

ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**PROYECTO DE GRADUACION PARA LA OBTENCION DEL
TITULO DE INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

**“PROYECTO DE REESTRUCTURACION
ADMINISTRATIVA, TECNICA Y FINANCIERA DEL
COMPLEJO TURISTICO SIERRA TROPICAL DEL
CANTON LATACUNGA.”**

IRMA MARIBEL AVILA GALLO

DIRECTOR: ING. GALO VASQUEZ MSC.

CODIRECTOR: ECO. CARLOS PARREÑO MBA.

LATACUNGA, JULIO DEL 2004

CERTIFICADO

En nuestra condición de Director y Codirector certificamos que la Señorita Irma Maribel Avila Gallo ha desarrollado el proyecto de grado titulado **“PROYECTO DE REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA, TECNICA Y FINANCIERA DEL COMPLEJO TURISTICO SIERRA TROPICAL DEL CANTON LATACUNGA”**, observando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas que regulan esta actividad académica, por lo que autorizamos para que la mencionada señorita reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Facultad de Ciencias Administrativas y proceda a la exposición de su contenido.

Atentamente.-

Ing. Galo Vásquez MSC.

DIRECTOR

Eco. Carlos Parreño MBA.

CODIRECTOR

DEDICATORIA

A Dios, por su infinito amor, por ser guía y compañía cada instante de mi vida.

A mis padres, por su sacrificada labor que día a día lo realizan, por ser ejemplo de rectitud y sabiduría, por su fe depositada en mí.

A mis hermanos: Delia, Susana, Floresmilo, Elena, Marcelo, Angel, Vinicio y Lady, por ser mi apoyo incondicional en las lecciones que da la vida.

AGRADECIMIENTO

Al personal docente de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Politécnica del Ejército sede Latacunga, por sus valiosos conocimientos profesionales impartidos.

Al señor Ingeniero Galo Vásquez, y Economista Carlos Parreño, Director y Codirector respectivamente, por su paciencia y sabiduría compartida, con la que guiaron la culminación del presente proyecto.

A los accionistas del Complejo Turístico Sierra Tropical, por permitir y facilitar la información requerida para la realización de la presente investigación.

INDICE

CONTENIDO	PAGINA	
CAPITULO I		
GENERALIDADES		
1.1	Importancia del tema	1
1.2	Justificación del tema	2
1.3	Objetivos	6
1.4	Características generales del turismo en el Ecuador	7
1.5	Aspectos geográficos de la provincia de Cotopaxi.	17
1.6	Atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi	22
CAPITULO II		
ESTUDIO DE MERCADO		
2.1	Definición del Complejo Turístico Sierra Tropical	26
2.1.1	Usos y especificaciones del servicio	27
2.2	Análisis de la zona a estudiar	30
2.2.1	Macro ambiente	30
2.2.2	Micro ambiente	37
2.3	Consumidor del servicio	39
2.4	Determinación de la demanda	40
2.4.1	Determinación de la demanda histórica	54
2.4.2	Proyección de la demanda histórica	55
2.5	Demanda total esperada	56
2.6	Cuantificación y análisis la oferta	63
2.7	Determinación de la demanda insatisfecha	66
2.8	Análisis de precios	68
2.8.1	Análisis precios competencia	69
2.9	Elasticidad de precio	71

CAPITULO III

ANALISIS SITUACION ACTUAL ADMINISTRATIVA TECNICA Y FINANCIERA.

3.1	Análisis situación administrativa	75
3.2	Análisis de la situación técnica	78
3.3	Edificio e infraestructura	86
3.3.1	Antecedentes	86
3.3.2	Distribución del área	87
3.4	Plano arquitectónico	92
3.5	Mobiliario y equipo	92
3.6	Ingeniería del servicio	95
3.6.1	Referencia del diagrama de procesos	95
3.6.2	Proceso productivo bar	97
3.6.3	Proceso productivo alimentación	99
3.6.4	Proceso productivo recreación	102
3.6.5	Proceso productivo recepciones	105
3.6.6	Proceso de limpieza y mantenimiento	108
3.7	Costos y gastos actuales	111
3.7.1	Mano de obra directa	111
3.7.2	Mano de obra indirecta	111
3.7.3	Equipo de oficina	112
3.7.4	Equipo de recreación	112
3.7.5	Equipo de cocina	113
3.7.6	Equipo de música	113
3.7.7	Muebles y enseres	114
3.7.8	Otra maquinaria y equipo	114
3.7.9	Costos reparación y mantenimiento	115
3.7.10	Seguros y edificios	115
3.8	Inversión de activos fijos	115
3.8.1	Costo del terreno	115
3.8.2	Costo construcciones e infraestructura	116

3.8.3	Costo de instalaciones	116
3.9	Inversión en activos diferidos	116
3.10	Financiamiento	117
3.11	Ingresos actuales	120
3.12	Estructura de costos	121
3.13	Estados financieros	126
3.14	Punto de equilibrio	129

CAPITULO IV

REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA Y TECNICA

4.1	Formulación de la Misión	132
4.2	Visión	132
4.3	Principios corporativos	133
4.4	Valores	134
4.5	Objetivos	134
4.6	Políticas	135
4.7	Reglamento Interno	137
4.8	Estructura de la empresa	150
4.9	Organigramas de la empresa	151
4.9.1	Funciones de la empresa	154
4.10	Estrategias de mercado	163
4.11	Estrategias de comercialización	168
4.12	Reestructuración técnica	172
4.13	Reingeniería de procesos	179

CAPITULO V

REESCTUCTURACION Y EVALUACION FINANCIERA

5.1	Inversión Activos Fijos	182
5.2	Estimación de ingresos y gastos	181
5.3	Estados financieros proyectados	192

5.4	Evaluación financiera	203
5.4.1	Tasa mínima aceptable de rendimiento	203
5.4.2	Valor actual neto	207
5.4.3	Tasa interna de retorno	208
5.4.4	Relación beneficio costo	208
5.4.5	Recuperación del capital	209

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1	Conclusiones	210
6.2	Recomendaciones	212

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA

INDICE DE CUADROS

	CONTENIDO	PAGINA.
Cuadro No. 1	Ingresos por turismo millones de dólares	2
Cuadro No. 2	Llegada de extranjeros al Ecuador	3
Cuadro No. 3	Principales mercados emisores	4
Cuadro No. 4	Extensión de la provincia de Cotopaxi	20
Cuadro No. 5	Variación de la inflación anual	31
Cuadro No. 6	Población del Ecuador y provincia de Cotopaxi	33
Cuadro No. 7	Habitantes por cantones	34
Cuadro No.8	Lista de principales proveedores	38
Cuadro No. 9	Establecimientos encuestados	40
Cuadro No. 10	Tipo de visitante	41
Cuadro No. 11	Procedencia visitantes nacionales	43
Cuadro No. 12	Número de visitantes al mes	44
Cuadro No. 13	Porcentaje niños – adultos	45
Cuadro No. 14	Días de atención	46
Cuadro No. 15	Horario de atención	46
Cuadro No. 16	Precios	47
Cuadro No. 17	Beneficios a grupos	47
Cuadro No. 18	Servicios que ofrece	48
Cuadro No. 19	Porcentaje capacidad utilizada	49
Cuadro No. 20	Capacidad instalada	50
Cuadro No. 21	Servicio de mayor preferencia	51
Cuadro No. 22	Tiempo de funcionamiento	52
Cuadro No. 23	Demanda por año	52
Cuadro No. 24	Precio en los diferentes años	53
Cuadro No. 25	Servicios a implantar	54
Cuadro No. 26	Demanda histórica	55
Cuadro No. 27	Proyección demanda	56
Cuadro No. 28	Población económicamente activa	57

Cuadro No. 29	Porcentaje visitan complejos turísticos	59
Cuadro No. 30	Frecuencia que visita un complejo turístico	60
Cuadro No. 31	Proyección población económicamente activa	61
Cuadro No. 32	PEA proyectada según visita complejos turístico	62
Cuadro No. 33	Demanda esperada total al año	63
Cuadro No. 34	Establecimientos por año	64
Cuadro No. 35	Capacidad instalada en complejos turísticos	65
Cuadro No. 36	Oferta histórica complejos turísticos	65
Cuadro No. 37	Oferta proyectada complejos turísticos	66
Cuadro No. 38	Demanda insatisfecha complejos turísticos	68
Cuadro No. 39	Precio de los competidores	69
Cuadro No. 40	Precio promedio de los principales competidores	70
Cuadro No. 41	Proyección de precios	71
Cuadro No. 42	Variación precio promedio de los competidores	72
Cuadro No. 43	Variación cantidad promedio de los competidores	73
Cuadro No. 44	Elasticidad precio de la demanda	73
Cuadro No. 45	Presupuesto de infraestructura recepción y Restaurante	88
Cuadro No. 46	Presupuesto infraestructura de bodega, hall, cabina, música, bar	89
Cuadro No. 47	Presupuesto infraestructura salón múltiple	90
Cuadro No. 48	Presupuesto infraestructura piscina, baños, reservorio	91
Cuadro No. 49	Presupuesto infraestructura varios	92
Cuadro No. 50	Inventario de bienes muebles	93
Cuadro No. 51	Proceso productivo bar	97
Cuadro No. 52	Proceso productivo alimentación	100
Cuadro No. 53	Proceso productivo recreación	103
Cuadro No. 54	Proceso productivo recepción	106
Cuadro No. 55	Proceso limpieza	109
Cuadro No. 56	Mano de obra directa	111
Cuadro No. 57	Mano de obra indirecta	111

