico para realizar diferentes actividades ya que el 74,64% de las personas que acuden al sector lo hacen en busca de recreación, pero sienten la necesidad de un lugar que les ofrezca además de platos típicos un sistema de recreación.

- **El precio de los productos o servicios.**

Este factor es muy importante en el análisis de la demanda ya que afecta directamente a los volúmenes de consumo del bien que se oferta. Se dice que afecta directamente ya que si el precio aumenta o disminuye afectara los volúmenes de consumo demandado. Para esto se aplica la técnica Elasticidad-precio de la demanda.

Esta técnica permitirá cuantificar la magnitud que podría cambiar la cuantía de la demanda y por consecuencia la variación en las ventas del producto o servicio.

Según la encuesta realizada el 48,55% de los encuestados tienen presupuestado entre 25 y 50 dólares designados para los consumos en sus viajes, y el 31,16% entre 50 y 100 dólares, estos valores son para familias de hasta cuatro personas, tomando en cuenta los precios que se proponen en otros paraderos turísticos cercanos y la cantidad que el cliente está dispuesto a gastar se llega a la conclusión que los precios del producto que se ofrecerá esta dentro de los parámetros normales, es decir que el cliente estará de acuerdo en pagar.

- **El nivel de ingreso de la población.**

Es importante determinar la capacidad de pago que tienen los consumidores, este es un análisis socioeconómico ya que está asociado al tamaño de las familias y sus fuentes generadoras de ingreso de esta manera podremos determinar la población económicamente activa.

- **Gusto de los consumidores.**

En el análisis de la demanda se debe considerar la cantidad del producto o servicio que un consumidor demandara sin importar el precio del mismo y la

capacidad de pago. Además es importante saber la reacción que el cliente tenga ante la presentación del producto y las características del mismo.

- **Número de consumidores.**

El número de consumidores se deriva de la segmentación de mercados y será con lo que se puede contar para la venta del producto o servicio.

2.8.2 Comportamiento histórico de la demanda

Para poder determinar el comportamiento de la demanda histórica del servicio de paradero turístico en la parroquia de San Antonio de Pasa, se toma como referente los porcentajes que se obtuvieron en la investigación de campo, la pregunta "Cual es el motivo por el cual visitó San Antonio de Pasa" arrojó un porcentaje del 74,64% para recreación, de este porcentaje se aplicará para los años 2008 – 2012. Según datos recopilados por el ministerio de turismo el 1,7% de los turistas que llegan a la ciudad de Ambato visitan la parroquia de San Antonio de Pasa anualmente.

Tabla 32 comportamiento histórico de la demanda años 2008-2012

Crterios	2008	2009	2010	2011	2012
Número de turistas que llegan a la ciudad de Ambato.	471.499	461.865	474.221	487.378	519.555
Número de turistas que visitan la parroquia de San Antonio de Pasa (1,7%)	8.015	7.852	8.062	8.285	8832
Porcentaje de personas que visitan la Parroquia por Recreación.	74,64%	74,64%	74,64%	74,64%	74,64%
Número de personas que visitan la Parroquia por recreación.	5982	5861	6017	6.184	6.592

Fuente: Gobierno Provincial de Tungurahua.

Se puede observar que la demanda de este servicio va en aumento cada año con un incremento promedio del 3,385%.

2.8.3 Demanda actual del servicio

Según datos recopilados del gobierno provincial del Tungurahua, a nivel de cantón en Ambato en el año 2013 se alcanzó un número de 570.000 turistas; de los cuales en este año, 9830 turistas han llegado a la Parroquia de San Antonio de Pasa.

El Gobierno Provincial del Tungurahua, ha realizado un estudio de campo en el sector turístico en toda la provincia, en donde se refleja que en la Parroquia San Antonio de Pasa se ha incrementado notablemente el turismo en este último año debido al buen estado de la vía de acceso que es la Vía Flores. Además de que está incluida esta parroquia en la Ruta del Turismo de la Provincia y consta ya en los destinos para visitar.

2.8.4. Proyección de la demanda

La estimación para la proyección de la demanda será del 2014-2018, se valorará la tasa de crecimiento promedio por la cantidad de turistas que llegaron a la Parroquia de San Antonio de Pasa en los años anteriores.

Para poder estimar se utiliza la fórmula de acuerdo a la tasa de crecimiento constante, se ha establecido en 3,385%.

Se obtiene:

$$\text{Numero de turistas} = (\beta) = \text{numero de turistas} (\alpha) \times (1 + \text{tasa de crecimiento constante})$$

$$\text{Numero de turistas} = (\beta) = 9830 \times (1 + 0,03385)$$

$$\text{Numero de turistas} = (\beta) = 9830 \times (1,03385)$$

$$\text{Numero de turistas} = (\beta) = 10.162$$

Tabla 33 Proyección de la Demanda

AÑOS				
2014	2015	2016	2017	2018
10.162	10.506	10.862	11.229	11.609

Se puede apreciar que la demanda para los siguientes años va en aumento, se puede decir que esto es debido a la mejora en las vías de acceso y en la infraestructura en general.

2.9. Determinación demanda insatisfecha

Al no existir competencia ya que no hay ningún registro que determine el movimiento del tipo de clientes para este negocio, se analizará la demanda en función de datos históricos, además, se tomará en cuenta para el análisis los resultados de la encuesta tentativa que se aplicó al sector.

2.9.1 Cálculo de la demanda insatisfecha.

La fórmula para el cálculo de la demanda insatisfecha:

Los clientes potenciales serían el 74,64% de los turistas que llegan a la parroquia para los años del 2014 al 2018, este resultado multiplicamos por tres visitas al año de cada turista y este valor multiplicamos por un promedio de 15 dólares cada visita por turista.

Para el año 2014 se tiene el siguiente cálculo:

$$\text{Año 2014} = 10162 * (0,7464) = 7.584,92 \text{ turistas}$$

$$7584,92 * (0,40) = 3033,968 \text{ turistas}$$

$$\mathbf{3033,968 * 3 \text{ visitas} = 9101,904 \text{ turistas}}$$

Para los cálculos del año 2015 hasta el 2018 se toma como base el resultado del año anterior y multiplicamos por el porcentaje de la población económicamente activa que según el Inec para la provincia del Tungurahua es del 1,50.

$$\text{Año 2015} = 9101,904 * 1,015$$

$$= 9238,43 \text{ turistas.}$$

$$\text{Año 2016} = 9238,43 * 1,015$$

$$= 9377 \text{ turistas.}$$

$$\text{Año 2017} = 9377 * 1,015$$

$$= 9517,66 \text{ turistas.}$$

$$\text{Año 2018} = 9517,66 * 1,015$$

$$= 9660,43 \text{ turistas.}$$

Tabla 34 Demanda Insatisfecha.

AÑOS				
2014	2015	2016	2017	2018
9101 turistas	9238 turistas	9377 turistas	9517 turistas	9660 turistas

2.10 Análisis de precios

Los precios se han fijado en base a la información recopilada en la encuesta tentativa, donde los posibles clientes manifiestan la cantidad que tienen presupuestado para gastar en sus viajes en el área de recreación. Según los resultados de la encuesta el 48,55% de los investigados tienen un presupuesto de entre \$ 30 - \$60 y el 31,16% de los encuestados tiene un presupuesto de entre \$ 60 - \$100.

Tomando en cuenta estos datos y 4 personas en número promedio de miembros en una familia se tiene: El precio del paquete se ha fijado en 15 dólares este precio es aceptable ya que multiplicado por 4 nos da 60 y este valor está dentro del rango de \$30 y\$ 100.

Tabla 35 Análisis de Precios.

EVALUACIÓN DE PRECIOS.		(DÓLARES)						
Empresa	Producto	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
El portón de Tilulun	Trucha asada	5,25	5,50	5,75	5,90	5,00	5,50	
Peñón del Río	Trucha frita	5,25	5,50	5,75	5,90	5,00	5,50	
Complejo de Aguajan.	Trucha a la plancha	2,00	2,00	2,10	2,50	2,50	2,80	

Como se puede apreciar en este cuadro, se toma en cuenta solo uno de los platos típicos que se ofrece en los paraderos turísticos del sector. En años anteriores la evolución de los precios se debía al aumento en el costo de la materia prima. Hay que tomar en cuenta que en el caso del Portón de Tilulun y el Peñón del Río los precios son similares ya que los dos están considerados según las encuestas en segunda categoría, y el complejo de Aguajan un poco más popular es por eso que los precios de este es más bajo.

2.11 Mercadeo y comercialización

2.11.1 Estrategia de precio

El descuento grupal será una de las principales estrategias que permitirá atraer a instituciones a nivel educativo, empresarial y familiar.

Los niños menores de cinco años no pagaran entrada.

Descuentos para instituciones públicas y privadas que realicen eventos magnos ya sean estos de orden académico o social.

Se respetara la ley de acuerdo a lo establecido para las personas de la tercera edad.

Si realiza reserva anticipada recibirá un descuento del 5% al precio final de la factura.

2.11.2 Estrategia de servicio

Se brindara un servicio puerta a puerta para grupos de personas extranjeras alojadas en cualquier rincón del país.

Los grupos desde cinco personas tendrán un guía quien será el facilitador para conocer y disfrutar de mejor manera del lugar.

Se dará servicio de preparación, cocción y guarnición para las personas que practiquen la pesca deportiva.

2.11.3 Estrategia de promoción

Como este paradero turístico es nuevo en el mercado se dará a conocer mediante publicidad. Se usara diferentes medios de comunicación para dar a conocer este paradero turístico, se tiene la ventaja de que este lugar ya está incluido en la ruta ecológica de la ciudad de Ambato. Una ventaja importante es que esta Parroquia está incluida en la ruta ecológica de la ciudad de Ambato, por ende todos los lugares turísticos del sector están incluidos, es decir que este paradero Turístico se incluirá entre los lugares turísticos de la ciudad de Ambato, esto es una gran ventaja ya que los gastos de la publicidad correrá por parte del ministerio de turismo de la provincia y los gastos que se asumirán serán mínimos.

Además por medio de internet se dará a conocer las diferentes actividades que el paradero turístico San Antonio de Pasa ofrece, además se realizará alianzas estratégicas con agencias turísticas como Yunnan Travel, Delgado Travel, que son agencias que ofrecen a sus clientes turismo de aventura.

Ya que el mundo actual se mueve alrededor de la tecnología la creación de una página web será el primer paso para dar a conocer el paradero turístico dentro y fuera del país, en la misma se ofertará todo lo que el paradero turístico pone a disposición del turista.

El Ministerio de Turismo ha incluido a la Parroquia San Antonio de Pasa en sus trípticos turísticos y los mismos son entregados a los turistas en diferentes lugares de la ciudad.

2.11.4 Estrategia de plaza

El mercado del Turismo es muy amplio, aquí se buscara abastecer con estrategias de servicio local, tratando de cubrir la mayor parte de la demanda del servicio. Para esto, el paradero turístico se dará a conocer mediante Internet para facilidad de reservación.

2.11.5 canales de distribución.

Este servicio se lo ofrecerá directamente al cliente y este sería el canal de distribución el contacto directo con el cliente sin necesidad de personas intermediarias.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Introducción al Estudio técnico.

El estudio técnico tiene como objetivo principal el cálculo de los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Con este estudio se busca establecer parámetros con respecto a la localización, magnitud, y operatividad de la organización. Además se completa la viabilidad económica del proyecto, cuando el proyecto es la creación de una empresa nueva se hace conveniente calcular el efecto económico de cada componente que permitirá hacer funcionar el proyecto.

3.2 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se basa principalmente en los costos que generarían su implementación, y la estimación de la rentabilidad a futuro. Es importante definir el tamaño del proyecto ya que se estimará la cuantificación de la inversión, la capacidad de producción, del tiempo, y de la operación en conjunto.

3.2.1 Factores determinantes del tamaño

Las variables que determinan el tamaño del proyecto son:

- La dimensión y características del mercado.
- La tecnología del proceso productivo.
- La disponibilidad de insumos y materia prima.
- La localización.
- Los costos de inversión y de operación.
- El financiamiento del proyecto.
- Población.

3.2.1.1. Mercado

Después de haber realizado una investigación de mercado y de haber analizado la oferta y la demanda pudiendo obtener así la demanda insatisfecha se podrá deducir que hay espacio para la inserción de una nueva empresa. En San Antonio de Pasa existen muy pocos paraderos turísticos que brindan además de platos típicos y

turismo de aventura. Por esta razón la creación de un nuevo paradero turístico que explote toda diversidad en este sector será una oportunidad de negocio siempre y cuando cuente con la aceptación del mercado.

3.2.1.2. Disponibilidad de recursos financieros

En el capítulo financiero se explicará más detalladamente la cantidad necesaria para la inversión del proyecto que será de 69.194,35 dólares americanos, esta cantidad se requiere para llevar a cabo el proyecto. Una parte del dinero está cubierta por el gobierno nacional por medio de la Junta Parroquial de San Antonio de Pasa, la diferencia se realizará un préstamo en una de las entidades financieras con bajo interés, en este caso una opción sería la Corporación Financiera Nacional (CFN).

3.2.1.3. Disponibilidad de mano de obra

Este proyecto está orientado a la comunidad, la misma que tomará las riendas de la administración, por esta razón el talento humano necesitará capacitación en diferentes ámbitos. Para la sección del restaurante será necesario personal con conocimientos de cocina de la región, ya que aquí se ofrecerán platos típicos del sector.

La empresa estará conformada por:

- 1 gerente.
- 1 especialista de cocina.
- 2 ayudantes de cocina.
- 2 meseros.
- 1 recepcionista.
- 1 contadora
- 2 servicios múltiples

La elección del personal demandará la consideración de varios parámetros, entre esos que los aspirantes a las vacantes sean de la comunidad.