Cuadro No. 58	Equipo de oficina	112
Cuadro No. 59	Equipo de recreación	112
Cuadro No. 60	Equipo de cocina	113
Cuadro No. 61	Equipo de música	113
Cuadro No. 62	Muebles y enseres	114
Cuadro No. 63	Otra maquinaria y equipo	114
Cuadro No. 64	Costo reparación y mantenimiento	115
Cuadro No. 65	Costo del terreno	115
Cuadro No. 66	Costo construcción e infraestructura	116
Cuadro No. 67	Costo de instalaciones	116
Cuadro No. 68	Financiamiento a mediano plazo	117
Cuadro No. 69	Financiamiento a corto plazo	117
Cuadro No. 70	Tabla amortización Banco Pichincha	118
Cuadro No. 71	Tabla de amortización Cooperativa Amazonas	119
Cuadro No. 72	Ingresos de enero a diciembre 2003	120
Cuadro No. 73	Costos directos	121
Cuadro No. 74	Costos indirectos	121
Cuadro No. 75	Gastos administrativos	122
Cuadro No. 76	Gasto ventas	122
Cuadro No. 77	Depreciación activos fijos construcciones	123
Cuadro No. 78	Depreciación activos fijos muebles y enseres	123
Cuadro No. 79	Balance Perdidas y Ganancias 2003	126
Cuadro No. 80	Balance General 2003	128
Cuadro No. 81	Costos fijos	129
Cuadro No. 82	Costos variables	130
Cuadro No. 83	Requerimientos para remodelación de baños	173
Cuadro No. 84	Requerimientos punto de venta	174
Cuadro No. 85	Requerimientos para cancelas	175
Cuadro No. 86	Requerimientos para construcción de piscina	176
Cuadro No. 87	Requerimientos de equipo instalación de piscina	176
Cuadro No. 88	Requerimientos canchas deportivas y juegos	177
Cuadro No. 89	Costos de producción de truchas	178

Cuadro No. 90	Ingresos netos (truchas)	178
Cuadro No. 91	Nuevo proceso productivo de recreación	180
Cuadro No. 92	Inversión en activos fijos	183
Cuadro No. 93	Ventas proyectadas por año	186
Cuadro No. 94	Sueldos y salarios	187
Cuadro No. 95	Costo directo	188
Cuadro No. 96	Gastos mensuales	191
Cuadro No. 97	Estado de Resultados Proyectado	192
Cuadro No. 98	Efectivo – bancos	194
Cuadro No. 99	Costo materia prima mensual	196
Cuadro No. 100	Capital de trabajo	199
Cuadro No. 101	Amortización créditos	200
Cuadro No. 102	Balance General Proyectado	201
Cuadro No. 103	Betas industriales	205
Cuadro No. 104	Beta Sierra Tropical	205
Cuadro No. 105	Tasa mínima aceptable de rendimiento	206
Cuadro No. 106	Valor actual neto y tasa interna de retorno	207
Cuadro No. 107	Periodo recuperación	209

INDICE DE GRAFICOS

	CONTENIDO	PAGINA
Gráfico No. 1	Entrada de personas al Ecuador	3
Gráfico No. 2	Inflación 2003-2004	32
Grafico No. 3	Tipo de visitante	42
Grafico No. 4	Procedencia del visitante nacional	43
Grafico No. 5	Porcentaje de niños – adultos	45
Grafico No. 6	Capacidad utilizada	49
Grafico No. 7	Porcentaje visitan complejos turísticas	60
Grafico No. 8	Frecuencia con que visita un complejo	61
Grafico No. 9	Línea de tendencia de precio promedio	70
Grafico No. 10	Organigrama estructural actual	77
Grafico No. 11	Diagrama proceso productivo bar	98
Grafico No. 12	Diagrama proceso productivo alimentación	101
Grafico No. 13	Diagrama productivo recreación	104
Grafico No. 14	Diagrama proceso recepciones	107
Grafico No. 15	Diagrama proceso limpieza	110
Grafico No. 16	Punto de equilibrio	131
Grafico No. 17	Organigrama estructural	151
Grafico No. 18	Organigrama funcional	152
Grafico No. 19	Organigrama de posición	153
Grafico No. 20	Nuevo diagrama proceso productivo recreación	181

BIBLIOGRAFIA

- SAPAG CHAIN Preparación y evaluación de Proyectos cuarta edición. Mc Graw Hill.
- STANTON, ETZEL. WALTERS fundamentos de Marketing cuarta edición.
- KLOTER PHILIP Dirección de marketing Edición Milenio
- ZAPATA, Pedro Contabilidad General N° 4
- BARRENO LUIS, Compendio de evaluación de proyectos.
- EVERETT ADAM, Administración de la producción y las operaciones
- CONSEJO PROVINCIAL DE COTOPAXI, Plan participativo de desarrollo de Cotopaxi
- VASQUEZ VICTOR HUGO, Organización aplicada

WEB SITES

[www.lahora.com.ec/\(ecuador\)](http://www.lahora.com.ec/(ecuador))

www.explored.com.ec

www.ecuadorylasgalapagos.com

www.ley_turismo.com

CAPITULO I

1 GENERALIDADES

1.1. IMPORTANCIA DEL TEMA

EL turismo es un factor muy importante para el desarrollo de un país, y en especial para el Ecuador que a lo largo de su territorio nos deleita con sus maravillosas riquezas naturales, las cuales se han constituido en verdaderos atractivos turísticos, tanto para nacionales como extranjeros.

La importancia del turismo para el Ecuador es fundamental en su economía, en las últimas décadas, ha generado importantes ingresos al país, es así que según el Ministerio de Turismo, en declaraciones a la prensa el “Ecuador recibió en el año 2002, 650.000 turistas, un 10 por ciento más que en 2001, cuando llegaron a ingresar 500 millones de dólares en el sector turístico ecuatoriano, un 15 por ciento más que en 2000. El sector está creciendo a un ritmo acelerado y consistente. Se espera que de aquí a 10 años, Ecuador consolide su actividad turística como la principal fuente de ingresos, es por esta razón que el Ministerio de Turismo considera importante tres líneas básicas de actuación: la promoción externa, finalizar con la capacitación de personal en establecimientos turísticos, y continuar con la promoción del ecoturismo. (Naturaleza)”.¹

Además la actividad turística se caracteriza por su alto nivel de encadenamientos intersectoriales que estimulan inversiones en otros sectores productivos y de servicios.

La provincia de Cotopaxi; ubicada en el centro de las regiones del Ecuador, con su capital Latacunga guarda en su tierra y habitantes grandes tradiciones, folklore, historia, es así que desde épocas anteriores se viene trabajando con el objetivo de dar a conocer los atractivos con que cuenta la ciudad para explotar cada una de las riquezas que la naturaleza nos a brindado.

¹ La Hora. com. ec/(Ecuador) julio 16 del 2003.

El turismo en la provincia de Cotopaxi se ha desarrollado básicamente por la iniciativa privada ya que no existe en la actualidad empresas públicas dedicadas a esta rama, este sector más bien ha participado a través de su regulación y control.

1.2.1. JUSTIFICACION DEL TEMA

Se estima que el turismo es el tercer rubro económico más importante del país, se ubica después del petróleo crudo que ocupa el primer lugar, y del banano con el segundo. Otro aporte importante en los ingresos en divisas es el generado por la remesas de los ecuatorianos residentes en el exterior ubicándose en el cuarto lugar.

Los ingresos obtenidos por las actividades turísticas, en los últimos años, ha ido incrementándose paulatinamente.

CUADRO No. 1
INGRESOS POR TURISMO (MILLONES DOLARES)

AÑO	INGRESOS	UBICACION TURISMO
1997	290	4
1998	291	4
1999	343	4
2000	402	3
2001	430	3

FUENTE: Información Estadística Mensual- Banco Central del Ecuador.

ELABORADO: Maribel Avila G.

La entrada de extranjeros al Ecuador es un factor importante, a continuación se detalla un cuadro referente a la evolución de este aspecto:

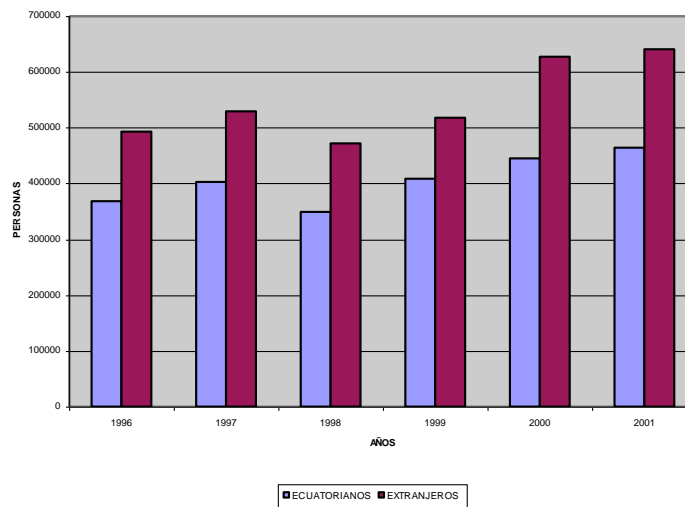
CUADRO No. 2
LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR

AÑO	EXTRANJEROS
1996	493.727
1997	529.492
1998	510.626
1999	517.670
2000	627.090
2001	640.561
2002	653.993

FUENTE: Anuarios de Estadísticas de Migración Internacional

ELABORADO: Maribel Avila G.

GRAFICO No. 1
ENTRADA DE PERSONAS AL ECUADOR



FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

ELABORADO: Maribel Avila G.

El origen de los extranjeros es mayoritariamente del Continente Americano con el 79.5%, seguido por Europa con el 17.6, y Asia Africa Oceanía un 2.9%.