3.2.1.4. Disponibilidad de materia prima

Este paradero turístico brinda entre otras cosas un servicio de restaurante para lo cual la materia prima que será necesaria para la preparación de estos platos típicos puede ser adquirida en la misma parroquia ya que como se mencionó en el primer capítulo, la Parroquia de San Antonio de Pasa tiene una amplia diversidad agrícola, los productos que no se puedan adquirir en la parroquia se los podrá adquirir en los diferentes establecimientos en la ciudad de Ambato.

3.2.1.5. Disponibilidad de tecnología y equipo

Este paradero turístico no necesitara tecnología y equipos avanzados, pero si necesitara de equipos básicos con su respectiva capacitación:

- 1 computadora
- 1 teléfono inalámbrico
- Internet.
- 1 impresora.

3.3 Localización del proyecto

La localización del nuevo Paradero Turístico, debe ser estratégica ya que este factor determina la aceptación del proyecto. La localización está dada por el análisis de variables incidentes en la macro localización y en la micro localización.

3.3.1 Macro - Localización

El Paradero Turístico se ubicara en el Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

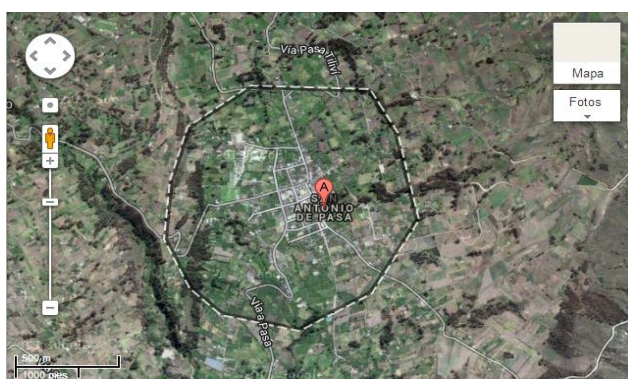


Gráfico 18 Macro - Localización

3.3.2 Micro – Localización

Se van a definir dos Micro – Localizaciones

- A Llangahua
- B San Antonio de Pasa.

3.3.3. Factores locacionales.

Seguridad: la seguridad es uno de los factores importantes para la localización del proyecto ya que si el sitio es seguro existirá mayor afluencia de turistas.

Urbanización: el proyecto debe desarrollarse en una zona urbanizada es decir que cuente con los servicios básicos necesarios para este proyecto como lo es agua, luz, teléfono.

Terreno: Las instalaciones de esta nueva empresa se construirán en un terreno ya dispuesto para este proyecto, considerando los requerimientos técnicos de la empresa y los usuarios.

Facilidades de acceso: las vías de acceso son de primer orden esto facilita la satisfacción del cliente y ayuda al abastecimiento de la empresa con los diferentes proveedores.

Cercanía a los proveedores: Este factor es importante debido al análisis de la localización de las fuentes de abastecimiento en este caso los proveedores son de la zona por lo tanto el tiempo de entrega de los productos es inmediato esto hace posible un ahorro significativo ya que el costo del transporte disminuye.

A continuación la información redactada con base a cada localización según los anteriores factores de localización.

Tabla 36 Análisis de los factores locacionales.

Factor	Llangahua	San Antonio de Pasa
Localizacional.		
Seguridad.	En este sector no existe mayor seguridad ya que no existe gran afluencia de personas y se podría decir que es un lugar desolado. A pesar de que las condiciones en sus áreas verdes se prestan para la realización del proyecto.	San Antonio de Pasa es una zona segura ya que sus habitantes han gestionado una UNIDAD DE VIGILANCIA para su seguridad y la de sus turistas, esta Unidad de vigilancia cuenta con dos patrullas que vigilan las 24 horas del día en todo el sector.
Urbanización.	Llangahua es una de las comunidades pertenecientes a la parroquia de Pilahuín, esta zona no es muy habitada ya que esta en medio de los páramos y su clima es poco habitable.	San Antonio de Pasa es una parroquia con 7459 habitantes esta zona de gran población en el sector, cuenta con casa de construcciones nuevas así como antiguas. Y tiene una gran afluente de turistas.
Terreno.	Este sector tiene grandes extensiones de terreno pero en ciertos puntos no es recomendable para asentamientos ya que existen Ciénegas en medio de los terrenos, lo que dificulta la construcción sobre el mismo.	En este sector los terrenos son planos y de gran extensiones aptos para asentamientos.
Facilidades de acceso.	Cuenta con vías de acceso de primer orden solo hasta un 30% de la carretera, el restante se limita a una carretera empedrada y angosta, además no existe transporte público para llegar hasta el lugar.	Cuenta con vías de primer orden hasta llegar a la parroquia, esto disminuye el recorrido ya que en menos tiempo se podrá llegar al sector. Existe transporte público hasta este sector cada 20 minutos desde Ambato hasta la Parroquia y viceversa.
Cercanía a los proveedores.	Las comunidades se encuentran alejadas, por lo que dificulta	Este sector se caracteriza por ser productivo.

3.3.4 Matriz locacional

Tabla 37 Matriz Locacional

Factor	Asignación porcentual	Alternativas de localización.			
		A		B	
		calificación	Ponderación.	Calificación.	Ponderación.
seguridad	30%	30	9	70	21
urbanización	30%	50	15	60	18
Terreno	20%	70	14	70	14
Facilidades de acceso	10%	70	7	95	9,5
Cercanía a los proveedores.	10%	30	3	95	9,5
Total.	100%	250	48	390	72

Según el análisis realizado en la matriz locacional las calificaciones obtenidas en el sector de Llangahua son bajas debido a que la seguridad es mínima a pesar de que las áreas verdes se prestan para este tipo de asentamientos.

Las facilidades de acceso no son buenas es decir no son vías de primer orden y existen sectores en donde no hay pavimento ni ningún revestimiento que cubra la vía, además de ser un sector productivo los caseríos se encuentra alejados por lo que dificulta la entrega de diversos productos tomando en cuenta que el tiempo que gasta en llegar a la ciudad es de 1,25 minutos.

Los resultados que se evidencia en la matriz es que el sector más adecuado para la ubicación del paradero turístico es San Antonio de Pasa ubicado en la ciudad de Ambato, después de haber obtenido un puntaje ponderado de 72, resultado de una mayor calificación en los diferentes factores.

3.4 Ingeniería del Proyecto

Con el estudio de ingeniería del proyecto se deberá determinar y establecer la configuración sistemática mediante la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles, el uso óptimo mediante la asignación de recursos, y la disminución en intervalos de tiempo en el servicio.

Para esto será necesario el respectivo análisis de las diferentes alternativas que puedan combinar factores de producción, además una buena distribución física que genere un alto rendimiento operativo interno.

3.4.1 Cadena de valor

La cadena de valor es la estrategia y enfoque para implementar las actividades económicas en una organización. Describe el modo en que se van a realizar las actividades y acciones en la empresa, además es posible encontrar en ella diferentes eslabones que intervienen en un proceso económico.

Con el análisis de la cadena de valor se optimiza el proceso productivo, ya que se evidencia el funcionamiento de la compañía, el principal objetivo del empresario al revisar la cadena de valor es la reducción de costos y la búsqueda de eficiencia en el aprovechamiento de los recursos



Gráfico 19 CADENA DE VALOR

3.4.2 Mapa de procesos

El mapa de procesos es un conjunto de actividades y recursos interrelacionados que transforman elementos de entrada y salida aportando valor añadido para el cliente.

El mapa de procesos es la presentación gráfica de las actividades que la empresa realizará para la satisfacción de las necesidades del cliente, con el propósito de agregar valor a insumos mediante transformación de servicios y de esta manera satisfacer las necesidades del cliente.

El mapa de procesos puede cambiar según el tipo de empresa al que se oriente,

Existen tres escalas de procesos

- Estratégico: son aquellos establecidos por la alta dirección.
- Productivos: son directamente ligados a los servicios que se prestan.
- Soporte: los procesos de apoyo son los que sirven de soporte a los procesos claves.

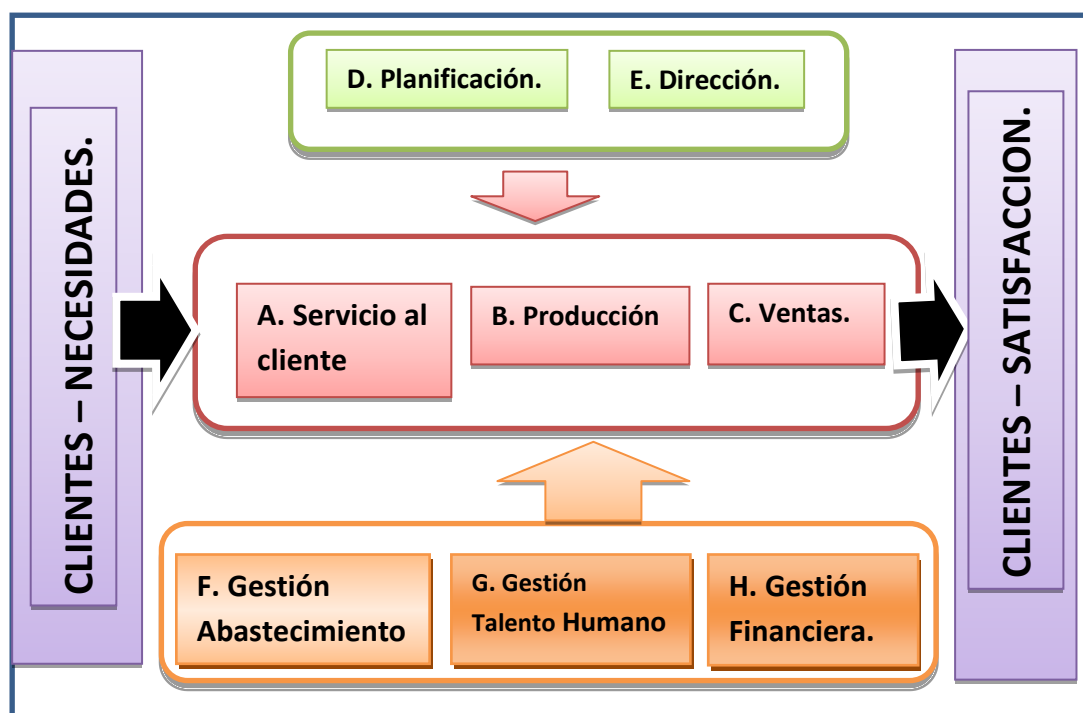


Gráfico 20 Mapa de procesos.

3.4.3. Inventario de procesos.

El inventario de procesos da una idea clara de la función interna de la empresa, estos procesos se sujetan a un desglose obteniendo subprocesos.

- A. Gestión Servicio al cliente.
 - A.1. Gestión Recepción.
 - A.2. Gestión Seguimiento.
 - A.3. Gestión Evaluación.
 - A.4. Gestión Satisfacción.
- B. Gestión Producción.
 - B.1. Gestión preparación.
- C. Gestión Ventas.
 - C.1. Gestión Despacho.
- D. Gestión de Planificación.
- E. Gestión de Dirección.
 - E.1. Gestión Alianzas estratégicas
 - E.2. Gestión convenios
- F. Gestión Abastecimiento.
 - F.1 Gestión Compras.
 - F.2. Gestión Proveedores.
- G. Gestión Talento Humano.
 - G.1. Gestión Capacitación.
 - G2. Gestión evaluación del desempeño.
- H. Gestión Financiera.
 - H.1. Gestión Contable.
 - H.2, Gestión Tributaria.

3.4.4 Descripción de planta

3.4.4.1. Vistas preliminares.



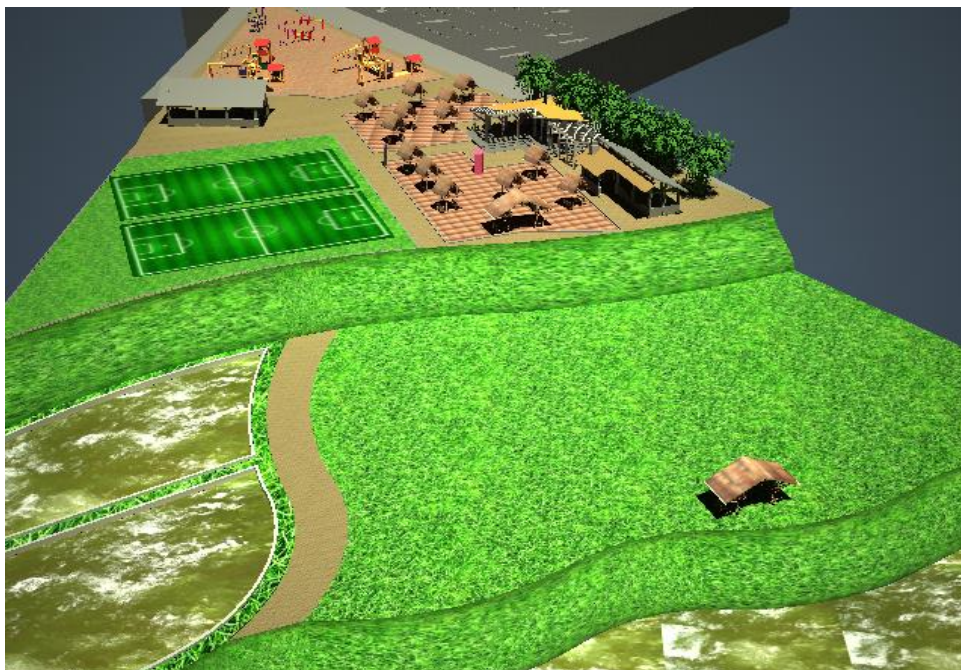
Fuente: Elaborado por Ing. Fabián Medina.

Gráfico 21 Vista de área parrilladas



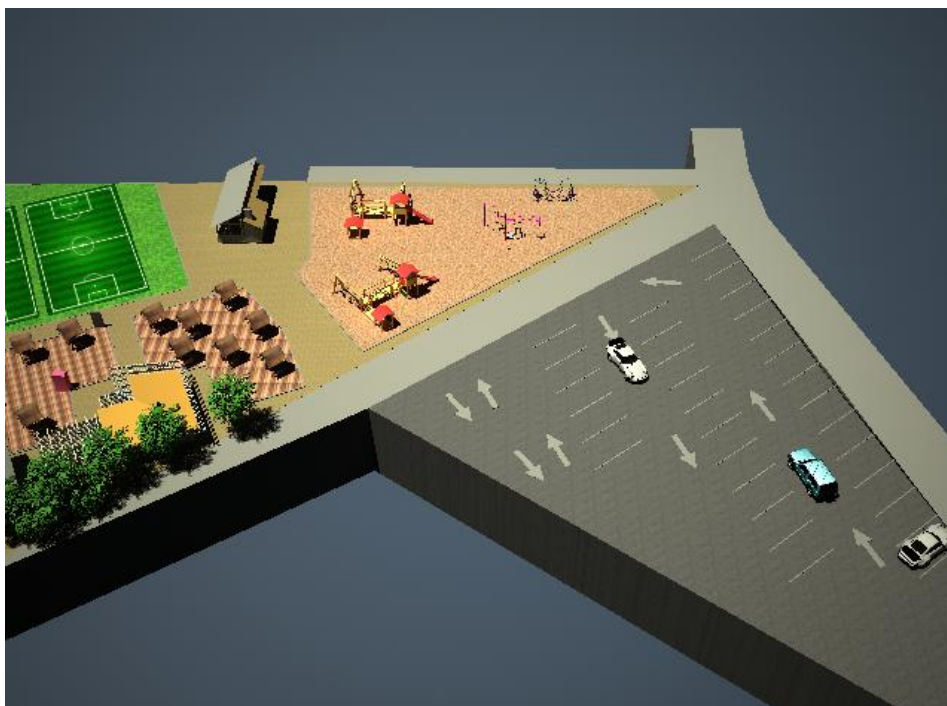
Fuente: Elaborado por Ing. Fabián Medina.

Gráfico 22 Juegos Infantiles.



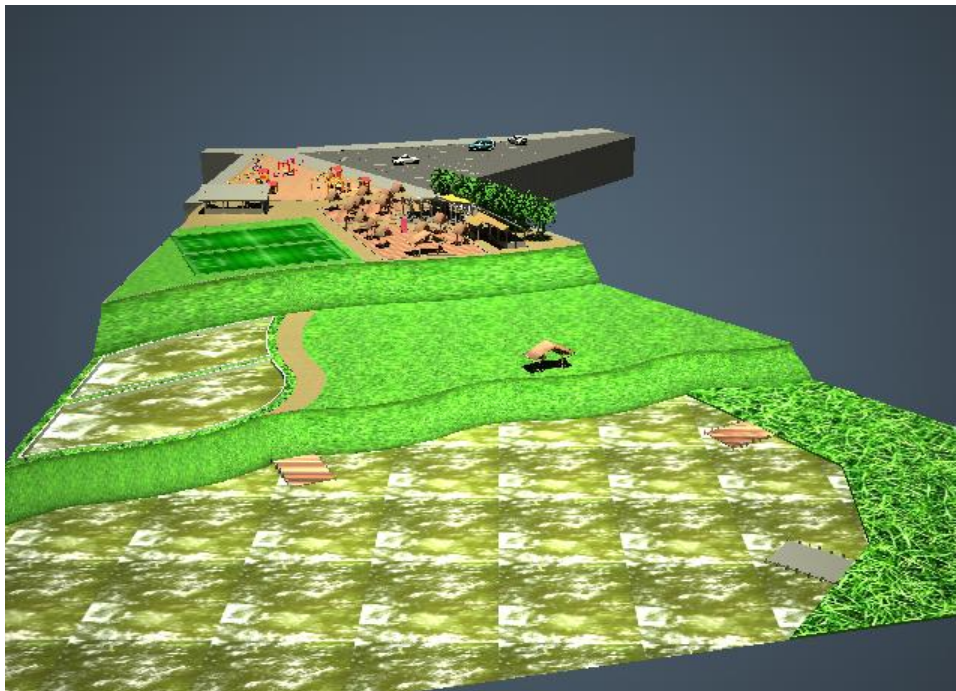
Fuente: Elaborado por Ing. Fabián Medina.

Gráfico 23 Vista Laguna



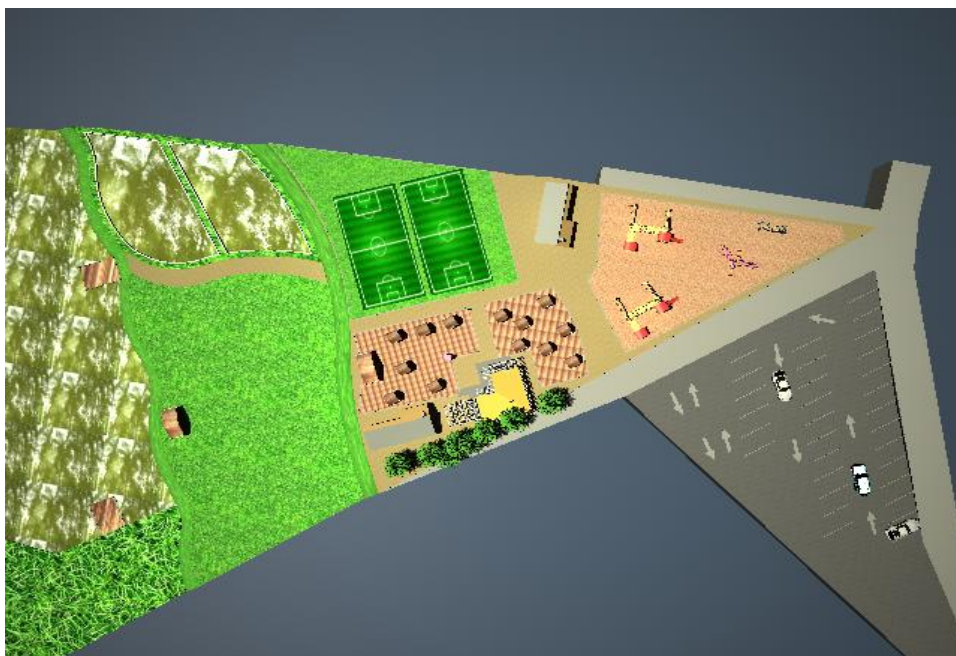
Fuente: Elaborado por Ing. Fabián Medina.

Gráfico 24 Vista Parqueadero.



Fuente: Elaborado por Ing. Fabián Medina.

Gráfico 25 Vista Lagunas.



Fuente: Elaborado por Ing. Fabián Medina.

Gráfico 26 Vista completa Paradero Turístico.

3.5. Requerimiento de obras físicas.

Después de la distribución del área, se realiza los presupuestos para la inversión que será necesaria para el paradero turístico.

Tabla 38 Requerimiento de obras físicas.

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
PRELIMINARES				
REPLANTEO Y NIVELACIÓN	M2	8.000,00	0,24	1.920,00
LIMPIEZA VEGETAL	M2	8.000,00	0,29	2.320,00
RETIRO DE TOCONES	U	10,00	4,41	44,10
RETIRO DE ESCOMBROS Y DESPERDICIOS	M3	10,00	4,90	49,00
LIMPIEZA DE VIDRIOS	M2	144,00	0,67	96,48
RETIRO DE CUBIERTAS EN MAL ESTADO	M3	180,00	2,35	423,00
MOVIMIENTO DE TIERRAS				
EXCAVACIÓN A MAQUINA EN TERRENO NATURAL	M3	1.203,00	1,54	1.852,62
EXCAVACIÓN A MANO EN TERRENO NATURAL	M3	60,00	7,58	454,80
RELLENO COMPACTADO	M3	1.254,85	2,39	2.999,09
LETRINAS PUBLICAS CON POZO SÉPTICO CON PROCESO DE DESCOMPOSICIÓN	U	3,00	397,03	1.191,09
ESTRUCTURA				
REPLANTILLO F'C=140 KG/CM2	M3	40,00	93,97	3.758,80
HORMIGÓN SIMPLE F'C=210KG/CM2 PARA GRADAS INCLUYE ENCFRADO	M3	2,49	126,95	316,11
HORMIGÓN SIMPLE F'C=210KG/CM2 PARA PISCINA INCLUYE ENCOFRADO	M3	20,00	142,52	2.850,40
BORDILLO DE H.S 210Kg/cm2 (H=28cm, A=64cm L=50cm ICO	ML	250,65	18,43	4.619,48
MALLA ELECTRO SOLDADA	M2	300,10	3,82	1.146,38
JUNTAS DE PVC 15CM	ML	150,00	14,98	2.247,00
MAMOSTERÍA Y CUBIERTAS				
MAMOSTERÍA DE BLOQUES E=15CM	M2	520,35	10,58	5.505,30
CUBIERTAS DE ETERNIT	M2	90,00	10,07	906,30
REVESTIMIENTOS				
PINTURA DE PARQUEADEROS	ML	110,00	2,03	223,30
PINTURA PERMALATEX	M2	240,00	2,85	684,00
ADOQUINADO DE COLORES	M2	210,00	14,22	2.986,20
CERÁMICA PARA ÁREAS CUBIERTAS	M2	80,00	16,05	1.284,00
PINTURAS DE PUERTAS	M2	5,67	4,15	23,53
MOBILIARIO				
MUELLE DE MADERA	U	3,00	64,04	192,12
MESAS DE MADERA ÁREA DE COCINA	U	12,00	67,80	813,60
GARITA DE GUARDIA	U	2,00	36,87	73,74
TARABITA INCLUYE CABLES TESORES E INSTALACION (2 ESTACIONES)	U	1,00	865,00	865,00
VARIOS				
CERRAMIENTO DE MALLA GALVANIZADA	ML	199,00	28,05	5.581,95
CERRAMIENTO DE ALAMBRE DE PUAS	ML	260,00	3,20	832,00
PISO DE CASCARILLA (COCO PARTIDO H=10CM) EN EL ÁREAS DE JUEGOS PARA NIÑOS	M2	203,00	6,63	1.345,89
JUEGOS INFANTILES(SUBI-BAJA, RESBALADERA-COLUMPIOS,ESCALERA CHINA)	U	1,00	1.208,72	1.208,72
PUERTAS DE INGRESO MALLA GALVANIZADA	U	2,00	91,18	182,36
RUBROS DE IMPACTO AMBIENTAL				
AGUA PARA CONTROL DE POLVO	M3	5,00	2,98	14,90
Charlas de capacitación al personal (Manejo ambiental y Seguridad Industrial)	u	3,00	177,15	531,45
ICO				
LIMPIEZA DE DERRAMES POR PREPARACION DE HORMIGONES	M2	19,00	1,56	29,64
EQUIPO DE PROTECCION PERSONAL	U	6,00	59,16	354,96

Continúa tabla →

CONOS H=60CM	U	4,00	12,14	48,56
CINTA DE SEÑALIZACION Y RESTRICION (PELIGRO)	ROLLO	6,00	3,49	20,94
AREA DE RECOLECCION DE ESCOMBROS Y CONTROL DE RESIDUOS DE PINTURA	M3	1,00	3,19	3,19
TOTAL:				50.000,00

Fuente: Elaborado por Ing. Fabián Medina.

3.6. Requerimiento mano de obra

Entre los requerimientos de mano de obra tomamos en cuenta los salarios de cada uno de los empleados, estos deberán estar dentro las condiciones de la ley que actualmente rige en el país.

Tabla 39 Requerimiento mano de obra

CARGO	VACANTES	REMUNERACION MENSUAL		REMUNERACION ANUAL
		UNITARIA	TOTAL.	
Gerente	1	\$500.00	\$500.00	\$ 6.000
Especialista de cocina.	1	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 4.320
Ayudante de cocina	2	\$360.00	\$ 720.00	\$ 8.640
Mesero	2	\$ 360.00	\$ 720.00	\$ 8.640
Recepcionista	1	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 4.320
Contadora	1	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 4.320
Servicios múltiples.	2	\$ 360.00	\$ 720.00	\$ 8.640
		TOTAL	\$ 3.740	\$44.880

Las leyes ecuatorianas son muy claras con respecto a los trabajadores, los sueldos deben estar dentro de salarios vigentes, y adicional a esto los beneficios sociales a los que tienen derecho.

Tabla 40 Beneficios sociales del personal.