CUADRO No. 3
PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

PAIS	AÑO
	2002
	%
AMERICA	79,5
Estados Unidos	22,9
Colombia	28,6
Perú	13,4
EUROPA	17,6
Reino Unido	2,7
Alemania	2,9
España	2,4
Francia	2
ASIA/ AFRICA /OCEANIA	2,9

FUENTE: Dirección Nacional de Migración

ELABORADO: Maribel Avila G.

El turismo interno en la provincia de Cotopaxi, no ha sido explotado de manera conveniente y al parecer, ha quedado fuera de las políticas nacionales. No obstante, su carácter masivo y de baja inversión puede ser potencialmente visto como una fuente de generación de recursos para los gobiernos regionales.

“Dentro del sector turístico en la provincia de Cotopaxi, se ha detectado varios problemas que se debe considerar, así la concepción de Turismo receptivo, es decir exclusivamente orientado a visitantes extranjeros o externos condiciona la percepción de los problemas desde la población que no visibiliza como turistas a los nacionales que visitan un lugar, esto se debe a las características propias del turismo nacional, recurrente solamente en ciertas épocas del año (fiestas religiosas o patronales), la falta de información sobre lugares, servicios, horarios de medios de transporte, infraestructura existente, seguridad, costos, etc. sumada a la falta de infraestructura de servicios adecuada y de vías de comunicación, son percibidos como los

principales obstáculos para el desarrollo del sector turístico en la provincia. A esto se añade la poca inversión estatal para el desarrollo turístico, también se constata una débil inversión interna de las empresas locales lo que complica el crecimiento sostenido de este sector.”²

Con el objetivo de dar a conocer los atractivos turísticos que posee la ciudad de Latacunga, tales como folklore, tradiciones, comidas típicas, el contacto con la naturaleza, tranquilidad del campo, descanso, recreación, relajación a tan solo minutos del mundanal ruido de la ciudad, y considerando las pocas alternativas de recreación con las que cuenta los habitantes de la ciudad de Latacunga y de la provincia en sí, se ha creído conveniente aplicar una REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA, TECNICA Y FINANCIERA DEL COMPLEJO TURISTICO SIERRA TROPICAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, el mismo que es una organización nueva en actividades turísticas, actualmente ofrece servicios de recreación piscinas, sauna, turco, hidromasaje, piscina polar, alimentación, el cual requiere de un análisis en las actividades actuales y una reestructuración en cada una de sus áreas, logrando cumplir expectativas tanto de los turistas y/o clientes como de los accionistas del Complejo Turístico Sierra Tropical, y por ende contribuir al desarrollo de la provincia.

En la actualidad para el desarrollo y crecimiento de una organización es muy importante estar en constante innovación y sobre todo en una empresa de servicio como es el Complejo Turístico Sierra Tropical, que debe determinar las expectativas y necesidades de los clientes que día a día son nuevas, e implantar estrategias para satisfacerlas.

Siendo el Complejo Turístico Sierra Tropical una de las empresas que en el poco tiempo de existencia ha logrado captar la preferencia de los habitantes de la ciudad de Latacunga es necesario analizar las áreas administrativa, técnica y financiera, de manera que esta empresa crezca basada en fundamentos técnicos y sobre todo explotar las ventajas competitivas tales como la escasa competencia, localización, accesibilidad, variedad en los servicios, etc. que presenta dicha empresa.

² Plan Participativo de Desarrollo de Cotopaxi, año 2002, Pág.163.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Reestructurar Administrativa, Técnica y Financieramente el Complejo Turístico “Sierra Tropical” en la ciudad de Latacunga.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Establecer un estudio de mercado que permita determinar cuál es la demanda insatisfecha, con la finalidad de implementar estrategias para captar mayor porcentaje del mercado objetivo.
- Analizar el área Administrativa, Técnica y Financiera actual del Complejo Turístico Sierra Tropical , de manera que implique determinar si se encuentran de acuerdo a las necesidades y expectativas tanto de los clientes como de los intereses de los accionistas
- Identificar los costos e ingresos que genera el Complejo Turístico Sierra Tropical, y determinar el financiamiento requerido para su ejecución.
- Diseñar una reestructuración Administrativa, Técnica y Financiera, para el Complejo Turístico Sierra Tropical, de manera que se pueda ofrecer un excelente servicio a los clientes, basándonos en requisitos legales, administrativos, técnicos, siempre orientados hacia la satisfacción de las necesidades del cliente y de la empresa en si.
- Evaluar económicamente y financieramente, el Complejo Turístico Sierra Tropical, para determinar la factibilidad del mismo.

1.4. CARACTERISTICAS GENERALES DEL TURISMO DEL ECUADOR

1.4.1. Introducción

“Un viaje por el Ecuador se puede comparar con un viaje desde la Línea Ecuatorial casi hasta el Polo Sur”³.

Desde un punto de vista geográfico el Ecuador se caracteriza por su singular topografía, su diversidad de zonas climáticas, y una prolífica población de especies vegetales y animales. Es así que el turista no necesita salir de sus fronteras para trasladarse, en cuestión de horas, desde la selva tropical a las estribaciones y alturas de la Cordillera de los Andes, y bajar luego hacia la Costa del Pacífico, mientras contempla una sucesión interminable de paisajes naturales.

Imagínese todas estas regiones en un solo país, el Archipiélago de Galápagos, la Costa del Pacífico, la Cordillera de los Andes y la Cuenca Amazónica; paisajes de cumbres andinas, bosques secos tropicales y bosques lluviosos, páramos, volcanes, nevados, lagos, glaciares tectónicos, y bosques de manglar.

1.4.2. Regiones Turísticas

1.4.2.1. Costa

La costa ecuatoriana se encuentra bañada por el Océano Pacífico, está conformada por cinco provincias, de norte a sur: Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro.

La provincia de Esmeraldas, cuenta con bellas y hermosas playas de arena suave y mar tibio como: Atacames, Súa, Tonsupa, Playa Ancha, Tonchigüe, Camarones, Same, etc. Esmeraldas es conocida como "La ciudad del Sol" por estar alumbrada por un hermoso sol tropical, aquí se encuentran el Museo del Banco Central con muestras de la cultura Tolita y muchos otros atractivos típicos como el folklore negro y su exquisita gastronomía.

³ Baron Friedrich Von Humdoldt. año 2003.

Hacia el sur está la encantadora Provincia de Manabí, sus playas invitan al turista a disfrutar, descansar y gozar del sol, la arena y el mar. Entre las playas más conocidas están: Cojimíes, Pedernales, Canoa, San Vicente, Bahía de Caráquez, San Clemente, San Jacinto, Crucita, San Mateo, San José, Puerto Cayo, Machalilla, Los Frailes, Puerto López y Salango. etc.

El Puerto de Manta, es una de las mejores áreas para la pesca deportiva en alta mar, es importante resaltar el Parque Nacional Machalilla, que comprende un territorio Continental e Insular con un bosque seco tropical y zonas bajas costeras con playas y acantilados; Portoviejo "La ciudad de los Reales Tamarindos" es una ciudad de gran movimiento comercial, industrial y artesanal. La artesanía manabita se distingue en mimbre, cestería y paja toquilla; sobresale también la cocina a base de pescado y otros productos del mar, a más de plátano, yuca, maíz y maní.

Provincia del Guayas, ofrece al turismo sus maravillosas playas y balnearios frecuentados por los amantes de la pesca de profundidad y los deportes acuáticos, a pocos kilómetros de Guayaquil, en la Península de Santa Elena se encuentra el moderno balneario de Salinas, centro de atracción turística nacional e internacional, que ofrece servicios turísticos de primera clase: hoteles, casinos, restaurantes, y altos condominios de hermosa arquitectura, además de su club de yates con modernas instalaciones. Desde Salinas se puede visitar otras playas cercanas como: Ballenita, Punta Carnero, La Puntilla. El balneario de Playas, muy cerca se encuentra el pequeño puerto pesquero de Posorja. Otras playas de la provincia son: Manglar Alto, Montañita, Palmar, Punta Blanca.

La ciudad de Guayaquil es el pulmón económico, comercial, y financiero del país, situada en el Golfo de Guayaquil junto al importante Río Guayas; Parque El Malecón desde el cual pueden observarse las gabarras que navegan por el majestuoso río; el Monumento conmemorativo a la célebre entrevista de los libertadores Simón Bolívar y San Martín en 1.822; la Torre del Reloj, de estilo morisco y los importantes edificios coloniales del Municipio y el de la Gobernación.

La Provincia de Los Ríos, denominada así por la cantidad de ríos que la cruzan, posee grandes extensiones de campos cultivados de banano, café, cacao y arroz, entre los principales centros turísticos están: las ciudades de Babahoyo y Quevedo de gran actividad agropecuaria y comercial; el Cerro Cacharí y su curiosa estructura, el Estero de Dimas, la Parroquia Barreiro, con todo su paisaje esplendoroso.

La Provincia de El Oro, poseedora de la mejor producción en el mundo de banano y camarón, cuenta con atractivos turísticos de importancia y aceptación para quién la visita, tales como: las minas de oro en Zaruma; las más bellas especies de orquídeas en Piñas, numerosos balnearios y playas; y el único Bosque Petrificado de Puyango que limita con Loja. Se destacan, además de las tradicionales, la Feria Mundial del Banano y el Festival de Café. Su comida típica a base de plátano verde y camarones. La costa en general cuenta con gente amable y cordial, playas amplias en un ambiente tropical, en donde saboreará una gastronomía típica a base de productos del mar.