N	Cargo	Mensual	Anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	less	Fondo de reserva	Total año1	Total año 2
1	Gerente	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 340,00	\$ 250,00	\$ 729,00	\$ 500,00	\$ 7.819,00	\$ 8.319,00
2	Especialista de cocina	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 340,00	\$ 180,00	\$ 524,88	\$ 360,00	\$ 5.724,88	\$ 6.084,88
3	ayudante de cocina 1	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 340,00	\$ 180,00	\$ 524,88	\$ 360,00	\$ 5.724,88	\$ 6.084,88
4	ayudante de cocina 2	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 340,00	\$ 180,00	\$ 524,88	\$ 360,00	\$ 5.724,88	\$ 6.084,88
5	mesero 1	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 340,00	\$ 180,00	\$ 524,88	\$ 360,00	\$ 5.724,88	\$ 6.084,88
6	mesero 2	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 340,00	\$ 180,00	\$ 524,88	\$ 360,00	\$ 5.724,88	\$ 6.084,88
7	repcionista	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 340,00	\$ 180,00	\$ 524,88	\$ 360,00	\$ 5.724,88	\$ 6.084,88
8	contadora	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 340,00	\$ 180,00	\$ 524,88	\$ 360,00	\$ 5.724,88	\$ 6.084,88
9	servicios múltiples 1	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 340,00	\$ 180,00	\$ 524,88	\$ 360,00	\$ 5.724,88	\$ 6.084,88
10	servicios múltiples 2	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 340,00	\$ 180,00	\$ 524,88	\$ 360,00	\$ 5.724,88	\$ 6.084,88
									\$ 59.342,92	\$ 63.082,92

3.7. Requerimiento de planta y equipo.

Tabla 41 Requerimiento de planta y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO				
Concepto	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Maquinaria				3.643
Congelador	1	unidad	310	310
Refrigerador Industrial	1	Unidad	600	600
Cocina Industrial.	1	Unidad	900	900
Microondas	2	Unidad	89	178
Extractor de olores	1	Unidad	120	120
Purificador de agua	1	Unidad	95	95
Extractor de Jugos industrial	1	Unidad	50	50
Licadora Industrial	1	Unidad	140	140
Mesa de Acero Inoxidable	1	Unidad	750	750
Batería de cocina	1	Unidad	500	500
Equipo de Cómputo				454
Computadora	1	Unidad	390	390
Impresora Canon	1	Unidad	64	64
Equipo y Muebles de Oficina				607
Teléfono inalámbrico	1	Unidad	125	125
Silla	2	Unidad	42	84
Escritorio	2	Unidad	97	194
Archivador (4 gavetas)	2	Unidad	102	204
Total maquinaria y equipo				4.704

3.10. Requerimiento materia prima, e insumos para servicio.

Tabla 42 Requerimiento materia prima, e insumos para servicio.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor semanal	Valor mensual	Valor anual
papas	Quintal	2	13	26	104	1248
huevos	Cubeta	5	3	15	60	720
chorizo	Libra	10	1,35	13,5	54	648
aguacate	Ciento	1	40	40	160	1920
cebolla paiteña	Quintal	1	21	21	84	1008
limón	Saco	00-ene	22	11	44	528
sal	Quintal	1	30	30	120	1440
tomate	CAJA	2	14	28	112	1344
maíz	Quintal	1	45	45	180	2160
cebolla blanca	Atado	10	0,8	8	32	384
Lechuga	Saco	1	6	6	24	288
Cuy	Unidad	20	7	140	560	6720
Chancho	Unidad	1	120	120	480	5760
Borrego	Unidad	1	80	80	320	3840
Mote	Quintal	1	40	40	160	1920
Verde	Racimo	2	7	14	56	672
Gallina	Unidad	10	8	80	320	3840
Arroz	Quintal	1	45	45	180	2160
Queso	Unidad	10	1,25	12,5	50	600

Continúa Tabla →

Col	Quintal	1	10	10	40	480
Zanahoria	Quintal	1	5,5	5,5	22	264
Choclo	Quintal	1	25	25	100	1200
TOTAL				815,5	3262	39144
Gatos especies				86	344	4128
TOTAL				901,5	3606	43272

Proyecciones para los siguientes años

Tabla 43 Proyección insumos y materia prima

Años	Gasto Anual
2015	43921,08
2016	44579,8962
2017	45248,59464
2018	45927,32356

3.12. Calendario de ejecución del proyecto

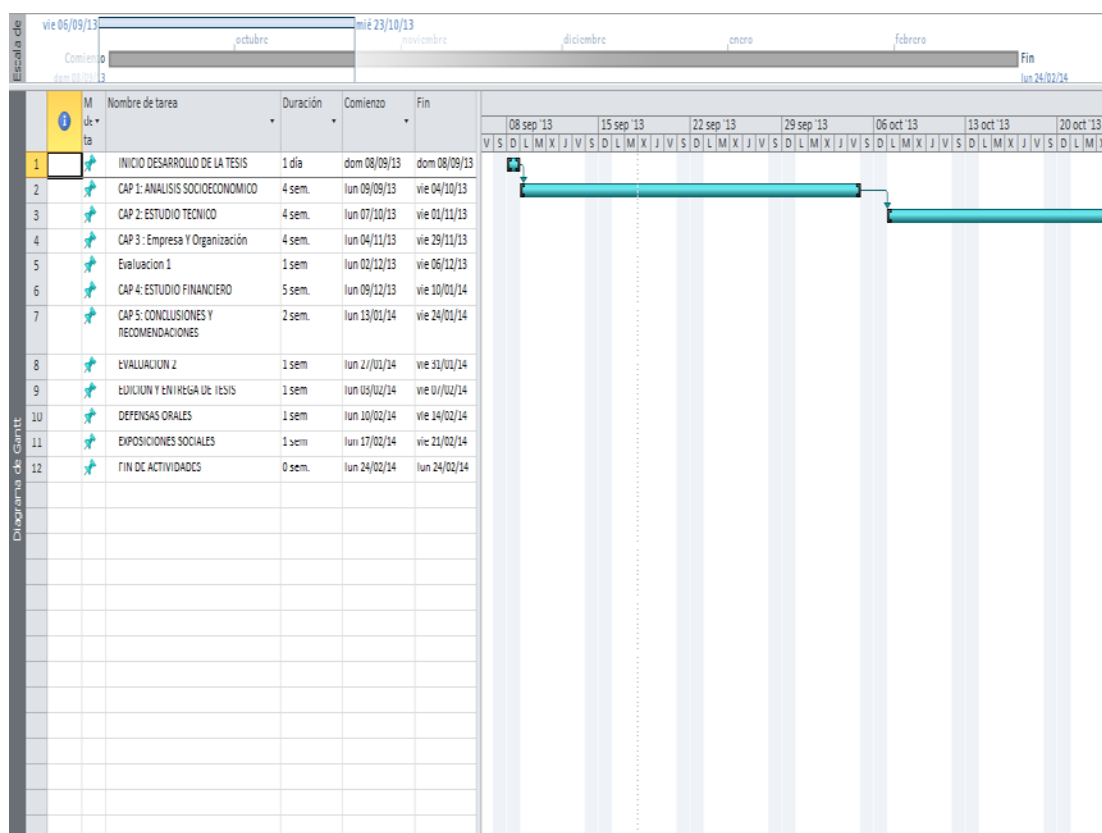


Gráfico 27 Calendario de Actividades.

3.13. Estudio de impacto ambiental.

Tabla 44 Impacto Ambiental

AGUA PARA CONTROL DE POLVO

Charlas de capacitación al personal (Manejo ambiental y Seguridad Industrial) ICO

LIMPIEZA DE DERRAMES POR PREPARACION DE HORMIGONES

EQUIPO DE PROTECCION PERSONAL

CONOS H=60CM

CINTA DE SEÑALIZACION Y RESTRICCION (PELIGRO)

AREA DE RECOLECCION DE ESCOMBROS Y CONTROL DE RESIDUOS DE PINTURA

CAPÍTULO IV

4. EMPRESA Y ORGANIZACIÓN

4.1. La Empresa y su organización.

La empresa es un conjunto de personas y medios con los cuales se pueden conseguir diferentes objetivos, para poder cumplir con estos objetivos es necesario contar con una organización para que controle y coordine coherentemente las personas y los medios que conforman la misma. La empresa es creada con el propósito de satisfacer al cliente con la producción de un bien o servicio, por medio de la empresa se comercializa el producto o servicio.

Existen factores esenciales para la creación de la empresa:

- **Tierra:** incluye el conjunto de recursos naturales imprescindibles para la producción.
- **Trabajo:** los seres humanos son parte fundamental ya que sin su esfuerzo y dedicación la empresa no podría funcionar.
- **Capital:** en pocas palabras el capital es el patrimonio con el que cuenta la empresa incluye bienes o derechos que la empresa tiene.

Hay tres etapas para el funcionamiento de una empresa:

- Entradas o Inputs.
 - Aportaciones de capital.
 - Energía.
 - Trabajadores para desarrollar las actividades.
- Actividades internas, de transformación o prestación de servicio.
 - Prestación de servicio.
 - La organización interna de los recursos humanos.
- Salidas o llamadas también Outputs.
 - Diferentes servicios para ofrecer al cliente.
 - Remuneración a los trabajadores.
 - Pago de dividendos.

La empresa siempre debe estar dispuesta a la innovación es decir producir cambios, en todos sus sistemas tanto productivos como comerciales sin dejar a un lado los organizativos, esto garantizará el presente y el futuro que la empresa espera.

4.2 Base Legal

4.2.1 Nombre o Razón Social

PARADERO TURÍSTICO “SAN ANTONIO DE PASA”

Razón social es el nombre con el cual se constituye una empresa, mismo que aparecerá en los documentos legales posterior a su constitución. A través de este nombre la empresa se da a conocer, este es su atributo legal el cual aparecerá en la escritura en donde conste la creación de la misma. La razón social se utiliza a través de nivel formal, administrativo y jurídico.

4.2.2. Logotipo

Según Wikipedia logotipo es un elemento gráfico que identifica a una entidad ya sea pública o privada.

“Más es menos” es uno de los refranes que se escucha y que generalmente se aplica a muchos logotipos ya que la simplicidad puede causar un mayor impacto en el consumidor.

Para definir un logotipo es importante tener en cuenta lo siguiente:

- Legible: hasta el tamaño más pequeño.
- Escalable: a cualquier tamaño requerido.
- Reproducible: sin restricciones materiales.
- Distinguible: tanto en positivo como en negativo.
- Memorable: que impacte y no se olvide fácilmente.



Gráfico 28 Logotipo de la empresa

4.2.3 Slogan

Es la frase con la cual se distinguen de otros lugares con similares servicios, esta frase debe ser fácil de recordar. Para una buena elaboración de esta frase se aplica “Menos es más”

“DISFRUTA DE LA MARAVILLA QUE ES CONVIVIR CON NUESTRA NATURALEZA”

4.2.4. Titularidad de la propiedad de la empresa

Debido que la propiedad en que se va a desarrollar el actual proyecto pertenece a la Junta Parroquial de San Antonio de Pasa, por ende pertenece al Estado y es considerado como un bien público, el mismo que para poder ser utilizado por la comunidad con un objetivo de autogestión y de desarrollo para la misma, la asesoría legal considera que la mejor vía para poder legalizar el actual proyecto es recurrir al Comodato, el mismo que consiste en que la Junta Parroquial cede a la comunidad el terreno por un tiempo de 20 años, tiempo en el cual puede ser utilizado para los fines

consiguientes, más una vez terminado el tiempo mencionado la propiedad regresa a manos de la Institución que dono por el tiempo establecido.

4.2.5. Tipo de empresa.

El paradero Turístico “San Antonio” se ubica en el sector turismo, ofrece principalmente turismo de aventura en el área de recreación y en el área de restaurante ofrece platos típicos de la región. Actualmente el Turismo se ha vuelto muy rentable en el país, y representa un alto porcentaje en la economía del país. Por parte del gobierno la inversión en este sector ha ido en aumento ya que las vías de acceso en casi todo el país son de primer orden. Esto hace que aumente la demanda de turistas ya que con las vías de acceso en buen estado disminuye el tiempo de viaje también. Como el turismo se ha vuelto una gran inversión, muchas entidades han empezado grandes inversiones en este sector.

4.3. Base filosófica.

Existen varios elementos filosóficos que son parte fundamental de la empresa, por medio de estos se definen diferentes estrategias competitivas que formarán parte de la empresa.

4.3.1. Visión.

VISIÓN 2018

DESTACAR COMO UNO DE LOS PARADEROS TURÍSTICOS MAS RECONOCIDOS DE LA PROVINCIA DEL TUNGURAHUA, INTEGRANDO A LA COMUNIDAD EN EL PROYECTO.

4.3.2. Misión.

MISIÓN 2014

OFRECER UN SERVICIO DE CALIDAD BASADO EN EL CUIDADO DE LA NATURALEZA, EL BUEN USO DE SUS PRODUCTOS, CREANDO ASI UN AMBIENTE SANO, DE DESCANSO Y ESPARCIMIENTO PARA SER DISFRUTADO EN FAMILIA O EN COMUNIDAD.

4.3.3. Estrategia empresarial

Esta empresa está orientada a prestar servicios de calidad con originalidad a sus turistas, sus servicios de turismo y restaurante son diferentes a la competencia, ya que para lograr esto ha realizado inversiones para el estudio de mercado e investigar minuciosamente a su competencia. Estas acciones se seguirán para hacer alcanzables los objetivos estratégicos que la empresa se ha planteado.

4.3.3.1. Ventaja competitiva.

En el mercado actual nadie garantiza un buen posicionamiento a futuro, para esto es un trabajo largo de ardua labor en conjunto con la comunidad del sector, se diferenciará de otros centros gracias a que los proveedores serán personas de la comunidad, esto garantizará productos de primera a precios sin competencia.

4.3.3.2. Estrategia de competitividad.

Superar las expectativas de los consumidores, dejando la expectativa de querer volver a este lugar, estimando valores razonables para el área intangible. Esta empresa turística aplicará una estrategia de diferenciación, ya que esta empresa se fusionará con agencias turísticas ofreciendo alianzas estratégicas para dar a conocer el paradero turístico a nivel nacional. En la actualidad el internet es uno de los medios más visitados en el mundo y al que más acceso tienen la mayoría de la humanidad, para esto se creará una página web del centro turístico para ofertar los servicios del mismo.

4.3.3.3. Estrategia de crecimiento.

Para mantener un crecimiento constante es necesario mantener el nivel del servicio turístico, manteniendo una innovación constante y ofreciendo servicios de variedad en el sector del turismo. Entre las estrategias de crecimiento se puede decir que la publicidad es una estrategia importante para dar a conocer el centro turístico, esta publicidad debe ser clara y novedosa para que capte la atención del cliente.

4.3.4. Objetivos estratégicos.

Como toda empresa, ésta tiene objetivos que debe cumplir, estos objetivos deben justificar la inversión que se realizará en el paradero. Este paradero está ubicado en

medio del páramo ambateño esto nos da una mejor ubicación del resto de paraderos, ya que está alejado del ruido y el bullicio justo en una área de descanso conectado con la naturales.

Los objetivos estratégicos son:

- Mantener una rentabilidad del primer año de 25% anual y cada año ir en aumento para justificar la inversión.
- Mantener la ubicación.
- Mantenerse como número uno en el sector, manteniendo su calidad y buen servicio.
- Alianzas estratégicas.
- Optimizar recursos.
- Innovar recursos.
- Incrementar la visita de clientes cada año.

4.3.5. Principios y valores

En todas las empresas tanto pequeñas como grandes el pilar fundamental para que la estabilidad se mantenga son los principios y valores que la misma aplique y mantenga ya que estos influyen en la forma en que la empresa logra sus objetivos.

4.3.5.1. Principios.

- El turista es quien siempre manda en este tipo de empresas, es por eso que la empresa estará presta a escuchar todas las exigencias que el turista realice para mantener un servicio de calidad.
- Satisfacer las necesidades del turista al 100% ya que ellos son la razón de ser del proyecto.
- La confianza es uno de los principales principios ya que acerca al cliente con la empresa.
- Mejoramiento continuo ya que crea un vínculo entre la empresa la cultura interna y el crecimiento personal y organizacional.
- Proporcionar servicios innovadores, competencia en los precios y servicio de calidad.

- Fomentar el trabajo en equipo. Ya que esto permitirá trabajar juntos por cumplir un mismo fin.

4.3.5.2. Valores.

- Respeto
- Honestidad.
- Compromiso.
- Lealtad.
- Respeto a la comunidad.
- Calidad.
- Verdad.
- Equidad.
- Responsabilidad.

4.4. La Organización.

Los procesos son quienes conforman la estructura organizacional de la empresa, cualquiera que sea su actividad económica esta deberá tener su organización, de acuerdo a los factores propios que constituyan la empresa.

4.4.1. La estructura orgánica.

El paradero turístico san Antonio estará establecido por niveles jerárquicos:

- Estratégico.
- Operacional.

En los niveles jerárquicos forman parte las personas que se encargan del control, dirección y desarrollo de la organización. En los niveles Operacionales forman parte los colaboradores que tienen contacto directo con los clientes es decir son quienes interactúan directamente ofreciendo el servicio de calidad al cliente.

4.4.2. Descripción de funciones.

Gerente:

- Representante legal de la empresa.

- Cuida el cumplimiento de los procedimientos internos.
- Atender las quejas de los clientes, así como sus recomendaciones.
- Solucionar conflictos dentro de la empresa.
- Estar pendiente de las capacitaciones a los empleados.
- Evaluar el desempeño de los colaboradores.
- Mantener contacto con los proveedores.
- Aprobar y firmar desembolsos.
- Realizar cobros a clientes.
- Realizar informes a la comunidad con respecto al desenvolvimiento de la empresa.

Perfil del gerente:

- formación de tercer nivel en áreas de administración.
- Manejo de programas informáticos.
- Dinámico.
- Líder
- Creativo
- Buena comunicación.

Especialista de cocina.

- Realizar requerimientos de cocina.
- Supervisar el estado de los insumos.
- Preparar los alimentos.
- Adecuar los utensilios.
- Atender requerimientos especiales.
- Mantener el orden y la limpieza del lugar de trabajo.

Perfil especialista de cocina.

- Persona con conocimientos de artes culinarias.

- Capacitación en limpieza y organización de cocina.
- Organizado.
- Atento.
- Dinámico.

Ayudante de cocina.

- Mantener el orden de los productos en estanterías y refrigeración.
- Tener siempre listos los instrumentos de cocina.
- Mantener la limpieza en el sitio de trabajo.
- Realizar listas semanales de los productos faltantes.
- Realizar las actividades que le solicite el especialista de cocina.

Perfil del ayudante de cocina.

- Formación académica.
- Capacitación sanitaria.
- Organizado
- Cuidadoso.
- Educado.
- Dinámico.
- Receptivo.

Recepcionista.

- Atender directamente al cliente.
- Receptar las llamadas.
- Atender reservaciones.

Perfil de la recepcionista.

- Mujer
- Formación académica.

- Buenas relaciones humanas.
- Mantener una buena presencia.
- Manejo de computadora.
- Manejo de líneas telefónicas.
- Dinámica.
- Organizada.
- Respetuosa.
- Amable.

Contadora.

- Llevar registros contables de la empresa.
- Realizar arqueos de caja diarios.
- Mantener en orden la documentación que el SRI solicita.
- Realizar todos los trámites contables que el estado exige.

Perfil de la contadora.

- Mujer.
- Formación académica.
- Conocimientos de contabilidad.
- Instrucción de manejo de formularios tributarios.
- Buena presencia.
- Dinámica.
- Activa.
- Organizada.
- Respetuosa.
- Trabajo bajo presión.

Mesero.

- Realizar el montaje de las mesas.
- Mantener el orden en el comedor.

- Asignar las mesas a los clientes.
- Conocer el menú y las guarniciones para ofrecer al cliente.
- Sugerir a los clientes los platos del día o las especialidades.
- Pedir y realizar pedidos de las órdenes.
- Trasladar los platos de la cocina a la mesa y viceversa.
- Llevar a la orden de pago del cliente.
- Atender las solicitudes del cliente.

Perfil del mesero.

- Formación académica.
- Capacitación sanitaria.
- Manejo adecuado de utensilios.
- Buena presencia.
- Persuasivo.
- Rapidez.
- Amable.
- Comunicativo.
- Intuitivo.

Servicios múltiples.

- Realizar compras requeridas
- Ayudar en el parqueadero.
- Mantener el orden y la limpieza en el establecimiento.
- Cuidar del área ecológica.
- Estar presto a atender cualquier requerimiento.

Perfil de servicios múltiples.

- Formación académica.
- Capacitación sanitaria.
- Fuerza física.

- Dinámico.
- Respetuoso.
- Amable.
- Comunicativo.

4.4.3. Organigrama estructural.

Para representar el orden jerárquico de la organización de la empresa se elabora el siguiente gráfico:

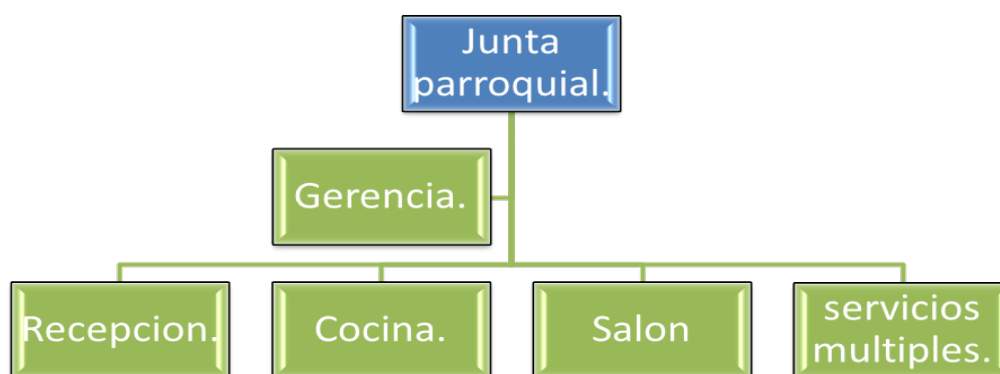


Gráfico 29 Organigrama Estructural.

La estructura de la organización del Paradero Turístico San Antonio de Pasa está determinada de acuerdo a la importancia de la actividad de cada una de las personas e instituciones como es el caso de la Junta Parroquial de la Parroquia, misma que dona los terrenos en comodato con el fin de incrementar el desarrollo social, económico y turístico del sector, luego la administración con el gerente que es representante de la comunidad quien se encargara de direccionar y dar seguimiento a las diferentes áreas de la organización.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción.

Con el estudio financiero se puede evaluar las inversiones necesarias basadas en el ingreso y egreso del proyecto. Con esta evaluación se podrá definir la viabilidad del proyecto.

5.2. Presupuesto

Los presupuestos dan una clara idea de los cálculos para la estimación de ingresos y gastos, y de todas las actividades económicas para un periodo determinado de la empresa.

5.2.1. Presupuesto de inversión

El presupuesto de inversión es la cantidad con la cual la empresa empezará sus actividades, es decir corresponde a una descripción de los requerimientos que se necesitará para dar inicio el proyecto.

Los rubros que se deberá tomar en cuenta son:

- Requerimientos para la instalación, construcción del proyecto y montaje del mismo.
- Recursos financieros que también son llamados capital de trabajo.

5.2.1.1 Activos Fijos

Para la ejecución de este proyecto es necesario contar con diferentes activos fijos. Los bienes materiales que serán necesarios adquirir para dar inicio al proyecto.

Tabla 45 Activos Fijos.

TERRENO Y OBRA CIVIL				
Concepto	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Terreno	10.637,32	m ²	1	10.637,32
Obra Civil y Construcción	10.637,32	m ²	4,70	50.000,00
Total			5,70	60.637,32
MAQUINARIA Y EQUIPO				
Concepto	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Maquinaria				3.643
Congelador	1	unidad	310	310
Refrigerador Industrial	1	Unidad	600	600
Cocina Industrial.	1	Unidad	900	900
Microondas	2	Unidad	89	178
Extractor de olores	1	Unidad	120	120
Purificador de agua	1	Unidad	95	95
Extractor de Jugos industrial	1	Unidad	50	50
Licadora Industrial	1	Unidad	140	140
Mesa de Acero Inoxidable	1	Unidad	750	750
Batería de cocina	1	Unidad	500	500
Equipo de Cómputo				454
Computadora	1	Unidad	390	390
Impresora Canon	1	Unidad	64	64
Equipo y Muebles de Oficina				607
Teléfono inalámbrico	1	Unidad	125	125
Silla	2	Unidad	42	84
Escritorio	2	Unidad	97	194
Archivador (4 gavetas)	2	Unidad	102	204
Total maquinaria y equipo				4.704

De acuerdo al estudio y análisis de la obra civil, se sustenta la cantidad de obra civil y construcción incluyendo trabajos en el terreno, en el cuadro de Requerimiento de obras físicas página 84 mismo que demuestra el total en dólares de la obra. Además es importante acotar que según estudios que realizó el Ing. Civil Fabián Medina en todo el terreno entra remoción de tierra por tanto el trabajo será en toda el área destinada para el proyecto.

El activo fijo como la maquinaria y equipo debe tener su debido mantenimiento cada cierto tiempo para mantenerlos en buen estado.

Tabla 46 Maquinaria y Equipo.

Concepto	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Maquinaria				280
Congelador	1	Anual	35	35
Refrigerador Industrial	1	Anual	35	35
Cocina Industrial.	1	Anual	35	35
Microondas	2	Anual	20	40
Extractor de olores	1	Anual	20	20
Purificador de agua	1	Anual	30	30
Extractor de Jugos industrial	1	Anual	20	20
Licadora Industrial	1	Anual	20	20
Batería de cocina	1	Anual	45	45
Equipo de Computo				150
Computadora	1	Anual	40	40
Impresora Canon	1	Anual	20	20
Muebles de Oficina				290
Teléfono inalámbrico	1	Anual	15	15
Silla	2	Anual	6	12
Escritorio	2	Anual	25	50
Archivador (4 gavetas)	2	Anual	25	50
Total				720

Depreciación.

Los activos fijos son bienes que están al servicio de dicha empresa, por su utilización al paso del tiempo van perdiendo valor, estos bienes tienen un precio inicial que es el precio de compra y también un precio final que es el precio de recuperación, además de la vida útil, dentro de la cual va perdiendo su valor el bien.

- Edificio. : 20 años.
- Mobiliario: 10 años.
- Maquinaria y herramientas: 10 años
- Vehículo de empresa: 5 años.

Tabla 47 Depreciaciones de Activos Fijos.

Concepto	Valor de Adquisición	Vida Útil	Valor Residual	% por Ley	1	2	3	4	5	Valor Acumulado	Valor Libros
Activos Fijos											
Obra Civil y Construcciones	50.000	20	12.500,00	5%	1.875,00	1.875,00	1.875,00	1.875,00	1.875,00	9.375,00	40.625,00
Maquinaria y Equipo	3.643	10	910,75	10%	273,23	273,23	273,23	273,23	273,23	1.366,13	2.276,88
Equipo de Computo	454	3	113,50	33%	113,50	113,50	113,50			340,50	113,50
Muebles de Oficina	607	10	151,75	10%	45,53	45,53	45,53	45,53	45,53	227,63	379,38
TOTAL	54.704		13.676,00		2.307,25	2.307,25	2.307,25	2.193,75	2.193,75	11.309,25	43.394,75

Venta de Activos.

El equipo de computación es lo primero que se devalúa en la empresa ya que su vida útil es de tres años pasado este tiempo su uso se vuelve obsoleto.

Tabla 48 Venta de Activos.

VENTA DE ACTIVOS						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Terreno						
Obra civil y construcción						
Maquinaria y Equipo						
Equipo de Computo				150		
Muebles de Oficina						
TOTAL				150		

Nuevas inversiones.

En el tercer año se adquiere nuevos equipos de computación.

Tabla 49 Nuevas inversiones.

NUEVAS INVERSIONES						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Terreno						
Obra Civil y construcción						
Maquinaria y Equipo						
Equipo de Computo				454		
Muebles de Oficina						
TOTAL				454		

5.2.1.2 Activos Intangibles

Los activos intangibles son un activo identificable, no monetario y que no posee apariencia física, es utilizado en la producción o suministro de bienes y servicios, hoy en día los activos intangibles son tan importantes como los activos tangibles es decir, la evaluación de los conocimientos humanos, la propiedad intelectual, las marcas, son tan importantes como la propiedad, planta y equipo. (Monografías, 2014)

Los activos intangibles son el conjunto de bienes inmateriales que son capaces de generar beneficios económicos futuros para el negocio. Si bien estos activos no se incorporan al conjunto instrumental del proyecto, dotan de una capacidad productiva a la empresa. (Canelos, 2010)

Tabla 50 Activos Intangibles

GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO	VALOR TOTAL
Aprobación de Constitución	450
Publicación extracto	70
Patente Municipal	-
Presupuesto para capacitación	1.800
Registro Mercantil	-
Notaria: anotación Marginal	11
RUC	-
Inscripción en Registro Societario	-
Abogado	280
Permiso de Funcionamiento	50
Registro Sanitario	681
Gasto operacional del préstamo	2.085,93
TOTAL	5.428

Amortización.