1.4.2.2. ORIENTE AMAZONICO

Entre las múltiples opciones que esta región ofrece al visitante buscador de aventuras están, sin lugar a duda, la visita a las poblaciones nativas, el pernoctar en cabañas rústicas, el caminar por bosques vírgenes en busca de coloridos tucanes y guacamayos, el recorrer en canoa los escondidos afluentes del Amazonas y navegar por el Río Napo a bordo de un hotel flotante. Viajar por la Amazonía no siempre fue tan fácil como lo es ahora.

El Oriente se extiende desde la Cordillera Oriental de los Andes hasta la frontera con Perú, su abundante y exótica flora y fauna tropical causan la admiración de sus visitantes, algunas zonas son accesibles desde Quito por aire y carretera, mientras que a otras resulta más fácil llegar en pequeñas embarcaciones.

La Provincia de Sucumbios, se encuentra colindando con la República de Colombia, y como todas las provincias del Oriente está rodeada de selva, vegetación tropical y ríos caudalosos.

Posee cómodos y atractivos hoteles en Nueva Loja y alojamiento de Selva, haciendo de este un lugar idílico donde el turista se fascinará con los paisajes y lagunas únicas.

Se puede visitar: La Reserva Ecológica Cayambe-Coca; la Ciudad de Nueva Loja o Lago Agrio (importante centro de actividad petrolera); el poblado de Santa Cecilia; la Laguna de Lago Agrio; Los Petroglifos; la aldea de los Cofanes; Chiritza; San Pablo de Kantesiya; La reserva de Producción Faunística del Cuyabeno y el Complejo Lacustre de ésta Reserva; las lagunas de Zancudococha, Ipari y Limoncocha.

La Provincia de Napo, está rodeada de los nevados Antisana y el Quilindaña, con grandes atractivos en su misteriosa jungla, sus anchos ríos navegables y la vegetación tropical. Napo, ofrece al turista lugares de gran interés como: la Ciudad de Tena, que mantiene su trazado colonial, su parque frente a una iglesia central; Archidona, ciudad antigua digna de ser visitada; las playas de agua dulce de Puerto Misahuallí donde encontrará cruceros variados para surcar el río Napo; Cuevas de Jumandi en Archidona; y el Parque Nacional Yasuní.

La Amazonía, con el más valioso y complejo ecosistema de nuestra planeta, aún permanece prácticamente inexplorada, está debidamente preparada para acoger a sus visitantes, constituye un atractivo y deslumbrante destino, incluso para aquellos que ni remotamente les interesa la naturaleza.

1.4.2.3. SIERRA NORTE

Está conformada por las provincias de: Carchi, Imbabura, y Pichincha.

El Carchi, es la provincia fronteriza con Colombia al norte del Ecuador, en su capital se encuentra el Cementerio de Tulcán que ofrece un trabajo de jardinería con figuras precolombinas de gran belleza, hacia el sur está la ciudad de San Gabriel, punto de partida hacia otros atractivos cercanos como: la Gruta de la Paz, en cuyo interior existe una Capilla donde se venera a la Virgen María; al este se encuentra el Bosque de los Arrayanes, con

árboles de tronco rojizo, espeso follaje en cuyas ramas crecen musgos, orquídeas de varias clases; y al occidente la Cascada de Paluz.

Otros atractivos del Carchi son los Baños de Tufiño, sitio conocido como "Aguas Hediondas" por su alto contenido de azufre las Lagunas Verdes de coloración verde-turquesa ubicado en las estribaciones del Volcán Chiles; la Reserva Forestal, constituida por una área de bosque natural con flora y fauna variada.

En Imbabura, provincia de Los Lagos con su capital San Miguel de Ibarra, se encuentra la etnia Otavaleña, conocida nacional e internacional por sus tejidos elaborados a mano, que son comercializados en la feria del Sábado. En el mes de Junio celebran las fiestas folklóricas tradicionales de San Juan, en honor a las cosechas, a pocos kilómetros al norte de Otavalo está Cotacachi cuya población se caracteriza por su habilidad en el trabajo del cuero, teniendo como joya la Laguna de Cuicocha, aquí el turista podrá saborear de la carne colorada y la chicha de jora. Otros sitios de gran atractivo son: Atuntaqui, conocida por su manufactura textil; San Antonio de Ibarra, famosa por sus esculturas talladas en madera. Además las lagunas de : San Pablo de Mojanda y de Yaguarcocha que cuenta con un moderno autódromo.

La Provincia de Pichincha con su capital Quito, hermosa ciudad colonial, rodeada por numerosas montañas presididas por el volcán Pichincha de 4.747 m. de altura. El Centro Histórico, en reconocimiento a su riqueza artística y arquitectónica, fue declarada por la UNESCO "Patrimonio Cultural de la Humanidad" en 1978. Una de las construcciones más bellas, no solo del Ecuador sino, de América es la Iglesia de La Compañía de Jesús, de estilo barroco y con una decoración en la que se utilizó una tonelada de oro; su retablo barroco contiene obras de artistas de la Escuela Quiteña, su fachada fue labrada en piedra de origen volcánico donde se destacan las columnas salomónicas que flanquean su entrada.

La calle de la Ronda, la más antigua de la ciudad, con sus paredes blancas, techos de tejas rojas, verjas de hierro, patios floridos, con fuentes y sólidas puertas de madera. Todo este

conjunto arquitectónico puede ser observado desde el Panecillo, pequeño cerro coronado por una imponente escultura de la Virgen de Quito.

1.4.2.4. SIERRA CENTRAL

Está conformada por las provincias de: Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Chimborazo y la ruta conocida como la "Avenida de los Volcanes" por concentrar las mayores elevaciones del país: El Altar (5.319 m.), Cotopaxi (5.857 m.), Iliniza (5.767 m.), Tungurahua (5.016 m.), Carihuairazo (5.020 m.), Chimborazo (6.310 m.).

La Provincia de Cotopaxi, destacada por sus hermosos paisajes naturales y por el imponente nevado Cotopaxi que forma parte del Parque Nacional, seleccionado como santuario ecológico por su flora y fauna. Existen sitios para acampar, senderos e infraestructura de servicios básicos, turísticos y administrativos.

A siete kilómetros de la ciudad de Latacunga se encuentra la Hacienda de Tilipulo, de arquitectura colonial. Otros atractivos turísticos que posee la provincia son: La Laguna de Quilotoa; las Ruinas arqueológicas de Pacchuzala, el Tambo Múlalo, las Hosterías "La Ciénega" en Lasso y "Rumipamba de las Rosas" en Salcedo. Llama especial atención la Fiesta de "La Mama Negra" en cuyo desfile folklórico la figura principal es la "Mama Negra o prioste", acompañado de comparsas, bandas de músicos, cohetes y flores.

Existen lugares cargados de historia, sitios para la pesca, el montañismo, paseos campestres, ferias multicolor y un variado folklore. Dentro del turismo cultural, se ha identificado a los Santuarios religiosos como el de Isinche en Pujilí, Cuicuno en Saquisilí, Colatoa y San Buenaventura en Latacunga, que son lugares concurridos durante todo el año.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, ubicado en la Provincia de Cotopaxi, es un centro de recreación, orientado a ser un atractivo turístico dentro de la provincia, el mismo que a través de sus instalaciones con una combinación de estilo rústico y moderno rescata la belleza

natural propia de la región, logrando que el turista disfrute de un ambiente agradable en contacto con la naturaleza.

El Complejo Turístico Sierra Tropical se encuentra en la parroquia San Buenaventura, conocida por su Santuario de su mismo nombre en el cual sea Venera a la imagen del Dr. de San Buenaventura, a cual se le asigna grandes milagros, esta parroquia es conocida también por sus comida típica, así las exquisitas fritadas, los conocidos chinchulines, tortillas de maíz, el plato de cuy, conejo, el yaguarlocro, y la colada morada, etc. son entre otros los llamativos de la parroquia, a la cual en la actualidad se suma el Complejo Turístico Sierra Tropical.

La Provincia de Tungurahua, con su capital Ambato, en sus alrededores se cultivan excelentes huertos, vegetales y flores. Aquí se realiza la "Fiesta de las Flores y las Frutas", donde se realizan actos culturales, artísticos y académicos. Las visitas turísticas obligadas se encuentran en lugares como: La Casa de Montalvo, el Museo de Ciencias Naturales y el Museo de Pintura "Luis. A. Martínez". A pocos kilómetros de Ambato se encuentra la ciudad de Baños, puerta de ingreso a la amazonía, y entrada al Parque Nacional Sangay rico en flora y fauna, que se levanta al pie del volcán Tungurahua.

La Provincia de Chimborazo, se puede admirar el volcán del mismo nombre, a cuyos pies se asienta la ciudad de Riobamba, con sitios de gran interés turístico como el Convento de las Madres de la Concepción, actualmente Museo de Arte Religioso; en sus alrededores se encuentran muchos atractivos como la población de Guano, famosa por sus alfombras; Cajabamba con casas y templos coloniales como la Iglesia de Balbanera; Punín, en donde existe un Museo Arqueológico con piezas prehistóricas y precolombinas. Riobamba se ha convertido en el punto de partida hacia el Nevado Chimborazo y al Camino del Inca. El viaje en tren entre Riobamba - Durán es uno de los más espectaculares en el mundo, ya que atraviesa el majestuoso desfiladero conocido como la "Nariz del diablo".

En la Provincia de Bolívar, se puede admirar: el Santuario de la Virgen del Guayco en cuyo interior alberga pinturas con motivos marianos y modernos vitrales. El centro de esparcimiento de Las Cochas está a 10 kilómetros de la ciudad de Guaranda y está constituido por dos lagunas naturales Patacocha y Puricocha. La ciudad de Guaranda tiene atractivos como el Monumento al Cacique Guarango, Museo Histórico. Llama especial atención la celebración de su Carnaval que es una verdadera tradición folklórica, un festejo popular con música, canciones y bailes, que atrae a visitantes nacionales y extranjeros por su singular colorido.