La Amortización de los activos intangibles, es diferente a la depreciación de activos fijos, no tienen una vida útil definida, por lo que cada empresa deberá determinar la vida útil de su intangible considerando que esta debe ser la menor entre la vida útil estimada y la duración de su respaldo legal. (Amortización de activos intangibles., 2014)

Tabla 51 AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES

AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES							
Concepto	Valor	% por Ley	1	2	3	4	5
Gastos Preoperativos	5428	0,2	1085,586	1085,586	1085,586	1085,586	1085,586

5.2.1.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo constituye el conjunto de recursos que requiere la empresa para sostenerse en un periodo de tiempo durante el cual no se tendrán ingresos pero se deberá cubrir todos los gastos en los que se planteen incurrir y aquellos que se presenten inesperadamente. (Canelos, 2010)

El capital de trabajo es lo que comúnmente se conoce como activo corriente.

Tabla 52 Capital de Trabajo

Concepto	2014
Total Materia Prima	\$ 43.272,00
Total Salario Anual	\$ 59.342,92
Total Servicios Básicos	\$ 3.120,00
Total Gasto Marketing.	\$ 295,89
Total Materiales y suministros.	\$ 2.492,41
Total Mantenimiento equipos.	\$ 225,00
Imprevistos	\$ 150,00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS.	\$ 108.748,22

El método que vamos a utilizar para calcular la cuantía de la inversión del capital de trabajo es el método de Periodo de Desfase, utilizamos 30 días de desfase ya que cada treinta días se paga proveedores y sueldos a los empleados.

Para realizar este cálculo utilizamos la siguiente formula:

$$K.T = \left(\frac{\text{Costo Total del año}}{360 \text{ días}} \right) * \text{Numero de días del ciclo productivo.}$$

$$K.T = \left(\frac{108.748,22}{360 \text{ días}} \right) * 30 \text{ días.}$$

$$K.T = \$ 9.062,35.$$

5.2.2 Resumen de Inversiones.

Un cronograma de inversión está estructurado en función de los periodos de las inversiones requeridas durante la fase preoperatoria y operativa del proyecto.

Tabla 53 Resumen de inversión

Concepto	Valor en dólares	
Activo Fijo	\$	54.704,00
Activo Intangible	\$	5.428,00
Capital de Trabajo	\$	9.062,35
Total	\$	69.194,35

5.2.3 Presupuesto de operación

Este presupuesto estima los ingresos y gastos que generara la empresa, como resultado de su posicionamiento en el mercado, por medio del cual se podrá establecer los niveles de efectivo y liquidez con los que la empresa contará, con estos resultados se podrá definir la viabilidad de la empresa.

5.2.3.1 Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos es una estimación de las ventas que la empresa puede alcanzar durante un periodo determinado, en función de su capacidad productiva. (Jaime Eslava, 2013)

Tabla 54 Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESO ANUAL EN DOLARES.					
Concepto	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	136.529	138.576	140.655	142.765	144.906
Venta de equipo de computo			150		
TOTAL INGRESOS	136.529	138.576	140.805	142.765	144.906

Presupuesto de ingreso Anual.

Tabla 55 Presupuesto de ingreso ANUAL

Años	Unidades vendidas (paquetes)	Precio de Venta (unidad)	Total Ingresos
1	9.101,904	15	136.528,56
2	9.238,43	15	138.576,45
3	9.377,00	15	140.655,00
4	9.517,66	15	142.764,90
5	9.660,43	15	144.906,45

5.2.3.2 Presupuesto de egresos

Los presupuestos de egresos son herramientas de control y planificación, en la empresa el presupuesto de egresos se concentra exclusivamente en las salidas de dinero que tiene la misma. (La Economía , 2014)

El presupuesto de egresos contempla todos los gastos en los que se estima incurrirá la empresa durante un periodo determinado para cubrir normalmente su actividad productiva. (Jaime Eslava, 2013).

Tabla 56 Presupuesto de egresos

Descripción.	2014	2015	2016	2017	2018
Materia Prima.	\$ 43.272,00	\$ 43.921,08	\$ 44.579,90	\$ 45.248,59	\$ 45.927,32
Salarios	\$ 59.342,92	\$ 63.082,92	\$ 63.082,92	\$ 63.082,92	\$ 63.082,92
Servicios Básicos.	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00
Gastos de Marketing.	\$ 295,89	\$ 295,89	\$ 295,89	\$ 295,89	\$ 295,89
Materiales.	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41
Mantenimiento	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Imprevistos	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Depreciación Anual.	\$ 2.307,25	\$ 2.307,25	\$ 2.307,25	\$ 2.193,75	\$ 2.193,75

Continúa Tabla →

Amortización Anual.	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59
TOTAL EGRESOS	\$ 112.291,06	\$ 116.680,14	\$ 117.338,95	\$ 117.894,15	\$ 118.572,88

5.2.3.3 Estructura de financiamiento

La estructura de financiamiento hace referencia a la forma mediante la cual la empresa se provee de recursos monetarios necesarios para su actividad productiva.

Tabla 57 Estructura de financiamiento

Concepto	Porcentaje%	Valores USD
Recursos Propios	69,50%	\$ 48.090,07
Crédito	30,50%	\$ 21.104,28

Tabla 58 Estructura de financiamiento crédito

Monto del préstamo	\$	21.104,28		
tasa de interés		9,50%		
Plazo en Años		5		
Año	Cuota Capital	Interés Periodo	Cuota Periodo	Saldo.
0				\$ 21.104,28
1	\$ 4.220,86	\$ 2.004,91	\$ 6.225,76	\$ 16.883,42
2	\$ 4.220,86	\$ 1.603,93	\$ 5.824,78	\$ 12.662,57
3	\$ 4.220,86	\$ 1.202,94	\$ 5.423,80	\$ 8.441,71
4	\$ 4.220,86	\$ 801,96	\$ 5.022,82	\$ 4.220,86
5	\$ 4.220,86	\$ 400,98	\$ 4.621,84	\$ -

5.2.3.4 Estado de origen y aplicación de recurso

Tabla 59 Estado de origen y aplicación de recursos

Descripción	Total	Financiamiento	
		Propio 69,50%	Crédito. 30,50%
Obra Civil y Construcción	\$ 50.000,00	\$ 34.750,00	\$ 15.250,00
Equipos.	\$ 4.097,00	\$ 2.847,42	\$ 1.249,59
Mobiliario.	\$ 607,00	\$ 421,87	\$ 185,14
Constitución.	\$ 5.428,00	\$ 3.772,46	\$ 1.655,54
Capital de Trabajo.	\$ 9.062,35	\$ 6.298,33	\$ 2.764,02
TOTAL	\$ 69.194,35	\$ 48.090,07	\$ 21.104,28

5.2.3.5 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es una técnica, que permite encontrar el punto, en el cual los ingresos son iguales a los gastos, es decir, aquel punto en que la empresa no pierde ni gana.

Para el cálculo del punto de equilibrio se aplican las siguientes ecuaciones:

“Punto de Equilibrio en Unidades”

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

“Punto de Equilibrio en Dólares”

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left[\frac{CVT}{IT} \right]}$$

Dónde:

CFT = Costo Fijo Total.

P = Precio de Venta.

CVu = Costo Variable Unitario.

CVT = Costo Variable Total.

IT = Ingreso Total.

Tabla 60 Cálculo Costo Fijo y Variable

	AÑO 1	
	FIJO	VARIABLE
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Materia Prima		43.272,00
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo.	225,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		
Sueldos y Salarios	44.880,00	
Insumo de Oficina	211,30	
Insumos de Limpieza	2.281,11	
Servicios Básicos		3.120,00

Continúa Tabla →

Marketing	295,89	
Imprevistos	150	
GASTO FINANCIERO		
Intereses		2.004,91
TOTAL	48.043,30	48.396,91

Tabla 61 Punto de Equilibrio

Línea de Producto	Unidad de Producción	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Ingreso por Venta	Costo Variable Unitario	Precio de Venta	Punto de Equilibrio en Unidades	Punto de Equilibrio en Dólares
Servicio	9.102	48.043,30	48.396,91	96.440,21	136.528,5	5,32	15,00	4.962	74.425,9

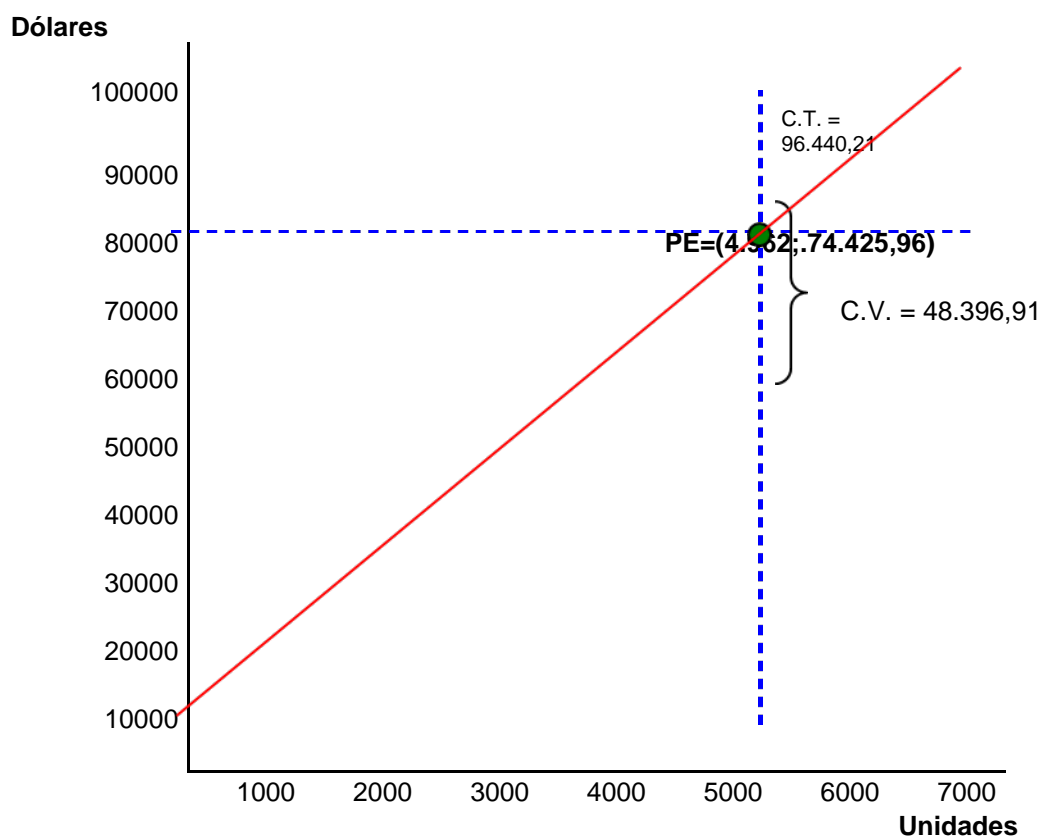


Gráfico 30 Punto de Equilibrio.

$$\frac{4.962}{9101} = 0,5452 \rightarrow 54,52\%$$

$$\frac{74.425,9}{136.528,56} = 0,5452 \rightarrow 54,52\%$$

El porcentaje que resulta de los datos manejados, indica que el 54,52% de las ventas totales proyectadas serán utilizadas para gastos, la diferencia representa la utilidad neta de la empresa.

Para que la empresa este en el punto donde no exista ni perdidas ni ganancias, se deberá vender 4.962 paquetes turísticos, teniendo en cuenta que según aumenta las ventas las utilidades también incrementaran. (Gerencie, 2014)

5.3 Estados financieros

5.3.1 Estado de Resultados

El estado de resultados o también llamado de pérdidas y ganancias es un estado financiero conformado por ingresos, gastos y el beneficio o pérdidas que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

Tabla 62 Estado de Resultados del proyecto

Años	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS	\$ 136.528,56	\$ 138.576,45	\$ 140.805,00	\$ 142.764,90	\$ 144.906,45
EGRESOS					
Inventarios	\$ 43.272,00	\$ 43.921,08	\$ 44.579,90	\$ 45.248,59	\$ 45.927,32
Salarios	\$ 59.342,92	\$ 63.082,92	\$ 63.082,92	\$ 63.082,92	\$ 63.082,92
Servicios básicos	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00
Total Publicidad	\$ 295,89	\$ 295,89	\$ 295,89	\$ 295,89	\$ 295,89
Materiales	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41
Mantenimiento	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Imprevistos	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Depreciación Anual	\$ 2.307,25	\$ 2.307,25	\$ 2.307,25	\$ 2.193,75	\$ 2.193,75
Amortización Anual	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59

Continúa Tabla →

TOTAL EGRESOS	\$ 112.291,06	\$ 116.680,14	\$ 117.338,95	\$ 117.894,15	\$ 118.572,88
UTILIDAD OPERACIÓN	\$ 24.237,50	\$ 21.896,31	\$ 23.466,05	\$ 24.870,75	\$ 26.333,57
INTERES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
U.A.PARTICIPACION.	\$ 24.237,50	\$ 21.896,31	\$ 23.466,05	\$ 24.870,75	\$ 26.333,57
PARTICIPACION 15%	\$ 3.635,63	\$ 3.284,45	\$ 3.519,91	\$ 3.730,61	\$ 3.950,04
U.A.IMPUESTOS	\$ 20.601,88	\$ 18.611,87	\$ 19.946,14	\$ 21.140,14	\$ 22.383,53
IMPUESTOS 22%	\$ 4.532,41	\$ 4.094,61	\$ 4.388,15	\$ 4.650,83	\$ 4.924,38
UTILIDAD NETA.	\$ 16.069,47	\$ 14.517,26	\$ 15.557,99	\$ 16.489,31	\$ 17.459,16

Tabla 63 Estado de Resultados del inversionista.

Años	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS	\$ 136.528,56	\$ 138.576,45	\$ 140.805,00	\$ 142.764,90	\$ 144.906,45
EGRESOS					
Inventarios	\$ 43.272,00	\$ 43.921,08	\$ 44.579,90	\$ 45.248,59	\$ 45.927,32
Salarios	\$ 59.342,92	\$ 63.082,92	\$ 63.082,92	\$ 63.082,92	\$ 63.082,92
Servicios básicos	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00
Total Publicidad	\$ 295,89	\$ 295,89	\$ 295,89	\$ 295,89	\$ 295,89
Materiales	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41	\$ 2.492,41
Mantenimiento	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Imprevistos	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Depreciación Anual	\$ 2.307,25	\$ 2.307,25	\$ 2.307,25	\$ 2.193,75	\$ 2.193,75
Amortización Anual	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59
TOTAL EGRESOS	\$ 112.291,06	\$ 116.680,14	\$ 117.338,95	\$ 117.894,15	\$ 118.572,88
UTILIDAD OPERACIÓN	\$ 24.237,50	\$ 21.896,31	\$ 23.466,05	\$ 24.870,75	\$ 26.333,57
INTERES	\$ 2.004,91	\$ 1.603,93	\$ 1.202,94	\$ 801,96	\$ 400,98
U.A.PARTICIPACION.	\$ 22.232,60	\$ 20.292,39	\$ 22.263,10	\$ 24.068,79	\$ 25.932,59
PARTICIPACION 15%	\$ 3.334,89	\$ 3.043,86	\$ 3.339,47	\$ 3.610,32	\$ 3.889,89
U.A.IMPUESTOS	\$ 18.897,71	\$ 17.248,53	\$ 18.923,64	\$ 20.458,47	\$ 22.042,70
IMPUESTOS 22%	\$ 4.157,50	\$ 3.794,68	\$ 4.163,20	\$ 4.500,86	\$ 4.849,39
UTILIDAD NETA.	\$ 14.740,21	\$ 13.453,85	\$ 14.760,44	\$ 15.957,61	\$ 17.193,31

5.3.2 Flujo neto de fondos

El flujo neto de fondos es un esquema que representa sistemáticamente los costos e ingresos registrados año a año, obtenidos a través de la investigación realizada en el estudio técnico.

Tabla 64 Flujo de fondos neto del proyecto.

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad o pérdida del ejercicio.		\$ 16.069,47	\$ 14.517,26	\$ 15.557,99	\$ 16.489,31	\$ 17.459,16
(+) Depreciación.		\$ 2.307,25	\$ 2.307,25	\$ 2.307,25	\$ 2.307,25	\$ 2.307,25
(+) Amortización.		\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59
(-) Inversión Inicial	\$ (60.132,00)					
(-)Inversión de Reemplazo				\$ 454,00		
(-) Inversión capital de trabajo.	\$ (9.062,35)					
(+) Valor de desecho						\$ 13.676,00
FLUJO NETO DE FONDOS.	\$ (69.194,35)	\$ 19.462,31	\$ 17.910,10	\$ 18.496,83	\$ 19.882,15	\$ 34.528,00

Tabla 65 Flujo de fondos neto del inversionista.

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad o pérdida del ejercicio.		\$ 14.740,21	\$ 13.453,85	\$ 14.760,44	\$ 15.957,61	\$ 17.193,31
(+) Depreciación.		\$ 2.307,25	\$ 2.307,25	\$ 2.307,25	\$ 2.193,75	\$ 2.193,75
(+) Amortización.		\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59	\$ 1.085,59
(-) Inversión Inicial	\$ 60.132,00					
(-)Inversión de Reemplazo				\$ 454,00		
(-) Inversión capital de trabajo.	\$ 9.062,35					
(+)Préstamo	\$ 21.104,28					
(-) Amortización Deuda		\$ 4.220,86	\$ 4.220,86	\$ 4.220,86	\$ 4.220,86	\$ 4.220,86
(+) Valor de desecho						\$ 13.676,00
FLUJO NETO DE FONDOS.	\$ (48.090,07)	\$ 13.912,19	\$ 12.625,83	\$ 13.478,41	\$ 15.016,08	\$ 29.927,78

5.4 Evaluación financiera

Después del análisis de los presupuestos de ingresos, egresos e inversión a continuación se realizara el análisis de la tasa de descuento y los principales indicadores de rentabilidad, con los cuales se podrá determinar la viabilidad del proyecto

5.4.1 Determinación de la tasa de descuento.

Tabla 66 Cálculo de la tasa de descuento.

1. Para el proyecto: financiamiento con recursos propios.

Tasa % Inflación	4,53%
Tasa Pasiva en ahorros	1,41%
Tasa de Riesgo	4,58%
Tasa ajustada por el riesgo	10,52%

2. Para el inversionista: con crédito.

Financiamiento	% Aportación.	Tasa Individual.	Ponderación
propio	69,50%	10,5%	7,31%
Crédito	30,50%	12,0%	3,66%
	100,00%	CPPK=	10,97%

CALCULO DE LA TASA IMPOSITIVA.

Concepto	Porcentaje		
		100%	
Impuesto Renta =	22%	19%	85%
Participación de Trabajadores	15%	15,00%	
	Tasa Impositiva	33,70%	
	Factor Impositivo	66,30%	0,6630

Según los cálculos realizados dan como resultado la TMAR del Proyecto es de 10,52% y la TMAR del inversionista 10,97%.

5.4.2 Evaluación Financiera del Proyecto.

5.4.2.1 Valor Actual Neto

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto, cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos futuros den determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo los flujos de caja futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Dicha tasa de actualización o de descuento es el resultado del producto entre el coste medio ponderado de capital y la tasa de inflación del periodo. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado. (Wikipedia, 2014)

Tabla 67 VAN del proyecto

CALCULO DEL VAN DEL PROYECTO.						
Concepto	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
II	- 69.194,00					
fc		19.462,31	17.910,10	18.496,83	19.882,15	34.528,00
r	10,52%	10,52%	10,52%	10,52%	10,52%	10,52%
(1+r)^n	1,00	1,11	1,22	1,35	1,49	1,65
FCD	- 69.194,00	17.609,76	14.662,78	13.701,71	13.326,00	20.939,54
VAN	11.045,78					

Tabla 68 VAN del Inversionista.

CALCULO DEL VAN DEL INVERSIONISTA.						
Concepto	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
II	- 48.090,07					
fc		13.912,19	12.625,83	13.478,41	15.016,08	29.927,78
r	10,97%	10,97%	10,97%	10,97%	10,97%	10,97%
(1+r)^n	1,00	1,11	1,23	1,37	1,52	1,68
FCD	- 48.090,07	12.536,89	10.252,95	9.863,29	9.902,26	17.784,70
VAN	12.250,02					

5.4.2.2 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de descuento, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza. (Wikipedia, 2014)

Tabla 69 TIR del proyecto

CÁLCULO DE LA TIR DEL PROYECTO.						
- 69.194,00	19.462,31	17.910,10	18.496,83	19.882,15	34.528,00	16,09%

Tabla 70 TIR del Inversionista.

CÁLCULO DE LA TIR DEL INVERSIONISTA.						
- 48.090,07	13.912,19	12.625,83	13.478,41	15.016,08	29.927,78	19,45%

Tabla 71 Comprobación TIR del Proyecto.

CÁLCULO DEL VAN DEL PROYECTO.						
	AÑOS					
Concepto	0	1	2	3	4	5
II	- 69.194,35					
fc		19.462,31	17.910,10	18.496,83	19.882,15	34.528,00
r	16,09%	16,09%	16,09%	16,09%	16,09%	16,09%
(1+r)^n	1,00	1,16	1,35	1,56	1,82	2,11
FCD	- 69.194,35	16.764,44	13.288,85	11.821,74	10.945,67	16.373,64
VAN	0,00					

Tabla 72 Comprobación TIR del Inversionista.

CÁLCULO DEL VAN DEL INVERSIONISTA.						
Concepto	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
II	- 48.090,07					
fc		13.912,19	12.625,83	13.478,41	15.016,08	29.927,78
r	19,45%	19,45%	19,45%	19,45%	19,45%	19,45%
(1+r)^n	1,00	1,19	1,43	1,70	2,04	2,43
FCD	- 48.090,07	11.647,15	8.849,29	7.908,82	7.376,56	12.308,24
VAN	0,00					

5.4.2.3 Razón Beneficio/Costo

La relación beneficio / costo toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto. (Pymes del futuro., 2014)

Tabla 73 Razón Beneficio/Costo del proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO DEL PROYECTO							
Concepto	Años						TOTAL
	0	1	2	3	4	5	
Ingresos Totales		136.528,56	138.576,45	140.655,0	142.764,90	144.906,45	
Egresos	- 69.194,35	108.898	113.287	113.946,1	114.614,81	115.294	
Tasa Dscto		10,52%	10,52%	10,52%	10,52%	10,52%	
VAN Ingresos		123.532,90	113.450,83	104.191,5	95.688,10	87.878,64	524.742,0
VAN Egresos	- 69.194,35	98.533	92.747	84.407	76.821	69.920	353.232,2
RELACIÓN B/C				1,49			

Tabla 74 Razón Beneficio/Costo del Inversionista.

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO DEL INVERSIONISTA							
Concepto	Años						TOTAL
	0	1	2	3	4	5	
Ingresos		136.528,56	138.576,45	140.655,0	142.764,90	144.906,45	
Egresos	- 48.090,07	110.903	114.891	115.149	115.417	115.695	
Tasa Dscto		10,97%	10,97%	10,97%	10,97%	10,97%	
VAN Ingresos		123.032	112.533	102.929	94.145	86.111	518.750,3
VAN Egresos	- 48.090,07	99.940	93.299	84.264	76.111	68.752	374.275,4
RELACIÓN B/C				1,39			

5.4.2.4 Período recuperación de inversión

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión 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.

Tabla 75 Período recuperación de inversión del Proyecto.

Año	Flujo de Fondos	Flujo Actualizado
0	\$ (69.194,35)	\$ (69.194,35)
1	\$ 19.462,31	\$ (49.732,04)
2	\$ 17.910,10	\$ (31.821,94)
3	\$ 18.496,83	\$ (13.325,11)
4	\$ 19.882,15	\$ 6.557,04
5	\$ 34.528,00	\$ 41.085,04

$$PR = \frac{13325,11}{19.882,15} = 0,670 + 4$$

$$PR = 4,670$$

Significa que el periodo de recuperación será 4 años 6 meses

Tabla 76 Período recuperación de inversión del Inversionista.

Año	Flujo de Fondos	Flujo Actualizado
0	\$ (48.090,07)	\$ (48.090,07)
1	\$ 13.912,19	\$ (34.177,88)
2	\$ 12.625,83	\$ (21.552,05)
3	\$ 13.478,41	\$ (8.073,64)
4	\$ 15.016,08	\$ 6.942,44
5	\$ 29.927,78	\$ 36.870,23

$$PR = \frac{8073,64}{15.016,08} = 0,54 + 4$$

$$PR = 4,54$$

El periodo de recuperación para el inversionista será en 4 años cinco meses.

5.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de sensibilidad permite evaluar e identificar el impacto que tendrían ciertos factores desde escenarios hipotéticos generados a través de variaciones de sus principales rubros con la finalidad de medir la magnitud que el proyecto es capaz de soportar antes de que sus indicadores se tornen no rentables. (Canelos, 2010)

En el siguiente cuadro se detalla las cuentas sensibles a cambios, referentes a las variaciones que experimenta TIR.

VAN ORIGINAL DEL PROYECTO. = 11.045,78

TIR ORIGINAL DEL PROYECTO = 16.09%

Tabla 77 Análisis de Sensibilidad.

Crterios	Variación		VAN	TIR	Análisis de sensibilidad.
Incremento Ventas	5%	\$	28.444,31	24,49%	SENSIBLE
Disminución ventas	5%	\$	(22.288,05)	-1,41%	NO SENSIBLE
Incremento en inventarios.	5%	\$	(10.402,90)	5,06%	NO SENSIBLE
Disminución en inventarios	5%		623,88	10,84%	NO SENSIBLE
Incremento Salarios.	5%	\$	(12.600,50)	3,88%	NO SENSIBLE
Disminución salarios	5%	\$	2.821,34	11,96%	NO SENSIBLE

Con este análisis se demuestra que el proyecto planteado es más sensible a los ingresos que a los egresos.

CAPÍTULO VI.

6. GESTIÓN SOLIDARIA DEL PROYECTO.

La gestión solidaria se enfoca principalmente en la sociedad, y su forma de vida, por medio de este canal la comunidad actúa con espíritu emprendedor para lograr cambios significativos en la sociedad. Para el éxito de la gestión solidaria es importante tener en cuenta los lazos comunitarios, los mismos que deberán ser reforzados al igual que la identidad cultural. Este tipo de gestión busca ayudar a un número indefinido de personas impulsando el crecimiento para un mejor estilo de vida, esto implica reconocer su trabajo con un pago justo a su esfuerzo. Para este proyecto se van a definir las necesidades de la comunidad, para buscar un adecuado canal de comunicación y así poder cubrir estas necesidades de las formas más adecuadas.

6.1 Socialización del proyecto.

El presidente de la junta parroquial de San Antonio de Pasa Lic. Rodrigo Flores, con quien se hizo el análisis socio económico de la parroquia organizó una reunión con los moradores de la comunidad, quienes proporcionaron la idea de la creación de un paradero turístico en la parroquia y vincular a la comunidad como proveedores fijos de los insumos para dicho paradero.