Además, la Sierra Central se caracteriza por la cantidad y variedad de mercados y ferias indígenas como son: Saquisilí; Latacunga; Pujilí y Ambato, un deleite para admirar de cerca las costumbres y tradiciones típicas, llenas de colorido en esta región de la cultura ecuatoriana.

1.4.2.5. SIERRA SUR

Siguiendo la Panamericana Sur, el turista podrá conocer los impresionantes paisajes que conducen a las provincias de: Cañar, Azuay y Loja; llenas de encanto, historia y artesanías que merecen ser visitadas.

La Provincia de Cañar, fue el núcleo principal de la Nación Cañari. La ciudad de Azogues posee una hermosa arquitectura que se ha conservado hasta nuestros días. En la Plaza Central se encuentra la Catedral de la ciudad con una imponente y llamativa arquitectura, en especial su fachada de piedra andesita amarilla. También se destacan la Iglesia de San Francisco, construida sobre un cerro, es el Santuario Mariano más grande del Ecuador, en el interior se venera a la "Virgen de la Nube".

Los días sábados se realiza la Feria Ganadera con intensa actividad comercial. El turista podrá adquirir aquí los famosos sombreros de paja toquilla, cerámica de diversas clases y diferentes tipos de tejidos realizados por los campesinos de la zona. El atractivo más importante de la

provincia son las Ruinas de Ingapirca, vestigios incásicos construidos sobre un asentamiento de la cultura Cañari, conocidas como "Castillo de Ingapirca", que comprende una elipse, aposentos, patios, bodegas y baños. Se cree que Ingapirca no fue solo una fortaleza sino también un centro administrativo y religioso, junto a estas se encuentra un museo de sitio, el que alberga una maqueta de las ruinas, piezas arqueológicas y etnográficas, cerámicas, joyas y restos textiles.

La Provincia del Azuay, maravillará con sus paisajes, su gente, sus comidas, artesanías y sus centros turísticos que atraen a visitantes nacionales y extranjeros. Por todas estas razones se la ha denominado "El Tesoro Mejor Guardado del Ecuador".

Cuenca, la capital de la provincia y conocida como la "Atenas del Ecuador", es un reflejo de una ciudad típica de la época colonial, con calles adoquinadas, balcones de hierro forjado, floridas plazas y patios. En su centro histórico sobresale el Parque Calderón; las dos catedrales, la nueva tiene una arquitectura románica que conjugan todos los estilos, y la antigua con obras de arte colonial se encuentra restaurada; los Monasterios de El Carmen y las Conceptas; el Palacio Municipal con su fachada de mármol; los Museos: Claustro de las Conceptas de Arte Moderno, Remigio Crespo Toral, Banco Central, Casa de la Cultura y el de Artes Populares. Un verdadero deleite por su colorido será observar el barranco del Tomebamba. Cuenca tiene una excelente producción artesanal, se realizan artículos en: paja toquilla (sombrosos), cerámica, lana (tejidos), oro y plata (joyería), y mimbre (cestería).

La Provincia de Loja, "Centinela del Sur" por sus bellezas singulares y sus tradiciones culturales es uno de los principales atractivos turísticos del país, con innumerables valles y pequeñas elevaciones. Loja como todas las ciudades del Ecuador cuenta con su Catedral, ornamentada con interesantes esculturas; Iglesias de San Francisco, San Agustín, Santo Domingo, San Sebastián y Fátima que tienen obras de arte religioso; el Teatro Bernardo Valdivieso (muy parecido al Teatro Sucre de Quito); la Colina de la Virgen de Loja en el que se puede admirar toda la ciudad.

Otros atractivos tenemos el Valle de Vilcabamba, famoso a nivel mundial por la longevidad de sus habitantes; la etnia de los Saraguros, quienes conservan su vestimenta tradicional; el Parque Nacional Podocarpus; la Basílica de la Virgen del Cisne; la ciudad de Catacocha construida al borde del abismo del Peñón del Shiriculapo con su mirador natural; y el Bosque Petrificado de Puyango, que representa un Patrimonio Paleontológico único en Latinoamérica.

1.4.2.6. GALAPAGOS

Un viaje por Ecuador no es completo, si no se visita el Archipiélago de las Islas Galápagos, ubicado a casi 1.000 km. de la costa continental ecuatoriana, está conformada por 13 islas grandes, 17 pequeñas y 47 islotes rocosos, que cubren una extensión de 8.000 km².

Las Islas fueron descubiertas en 1535, por Fray Tomás de Berlanga. A partir de 1959 se las declaró como Parque Nacional y se organizó la Fundación Charles Darwin, ya en 1973 se decreta la creación de la Provincia de Galápagos. En 1979 la UNESCO las declara "Patrimonio Natural de la Humanidad"

Los turistas, cada año llegan atraídos por su entorno natural, la flora y la fauna únicos en el mundo. Las experiencias de hacer un crucero por las Islas dependen del tipo de embarcación que se escoja: un bote pequeño, un yate de motor, ó un barco con capacidad para 90 pasajeros, se realizan cruceros con tours de 3 hasta 14 noches, el ambiente es informal y los itinerarios son planificados, pudiéndose realizar hasta dos o más visitas diarias a las islas.

Visitar Galápagos es un retorno al pasado, es pisar un escenario natural que ha permanecido inalterado por miles de años. Como simple espectador el turista tiene el privilegio de contemplar un espectáculo insólito en nuestros días.

Los numerosos volcanes y ríos de lava petrificada conservan la memoria del choque brutal entre el agua y el fuego, que dio origen a las Islas. Su fauna y flora especiales únicas que han permanecido fuera de toda influencia externa constituyen la originalidad del Archipiélago. Las

aves reptiles, mamíferos, y plantas que ocupan las islas hacen de ellas un lugar privilegiado para observar el fenómeno de la vida y su evolución.

1.5. ASPECTOS GEOGRAFICOS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

a. Geografía

“La hoya que ocupa la provincia de Cotopaxi es la cuarta desde el norte y se denomina también Hoya Central Oriental del Patate. Se encuentra limitada al norte por el nudo de Tiopullo y la hoya cuenta con extensos valles y páramos. La cordillera luce altas cumbres nevadas: Los Ilinizas, el Cotopaxi, el Quilindaña.

b. El Cotopaxi

El Cotopaxi, es el volcán activo más alto del mundo. De sus niveles nace el río Cutuchi que a su vez está formado por el Manzanahuayco y Rumiñahui. Cerca del volcán se extienden los páramos de Pansache, Chalupas, Langoa, Baños, Salayambo, Mulatos.

c. La Cordillera

En la cordillera occidental se encuentra un volcán apagado: el Quilotoa, en su cráter está la laguna de su mismo nombre cuyas aguas son ricas en minerales. Al pie del Quilindaña reposa la laguna de Yuracocha y cerca de Salcedo, al sur, la laguna de Yambo que puede divisarse desde la carretera Panamericana. En el ramal oriental se encuentra la cordillera misteriosa de los Llanganates y en el otro extremo las elevaciones de Chugchilán y el ramal de Sigchos donde se extiende el valle que cruza el río Toachi.

d. Ríos

El principal río de la provincia de Cotopaxi es el río Cutuchi y el sistema hidrográfico se complementa con otros ríos: el Yanayacu, Nagsiche, Chalupas, Illuchi, Patoa, Pumacunchi, Quindigua.

e. Características demográficas

Como en la mayoría de las provincias del Ecuador, en Cotopaxi se encuentran muchas diferencias entre los sectores urbano y rural que aparecen en las esferas de vivienda, educación, salud, empleo . Estas disparidades se agravan paulatinamente por el incontrolable crecimiento de la población.

f. Clima

El clima varía: muy húmedo temperado, páramo lluvioso y subhúmedo tropical de acuerdo a la región. La provincia cuenta con un clima que va desde el gélido de las cumbres andinas hasta el cálido húmedo en el subtrópico occidental.

La capital, Latacunga, está ubicada a 2.800 metros sobre el nivel del mar, lo cual le determina un clima templado, a veces ventoso y frío.

g. Recursos Naturales

Cotopaxi es una provincia de abundantes recursos naturales. Por su variedad de clima ofrece diversidad de productos, los suelos son humíferos, calcáreos, arcillosos, la flora es rica. Los bosques son una gran riqueza y su parque nacional creado en 1975 preserva las reservas ecológicas de la zona donde crecen millares de árboles de pino. El árbol de molle es el símbolo de la provincia y existen variedades de cipreses, nogales, alisos, arrayanes y en la zona subtropical se explota el caucho, laurel, tagua, roble, guayacán.

h. Minas

La provincia es rica en minerales, la mayoría de los cuales no han sido explotados. Hasta 1983 no se encontraba registrado ningún establecimiento minero, pero posteriormente el Instituto Ecuatoriano de Minería ha registrado depósitos de metales preciosos, de otros metales y no metales y numerosas canteras. Existen yacimientos de salitre, calizas, arcilla, carbonatos, piedra pómez, esta última es abundante y se la aprovecha sin control.

i. Pesca y fuentes de aguas minerales

Los ríos y lagos de las zonas subtropicales y tropicales como Pangua, Moraspungo, Pucayacu, La Maná y Salcedo constituyen un valioso recurso para la pesca comercial y deportiva. La provincia es rica en fuentes de aguas minerales. Se pueden citar: En la Hacienda La Ciénega, aguas medicinales, existen las fuentes de San Felipe y La Imperial.