Para facilitar el trabajo se nombró un representante de la comunidad, Sr Luis Chango quien junto al presidente de la junta parroquial se mantendrá reuniones para mediciones de los terrenos, definición de precios, productos que se ofrecerá, y las evaluaciones para avances del proyecto.

6.2 Plan de acción.

La Parroquia San Antonio de Pasa busca potencializar el turismo, ya que cuenta con diversidad turística pero no explotada, poniendo esta idea como punto de partida se creará un paradero turístico administrado por la comunidad para brindar mejoras en su beneficio y de esta manera mejorar la calidad de vida en este sector del país.

6.2.1. Responsabilidad social y solidaria.

Después del análisis socio económico del sector se concluye que los sectores más vulnerables son la educación, salud, migración.

6.2.1.1 Salud.

Después de realizar el análisis socioeconómico del sector, se evidencia que la salud es uno de los principales problemas ya que no existe un Hospital en el sector, únicamente disponen de un centro de salud que no cuenta con muchos especialistas y el Hospital más cercano está ubicado a cuarenta minutos del sector.

Para mejorar esta situación se solicitará al ministerio de salud charlas informativas acerca de las ventajas que tendrán al afiliarse al seguro campesino, ya que uno de los problemas también es el costo de las consultas y de los medicamentos.

6.2.1.2. Educación.

El análisis socioeconómico realizado, evidencia la falta de estudio en esta zona, debido que este proyecto será administrado por la comunidad, los cursos de capacitación para las personas que pertenezcan a la empresa se dará por convenios con Universidades del país en donde los estudiantes de los últimos niveles de estudio dirigirán la capacitación acorde a las necesidades y a los campos de estudio que requiera el proyecto, entre los cuales se destaca los siguientes:

- Contabilidad y Administración.
- Atención al cliente.
- Marketing.

6.2.1.3. Migración.

La migración es otro de los graves problemas que existen en este lugar, existe una total desinformación en este ámbito, para esto se buscará crear cada vez más plazas de trabajo e incentivar a trabajar dentro de la comunidad para que no tengan la necesidad de migrar.

6.2.2. Ámbito económico.

San Antonio de Pasa es una de las parroquias rurales del cantón Ambato está conformada por 9 comunidades y las familias son numerosas ya que están conformadas entre 4 y 6 miembros, estas familias se dedican principalmente a la agricultura, ganadería, por esta razón los ingresos de las familias son muy limitados en estas comunidades tanto el hombre como la mujer trabajan como peones y son sus hijos quienes se encargan de las labores de la casa y la cría de animales.

El ingreso promedio diario es de 5 dólares, es decir, que al mes ni siquiera se alcanza al sueldo básico que establece la ley.

Actualmente los cultivos ya no son fuentes de ingresos considerables ya que en muchos casos la falta de clientes hace que se pierda el producto, en otros casos la helada hace perder la cosecha en cualquiera de los casos la inversión es más alta que la rentabilidad. Con este tipo de ingresos mensuales no se puede cubrir las necesidades básicas ni los estudios de los miembros de la familia.

Una estrategia para mejorar la economía de esta comunidad sería vender los productos directamente al consumidor sin intermediarios y con una venta mensual fija, de esta manera ganara tiempo, y dinero el agricultor. Con este proyecto se busca que el agricultor sea proveedor directo del paradero turístico asegurando su venta y su dinero a un precio justo, en donde los dos salen ganando ya que se eliminara los intermediarios.

6.3. Gestión administrativa del proyecto.

La gestión administrativa del proyecto está a cargo de representantes de la comunidad y la junta parroquial del sector, ellos serán quienes tomen decisiones y lleven el control financiero del proyecto. El representante de la parroquia será quien perciba de cerca las necesidades de la parroquia, y a su vez transmita a la junta parroquial las necesidades de la misma.

6.4. Plan de seguimiento y medición.

Actualmente toda empresa que esté dispuesta al cambio es quien lidera el mercado, esta es una estrategia importante ya que da valor a las necesidades del cliente, y para mantener al cliente se debe optimizar recursos y reducir tiempos de

entrega, para una oportuna atención al cliente. Para dar seguimiento y medición, se ha diseñado un plan mismo que se encargará del análisis en tiempos necesarios para la entrega del producto al cliente. Para esto se realizará un análisis de valor agregado AVA, análisis que está compuesto por:

- Actividades que generan valor a la empresa.
- Actividades que generan valor al cliente.
- Actividades que no generan ningún valor.

Tabla 78 Flujoograma de procesos Análisis AVA.

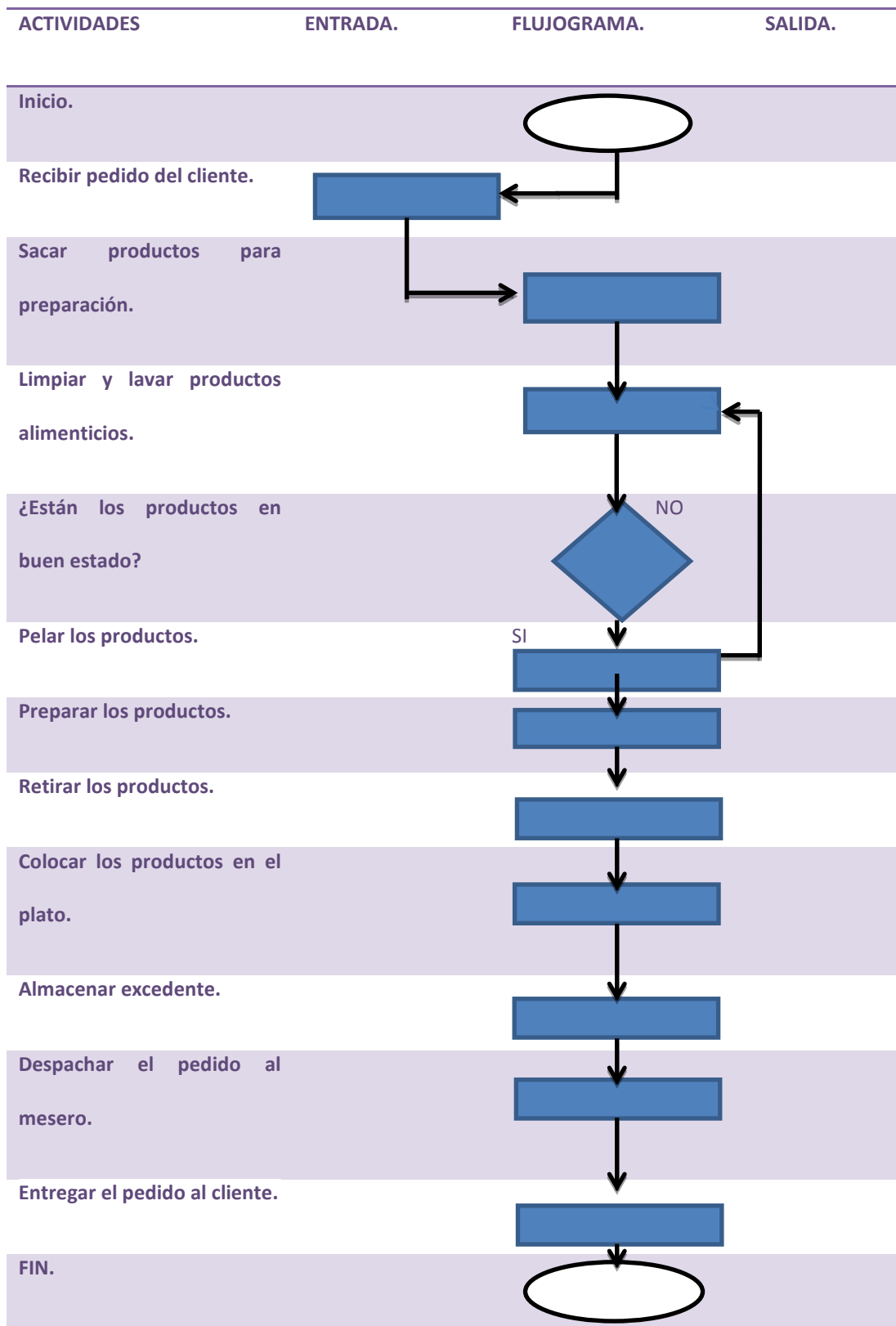


Tabla 79 cálculo del análisis AVA.

ACTIVIDADES	N°	VAC	VAE	P	E	M	I	A	Tiempo calculado en minutos
Inicio.	0								
Recibir pedido del cliente.	1				X				3 minutos.
Sacar productos para preparación.	2			X					5 minutos.
Limpiar y lavar productos alimenticios.	3			X					5 minutos.
¿Están los productos en buen estado?	4								
Pelar los productos.	5			X					2 minutos.
Preparar los productos.	6			X					15 minutos.
Retirar los productos.	7					X			1 minuto.
Colocar los productos en el plato.	8					X			2 minutos.
Almacenar excedente.	9					X			5 minutos.
Despachar el pedido al mesero.	10					X			1 minuto.
Entregar el pedido al cliente.	11		X						1 minuto.
FIN.									
	T	0	1	4	1	4	0	0	40 minutos.

Tabla 80 Valoración calculo AVA

Composición de actividades.			Valoración.		
Código.	Descripción.	N° actividades.	% N° actividades.	Tiempo en minutos.	% de tiempo.
VAC	Valor agregado cliente.	0	0%	0	
VAE	Valor agregado empresa	1	10%	1	2,5%
P	Preparación.	4	40%	27	67,5%
E	Espera.	1	10%	3	7,5%
M	Movimiento.	4	40%	9	22,5%
I	Inspección.	0	0%		
A	Archivo.	0	0%		
T	Total.	10	100%	40 minutos.	100%
Tiempo de valor agregado.				1	
Índice AVA en t(%)				2,5%	
Índice AVA en N° (%)				97,5%	

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

CONCLUSIONES

Una vez realizada la presente investigación se concluye que:

- Si es factible la creación de un paradero turístico en la Parroquia San Antonio de Pasa Provincia del Tungurahua.
- El nuevo paradero turístico provocara nuevas plazas de trabajo, obteniendo de esta manera los recursos necesarios para realizar autogestión y mejoras en el sector.
- La inversión económica para el proyecto, se debe realizar por medio de la Corporación Financiera Nacional, por el interés más bajo del mercado así como también por ser una empresa pública que beneficia a los proyectos comunitarios.
- Las bondades laborales, económicas, sociales, productivas y regionales producto del proyecto serán analizadas a corto plazo.

RECOMENDACIONES.

Por lo analizado y concluido en el presente proyecto se recomienda que:

- La puesta en marcha del proyecto.
- Se realicen alianzas estratégicas con las empresas del sector, lo que permitirá un desarrollo comunitario para su propio bienestar.
- Se exija a la empresa pública una socialización de los recursos naturales que posee el sector.
- Se solicite una auditoria por parte del Gobierno Central a la Junta Parroquial de San Antonio de Pasa ya que los recursos financieros destinados para obra comunitaria no es utilizado en su objetivo.
- Se incentive a la comunidad a unirse a este tipo de proyectos para incrementar su producción y por ende su nivel de vida socio-económica.
- Que se aproveche la infraestructura vial del sector.

Bibliografía

(13 de Enero de 2014). Obtenido de <http://definicion.de/cadena-de-valor/>

Aldaz, L. P. (2011). Creacion de un paradero turistico en la via Baños- Totoras, en la provincia de Tungurahua. En L. P. Aldaz, *Creacion de un paradero turistico en la via Baños- Totoras, en la provincia de Tungurahua* (págs. 11-65). Quito.

Amortizacion de activos intangibles. (03 de March de 2014). Obtenido de <http://www.gerencie.com/amortizacion-de-activos-intangibles.html>

Armstrong, K. y. (2001). Quito.

Armstrong, K. y. (2001). Quito.

Canelos, J. (2010). *Formulacion y evaluacion de un plan de negocios*. Quito.

El Mapa de procesos y Analisis de Procesos clave . (13 de January de 2014). Obtenido de http://www.formatoedu.com/web_gades/docs/2__Mapa_de_Procesos_1.pdf

Gerencie. (17 de March de 2014). Obtenido de <http://www.gerencie.com/punto-de-equilibrio.html>

Heredia, J. I. (2013). Registro de los atractivos turisticos, que se ubican a lo largo de la ciclo via el Arenal- Miraflores y su aporte en el turismo del Canton Ambato. Ambato.

INEC. (17 de March de 2014). *Ecuador en cifras* . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

INEN. (8 de Noviembre de 2013). *Instituto Ecuatoriano de Normalizacion*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/>

Intelectual, I. E. (17 de 11 de 2013). *Instituto Ecuatoriano De Propiedad Intelectual*. Obtenido de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion/>

Internas, S. d. (17 de March de 2014). *Servicios de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Jaime Eslava, J. d. (2013). *Finanzas para el marketing y las ventas*. Madrid: ESCI.

La Economia . (19 de January de 2014). Obtenido de <http://www.laeconomia.com.mx/presupuesto-de-egresos/>

Monografias. (03 de March de 2014). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos22/activos-intangibles/activos-intangibles.shtml>

Plan de manejos de paramos de la parroquia de Pasa. (2009). Obtenido de http://rrnn.tungurahua.gob.ec/uploads/planesManejoOrgs/PMP_PASA.pdf

Pymes del futuro. (17 de March de 2014). Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

Ramiro, C. S. (2010). *Formulacion y Evaluacion de un plan de negocios.* Quito.

Revision., C. 4. (30 de Octubre de 2013). *Clasificacion Industrial Internacional Uniforme .* Obtenido de http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm_4rev4s.pdf

Salazar, J. R. (2010). Formulacion y evaluacion de un plan de negocios. En J. R. Salazar, *Formulacion y evaluacion de un plan de negocios.* Quito.

Wikipedia. (17 de March de 2014). *La Enciclopedia Libre.* Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo_de_caja

Wikipedia. (17 de March de 2014). *La Enciclopedia Libre.* Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Coste_de_oportunidad