j. Agricultura y Ganadería

Cotopaxi es una provincia serrana típica donde tienen importancia el minifundio y las grandes explotaciones. La ganadería lechera se desarrolla especialmente en las haciendas situadas al norte de la provincia: San Agustín, La Avelina, San Sebastián, Pilacoto, San Mateo, San Pedro. La ganadería de Cotopaxi es una de las más importantes del país, lo cual se debe especialmente a los buenos pastos y a la mayor eficiencia productiva. El cultivo agrícola más importante es de papas especialmente en las haciendas del páramo sur-oriental, Cusubamba y sector de Salcedo. La sigue en importancia la producción de yuca, cebollas, aguacate, cebada, naranja, maíz, haba, fréjol y caña para otros usos.

k. Industria

Las principales ramas industriales instaladas en la provincia son las siguientes: alimentos, bebidas, tabaco, manufacturas metálicas, maquinaria y equipo, industrias de mueble y de la madera. La mayoría de ellas están ubicadas al norte, junto a la carretera Panamericana. En procesamiento de leche son importantes las plantas La Avelina e Indulac. En productos metálicos Ecuatubex, Aceropaxi, Productos Familia Sancela del Ecuador, etc.

l. Artesanías

En Cotopaxi trabaja una numerosa clase artesanal, las ramas más importantes son: zapatería, costura, carpintería, hojalatería, talabartería, cerámica, tejeduría. El trabajo artesanal se realiza generalmente en familia y la actividad la complementan los miembros en el trabajo agrícola en alguna pequeña parcela. En zonas aledañas a Guaytacama hay artesanos que se dedican a la elaboración de "tazas" y esteras de totora. Los productos artesanales son exhibidos en las distintas ferias de la provincia.”⁴

⁴ www.explored.com.ec.

m. Principales Cantones

La extensión total de provincia de Cotopaxi es de 5956 Km², con una densidad poblacional de 52 habitantes por Km². las superficies de los cantones son:

CUADRO No. 4
EXTENSION DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

CANTON	SUPERFICIE EN KM2
Latacunga	1506
La Maná	663
Pangua	721
Pujilí	1308
Salcedo	433
Saquisilí	150
Sigchos	1175

FUENTE: Plan Participativo de Desarrollo de Cotopaxi año 2002.

ELABORADO: Maribel Avila G.

a. Salcedo

San Miguel de Salcedo se conoció antiguamente como Molleambato y fue fundada el 30 de septiembre de 1573. Su cantonización data de 1919. Lleva este cantón el nombre del sacerdote agustino Manuel Salcedo, célebre orador sagrado. Salcedo está dedicado a la actividad agropecuaria y en el cantón florece la artesanía textil y la cerámica. Una buena hostería recibe a los visitantes: "Rumipamba de las Rosas". La iglesia matriz ha sido muy bien reconstruida, destacándose sus torres gemelas y en la parte occidental la portada lateral con el "Torreón del reloj " bordeado por un atrio.

b. Saquisilí

El nombre Saquisilí quiere decir "deje aquí". La población se encuentra a 6 kms. de la carretera Panamericana. San Juan Bautista de Saquisilí se cantonizó el 6 de octubre de 1943. La agricultura y la ganadería son sus renglones de producción importantes. El folklore con sus

danzantes es muy rico y tienen fama las ferias de Saquisilí de los días jueves que congregan a los indígenas de los alrededores con sus productos agrícolas y artesanales.

c. Pujilí

Pujilí, asentada en las faldas del Sinchaguasín, a unos 12 kms. al oeste de Latacunga, es una de las poblaciones más antiguas de la provincia. La fundación española data de 1570 y su cantonización de 1852, el 14 de octubre. Pujilí tiene fama por su artesanía de cerámica. La iglesia matriz es en el Ecuador el único ejemplo de templo misionero. Ha sido bien restaurado, se limpió el enlucido y ha recuperado la sencillez y monumentalidad propia de la arquitectura romántica. El templo está situado en el parque Luis F. Vivero y está precedido de un atrio y pretil. El folklore de Pujilí también es rico por sus fiestas de corpús cristi . Su feria semanal se realiza el domingo y en ella cabe admirar las piezas de arte popular en cerámica pintada a mano por hábiles artistas.

d. Pangua

Este cantón se encuentra al suroeste de la provincia y goza de un clima subtropical y tropical. La región es muy fértil y se encuentra regada por varios ríos (Angamarca, Las Juntas, Calaví).

Fue fundada como cantón el 31 de mayo de 1938 y su cabecera cantonal es El Corazón.

e. La Maná

Es un cantón joven porque se encuentra en una zona de colonización. Los cultivos son de carácter subtropical, especialmente de caña de azúcar, café y cítricos. Los asentamientos poblacionales son relativamente recientes y por esta jurisdicción pasa la vía Latacunga-Quevedo.

f. Sigchos

Tomando la vía a Saquisilí se encuentra Sigchos, fundada en 1992, prodigiosa tierra, excelente para la agricultura y ganadería actividad cotidiana de sus habitantes. Sus variados paisajes hacen de Sigchos una mágica atracción para los turistas.

g. Latacunga

El origen de su nombre proviene de la palabra Quechua “Llacta Kumka” que quiere decir “Dios de las Aguas”. Ciudad con líneas de arquitectura colonial hispana . La historia recuerda que la ciudad fue destruida en 1698 y 1757 debido a las erupciones y movimientos telúricos del volcán Cotopaxi.”⁵

1.6. ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

La provincia de Cotopaxi, a vista de propios y extraños, es poseedora de majestuosos paisajes, su volcán de belleza fascinante, sus ríos, pueblos antiguos y modernos, monumentos, iglesias, las calles angostas de su ciudad capital, sitios de pesca, restaurantes, montículos incásicos, santuarios, sus lagunas, las ferias y sitios históricos invitan a conversar y extasiarse frente a sus maravillas, no sólo como fuente inagotable de inspiración artística, sino como una zona de curiosidad científica. Estudiosos nacionales y extranjeros han exaltado tanto la prodigiosa y exuberante vegetación, como los sentimientos e ideas de sus habitantes prestos al trabajo y a la reflexión constante. Sus casas señoriales, haciendas, páramos, chozas indígenas y más recónditos lugares, han sido escenarios gloriosos de jornadas épicas. Su ciudad y pueblos más apartados guardan la pujanza aborígen, un romanticismo español nuevo, capaz de grandes esfuerzos y sacrificios, y el más común y sencillo estímulo hacia las elevaciones del espíritu.

El turismo como fuente económica y como valor cultural de fundamental importancia para la Provincia. Cotopaxi dispone de hermosos rincones naturales y otros creados para brindar comodidad al turista. Los siguientes son los sitios preferidos y que tienen importancia turística:

a. La Cara de Piedra de Angamarca

Ruina arqueológica ubicada en la parroquia Angamarca, esculpida en piedra dura, cinco metros de longitud, retiene la historia quechua. Muy cerca se encuentra un cementerio del cual se han extraído esqueletos humanos y vasijas. En la misma zona, el monumento incásico

⁵ Ministerio de Turismo –Guía Turismo Provincia Cotopaxi - 2003

Churopucara, es una fortificación y adoratorio, en medio de un bucólico ambiente. Aseguran que los construyó Túpac-Yupanqui con el propósito de eliminar a los Colorados.

b. Las Ruinas de Pachuzala

Al norte de la ciudad de Latacunga, a unos 26 kilómetros está el palacio construido con piedra volcánica ordinaria y consta de dos cámaras en la actualidad. Angel Nicanor Bedoya, en su obra «La arqueología en la Región Interandina del Ecuador», nos entrega la siguiente descripción: «El patio es cuadrado de 22,50 metros por lado con tres corredores; la cámara A tiene forma rectangular, mide 9,80 metros de largo por 5,50 metros de ancho; en la fachada se cuentan diez hiladas visibles de piedras labradas, al centro todavía se puede apreciar la forma trapezoidal de alta y estrecha puerta de entrada con dintel de una sola piedra plana, a pesar de haber sido desbastados los filos del marco para adoptar hojas de madera; los muros son de un metro de espesor a base de dos filas de molones.

c. El Cerro de Gallo

Al norte de Latacunga se halla el cerro de Gallo, montículo de acabado perfecto. Pudo ser un observatorio o atalaya, artificial o natural, aseguran los indígenas que este cerro, parecido a una campana y de forma por extremo regular, una de esas colinas que los antiguos habitantes levantaron para dar sepultura de príncipes o personajes, alegan en su apoyo de esta opinión el hecho de estar el Panecillo compuesto de restos volcánicos, así en el terreno que le sirve de base como en su cima o cúspide. Callo viene del idioma caribe Haitiano: ca = tierra, suelo, terreno seco; lo = Dios o tipo de la vida, en síntesis, llanura árida de Dios o de la vida por excelencia.

d. Monasterio de Tilipulo

A siete kilómetros de Latacunga, como un ámbito de recogimiento y de paz en la inmensidad de la distancia, surge una reliquia arquitectónica colonial, el Monasterio de San Juan Bautista de Tilipulo. «Shigllipullu», nombre preincásico que explica las costumbres de los habitantes de trenzar fibras de cabuya para confeccionar cobijas y otros tejidos.

e. Colegio Vicente León

Otra de las reliquias coloniales que guarda secular grandeza en la historia de Cotopaxi y del país es el Colegio Nacional Vicente León, en cuyos claustros se educaron ilustres hombres, muchos de ellos dirigieron los destinos de la República: Ignacio de Veintimilla, Antonio Flores Jirón, General Alberto Enríquez Gallo, Doctor Camilo Ponce Enríquez, General Guillermo Rodríguez Lara, Luis Felipe Borja, el ilustre Juan Montalvo, Belisario Quevedo, Marco Tulio Varea, Luis Fernando Ruiz, Manuel Pallares, Juan Sáenz de Viten, Luciano Moral, Juan Abel Echeverría, Doctor Rafael Quevedo, Rafael Cajiao, etc.

El Colegio lleva este nombre en honor al eminente laticungueño Vicente León, prócer de la Independencia, jurisconsulto de nota, magistrado y filántropo. Sus claustros inmortales son visitados por turistas nacionales y extranjeros. En sus aulas dictaron conocimientos grandes maestros como don Simón Rodríguez, César Cássola, Juan Abel Echeverría, Belisario Quevedo Izurieta, etc. Su edificio sólido, construido con piedra pómez, ha resistido las erupciones del Cotopaxi. El Colegio dispone también de una biblioteca considerada como una de las más importantes de la provincia.

f. La Catedral

Construida a mediados del siglo XVII, es otra de las reliquias de extraordinario valor, en su interior reblandecen recogimientos espirituales religiosos. Su exterior abraza al centro de la ciudad y la huella de una añeja vocación asciende al infinito; que restaurada en 1973, gracias a la preocupación del Obispo de la Diócesis, José Mario Ruiz Navas y cuyos trabajos efectuaron de acuerdo con las exigencias históricas del monumento. Naturalmente, la Catedral ha sufrido las graves consecuencias de erupciones y terremotos y de esas ruinas fueron alzándose nuevos aportes culturales.

g. Otros lugares turísticos

En materia de turismo, la provincia brinda lugares de belleza y esplendor, en la ciudad de Latacunga el viejo edificio del Hospital, la Casa Cuna, reliquia colonial donde vivió el Marqués de Maenza, la plaza de Santo Domingo, de libre expansión, los museos de la Casa de la Cultura, del Colegio Vicente León y de la escuela Isidro Ayora, el parque Vicente León,

imagen de gloria auroral, el parque Ignacio Flores, con su hermoso lago natural, la feria de los días sábados, el montículo El Calvario, en donde se levanta el monumento a la Virgen de La Merced, el volcán Cotopaxi, guardián soberano que consume eternamente su blancura, en la nieve y el fuego, en el picaflor y el cóndor; pues, el patriarca sin vejez ofrece diariamente de su cesto de infinito: vida y muerte, luz y sombras.

h. Folklore

La provincia de Cotopaxi es rica en manifestaciones folklóricas: la pelea de gallos, las coplas populares, los disfraces característicos de cada pueblo, la vaca loca, las comidas típicas, la pelota de guante, las anécdotas, las danzas con motivos religiosos y paganos, las fiestas indígenas, las canciones populares, son algunas de las manifestaciones del folklore de la Provincia. ⁶

El Complejo Turístico Sierra Tropical empeñado en rescatar el turismo en la provincia de Cotopaxi ya que al igual que en las demás regiones del país, que poseen hermosas playas, ríos, montañas, culturas, etc, en la ciudad de Latacunga sea atractiva tanto para las personas que habitan en ella, como de turistas que vienen a deleitar de las grandes tradiciones que ella ofrece.

El Complejo Turístico Sierra Tropical tiene como objetivo crear una alternativa para la distracción y fomentar el turismo ofreciendo un servicio de calidad creando una razón más para visitar la ciudad de Latacunga.

⁶ [www. Ecuador y las Galápagos.com](http://www.Ecuador y las Galápagos.com).

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. DEFINICION DEL COMPLEJO TURISTICO SIERRA TROPICAL.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, es una entidad creada en enero del 2003, su rama principal es el turismo y la recreación.

El Turismo, es una actividad Multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas: agricultura, industria, servicios, de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; por ejemplo, en Singapur, una actividad turística importante son las compras, pero no el entretenimiento; en Londres, tanto el entretenimiento (teatro, cine, conciertos, museos y monumentos), como las compras son entradas importantes para el sector del turismo.

Todos los tipos de viajeros que hacen turismo son descritos como visitantes, un término que constituye el concepto básico de todo el sistema de estadísticas turísticas; es el término 'visitante' puede ser subdividido en visitantes de un día o excursionistas y en turistas, de la forma siguiente: 1) los visitantes son quienes viajan a un país distinto de su país de residencia habitual, fuera de su medio ambiental usual, durante un periodo que no exceda los 12 meses y cuyo propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado, 2) los visitantes de un día o excursionistas son aquellos que no pasan la noche en un alojamiento público o privado en el país visitado y 3) los turistas son visitantes que permanecen una noche como mínimo en el país visitado.

Un complejo turístico, es el conjunto de servicios en los cuales los visitantes se alejan de sus actividades diarias buscan relajación, bienestar, comodidad y servicio de calidad. El Complejo Turístico Sierra Tropical cuenta con varios servicios como piscina, sauna, turco,

restaurante, etc. para que el visitante se distraiga, evite el estrés, y cansancio. Se encuentra ubicada en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga en el barrio San Silvestre de la parroquia San Buenaventura, en la Avenida Miguel Iturralde Kilómetro 3 ½, a siete minutos al norte de la ciudad de Latacunga.

Al Complejo Turístico Sierra Tropical se puede llegar sea en auto, bicicleta, o caminando ya que se encuentra relativamente cerca de la ciudad, también puede llegar en auto bus.

2.1.1. USO Y ESPECIFICACION DEL SERVICIO.

En la actualidad el Complejo Turístico Sierra Tropical ofrece los siguientes servicios:

a. PISCINAS DE AGUA TEMPERADA CUBIERTAS

- Piscina de niños menores de cinco años, agua temperada capacidad para 15 niños, su profundidad es de 50 centímetros especial para niños menores de tres años.
- Piscina de agua temperada para adultos cuya capacidad es de 60 personas, su profundidad va de 0.60m. hasta llegar a su profundidad máxima de 1.90 m.

Alrededor de las piscinas existe un área para disfrutar del sol y del ambiente cálido que nos ofrece el área, la misma que tiene una capacidad de 48 personas. (Ver Anexo No. 1)

b. SAUNA

El Complejo Turístico Sierra Tropical cuenta con una cabina de sauna la misma que es un área de ambiente cálido - seco, agradable para relajar el cuerpo y la mente, el tiempo recomendado es de 15 minutos y para reingresar se debe esperar por lo menos 30 minutos.

La cabina del sauna tiene una capacidad de 15 personas, no es recomendable para niños menores de 12 años.

c. TURCO

Cuenta el Complejo Turístico Sierra Tropical con una cabina de turco el mismo que es un área de aire cálido - húmedo, lugar ideal para disfrutar del calor, es recomendable solamente para personas adultas, el tiempo de permanencia es de 15 minutos y para reingresar se debe esperar por lo menos 45 minutos, la capacidad de dicha cabina es de 15 personas.

d. HIDROMASAJE.

La tina de hidromasaje es un área que ofrece masajes a base de agua a presión, tiene una capacidad para ocho personas, los mismos que deberán mantener máximo 15 minutos. Es recomendable exclusivamente para personas adultas.

e. PISCINA POLAR

Es un complemento para las áreas cálidas, la cual tiene una capacidad de 5 personas, esta área es recomendable utilizarla al salir del sauna, turco, e hidromasaje, el baño de agua fría es un estimulante para el cuerpo.

f. VESTIDORES

El Complejo Turístico Sierra Tropical cuenta con dos tipos de vestidores clasificados de la siguiente manera:

Vestidores Hombres	4
Vestidores Mujeres	7

g. DUCHAS

Cuenta el Complejo Turístico Sierra Tropical con duchas de agua caliente.

Duchas Hombres	4
Duchas Mujeres	4

h. PARQUEADERO

- Parqueadero en la entrada al Complejo Turístico Sierra Tropical, el mismo que tiene una capacidad para 7 autos.
- Parqueadero en la parte posterior del Complejo Turístico Sierra Tropical, con una capacidad de 13 autos.

i. SALON MULTIUSO

Area destinada para acontecimientos sociales, educativos, como conferencias, talleres, eventos familiares, e institucionales cuya capacidad es para 250 personas sentadas.

j. BAR RESTAURANTE

Cuenta con un amplio restaurante en el cual se ofrece gran variedad de platos típicos, comida rápida, platos a la carta, menús especiales para compromisos sociales.

Además ofrece en el bar licores, bebidas, gaseosas, snack, y una variedad en confitería, etc.

k. AREAS VERDES

Areas verdes lugar ideal para estar en contacto con la naturaleza.

l. VISTA PANORAMICA AL AEROPUERTO DE COTOPAXI

Desde el Complejo Turístico Sierra Tropical se puede observar el Aeropuerto de Cotopaxi, en donde despegan y aterrizan las diferentes aeronaves.

2.2. ANALISIS DE LA ZONA A ESTUDIAR

Las empresas, intermediarios, proveedores, clientes, competencia, etc, operan en un amplio entorno de fuerzas que la empresa debe conocer, con el objeto de ajustarse a su comportamiento. Las empresas con éxito analizan su actividad con una perspectiva de fuera hacia dentro, para en base a ello establecer cambios e innovaciones, muchas empresas son incapaces de considerar el cambio como una oportunidad, ignoran los cambios y se resisten a ellos, hasta que es demasiado tarde.

El Complejo Turístico Sierra Tropical se encuentra localizado al norte de la ciudad de Latacunga, en la parroquia Urbana San Buenaventura, en la avenida Miguel Iturralde Km. 3 1/2, lo cual facilita las transacciones e interrelaciones con las fuerzas del entorno, tal como proveedores y clientes.

El Santuario de San Buenaventura es un gran atractivo turístico, al cual acuden los días domingos, de los diferentes sectores aledaños de la ciudad, además la parroquia es conocida por su comida típica como tortillas de maíz, mote, fritada, la tradicional colada morada, etc.

El sector cuenta con vías de transporte en buenas condiciones, fácil acceso a los servicios básicos como energía eléctrica, agua, red telefónica, recolección de basura, vía alterna de acceso, etc.

Para llegar al Complejo Turístico Sierra Tropical, existen dos Cooperativas de buses urbanos que recorren toda la ciudad, y pasan por la puerta del mismo, además buses parroquiales como de las Cooperativas Múlalo y Aláquez. Por la relativa cercanía de la ciudad (3 1/2Km) para los amantes del deporte pueden acudir caminando, en bicicleta, etc.

2.2.1. MACROAMBIENTE

El macro ambiente abarca a variables externas que afectan las actividades de la empresa entre ellas se va analizar las siguientes:

a. VARIABLES ECONOMICAS

Un mercado necesita personas y poder adquisitivo para funcionar, el poder adquisitivo disponible en una economía depende de la renta actual, los precios, los ahorros, las deudas y la disponibilidad de crédito, se debe tomar atención a las principales tendencias de la renta y de los patrones de consumo.⁷

En el desarrollo de las actividades que desempeña el Complejo Turístico Sierra Tropical, afectan o influyen ciertas variables económicas tales como: índices de inflación, desempleo, monto de la canasta familiar, etc.

Un índice de gran relevancia es la inflación el cual es un indicador que refleja las variaciones de precios de los bienes y servicios que consumen los hogares de ingresos medios y bajos del área urbana del país; a continuación se presenta el cuadro No. 5, y el gráfico No. 2 en el cual se detalla la variación de la inflación a la cual ha sido sujeto el Ecuador en los últimos tiempos.

CUADRO No. 5
VARIACION DE LA INFLACION ANUAL

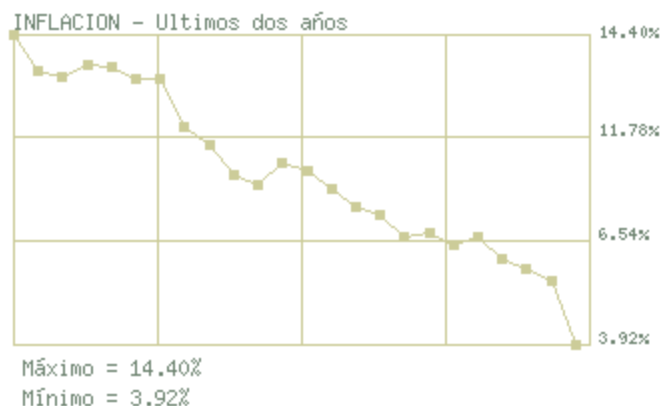
FECHA	VALOR
Enero-31-2004	3.92 %
Diciembre-31-2003	6.07 %
Noviembre-30-2003	6.48 %
Octubre-31-2003	6.86 %
Septiembre-30-2003	7.54 %
Agosto-31-2003	7.32 %
Julio-31-2003	7.70 %

FUENTE: WWW.bce.fin.ec/

ELABORADO: Maribel Avila G.

⁷ Dirección de Marketing Philip Kotler, editorial del milenio, Pág. 163.

GRAFICO No. 2 INFLACION 2003-2004



FUENTE: WWW.bce.fin.ec/

ELABORADO: Maribel Avila G.

El índice de inflación es un factor determinante para el desarrollo de las actividades que ejecuta el Complejo Turístico Sierra Tropical, ya que la variación de los precios repercute en los costos operacionales por lo que afecta directamente en el precio del servicio.

En cuanto al índice del desempleo 9.30%, (Nov. 2003 Banco Central). El Complejo Turístico Sierra Tropical ha creado fuentes de trabajo, además una de las características del turismo es que esta rama interrelaciona a varios sectores de la producción, es decir existe un encadenamiento, lo cual permite el desarrollo económico, social de sector y por ende de la ciudad.

b. VARIABLES DEMOGRAFICAS

Una fuerza del macro ambiente que se debe controlar es la población, porque es esta la que constituyen los mercados. Se debe controlar la tasa de crecimiento, el tamaño de la población en distintas ciudades, países, la distribución por edades, combinación de etnias y culturas, niveles educativos, patrones familiares, etc.

La población del Ecuador esta compuesta en un 52 % por indígenas y en un 40 % por mestizos; el 8 % restante lo componen principalmente descendientes de africanos.

Aproximadamente el 54 % viven en centros urbanos y el resto en medios rurales.

A continuación la variación de los últimos censos realizados.

CUADRO No. 6
POBLACION DEL ECUADOR Y DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

AÑO	ECUADOR	COTOPAXI	%
1950	3.202.757	165.602	5.2
1962	4.564.080	192.633	4.2
1974	6.521.710	236.313	3.6
1982	8.138.974	277.678	3.4
1990	9.697.979	286.926	3.0
2001	12.156.608	349.540	2.9

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

ELABORADO: Maribel Avila G.

De acuerdo al último censo de Noviembre del 2001, La provincia de Cotopaxi cuenta con 349.540, habitantes, distribuidos por los diferentes cantones: Ver cuadro No. 7.

CUADRO No. 7
HABITANTES POR CANTONES

CANTON	HABITANTES
LATACUNGA	143.979
LA MANA	32.115
PANGUA	19.877
PUJILI	60.728
SALCEDO	51.304
SAQUISILI	20.815
SIGCHOS	20.722
TOTAL	349.540

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

ELABORADO: Maribel Avila G.

La población de la provincia de Cotopaxi, y en especial del Cantón Latacunga, ha ido en los últimos años creciendo y desarrollándose, la misma que busca nuevas formas de estilo de vida, es así que El Complejo Turístico Sierra Tropical ofrece servicios que satisfagan nuevas necesidades que se presentan en la población de la provincia.

c. VARIABLES LEGALES Y POLITICAS

Las decisiones que una empresa tome se ven afectadas por los cambios en el ambiente Político–Legal en el que se mueve. Este entorno se compone de leyes, entidades públicas, y grupos de presión que influyen y limitan a las organizaciones.

El Complejo Turístico Sierra Tropical por ser una empresa del sector Turístico esta respalda en la Ley de Turismo, y actualmente se encuentra enmarcada en esta Ley.

La nueva Ley de Turismo del Ecuador está planteada para desarrollar una de las industrias más prósperas en todo el mundo, privilegia la protección al turista en calidad de consumidor final porque "un turista bien atendido, es la mejor promoción con la que cuenta el país".

Lo adecuado es trabajar con infraestructura funcional y sobre todo con el recurso humano. Este proyecto de Ley que ha sido analizado por la Presidencia de la República, para luego ser aprobada por el Congreso Nacional, recibió el estímulo de la Organización Mundial de Turismo y del Parlamento Latinoamericano, que recomiendan a los países reajustar sus legislaciones a las condiciones actuales y así redefinir el nuevo rol del Estado, para que tenga la tendencia de facilitador y regulador, dando paso al sector privado para que asuma varias responsabilidades de la actividad turística.

La nueva Ley se fundamenta en cuatro principios fundamentales:

- La transición de un enfoque centrado en la satisfacción de la oferta (los prestadores de servicios) a otro centrado en la satisfacción de la demanda (el turista como cliente y consumidor, a quien se le debe dar servicio de calidad).
- El establecimiento de mecanismos dirigidos a la protección del turista, con miras a elevar su nivel de satisfacción, es decir, potenciar su regreso al país y alentar a otras personas a venir con él. Proteger al turista es lo primordial, para evitar que los viajeros internacionales desistan visitar el Ecuador, ya que mientras un turista satisfecho estimula la visita de otro adicional, un insatisfecho desvía a siete hacia otros mercados competidores.
- La simplificación y delegación de funciones de regulación, supervisión y monitoreo a instancias descentralizadas, con el fin de incrementar la transparencia en el accionar del Estado, al reducirse el campo de las decisiones discrecionales de los servidores públicos del sector al momento de aplicar sanciones, otorgar permisos y dar curso a trámites administrativos relacionados con la operación de negocios turísticos.
- La aplicación de incentivos tributarios destinados a facilitar la captación de la inversión extranjera en el sector turístico, lo cual resulta indispensable no solo para dinamizar el desarrollo de obras de infraestructura, sino también para fomentar la introducción de criterios de excelencia y calidad en el servicio.

Igualmente, privilegia la protección al turista en calidad de " consumidor final", para ello se creó la Fiscalía de Turismo, dependiente de la Fiscalía General del Estado, que tendrá una nueva base para tratar asuntos de tipo civil y penal, en coordinación directa con el Ministerio de Turismo. Otro aspecto del proyecto de la Ley es eliminar las barreras de tipo burocrático y jurídico que impidan el libre acceso de ciudadanos, sean personas naturales o jurídicas, a ejercer una actividad lícita. La Ley también crea dos instancias de participación del sector privado: un Comité Consultivo que actúa como cuerpo asesor del Ministro, en el que participa la Federación de Cámaras de Turismo, en representación del sector privado y la promoción turística, que necesita una planificación de corto, mediano y largo plazo para vender Ecuador en el mundo como un "país verde".⁸

El Complejo Turístico Sierra Tropical, debe sujetarse a las regulaciones que se implanten en el régimen de manera que se cumplan los objetivos del país, como es el de brindar un servicio de calidad al visitante que llega al Ecuador, así ofreciendo una infraestructura adecuada, excelencia en el servicio, calidez humana, etc. factores que permitirá tanto a las empresas dedicadas al turismo como al país, ser reconocidos por el mundo.

d. VARIABLES TECNOLOGICAS.

El entorno de las organizaciones presenta día a día nuevas tecnologías que remplazan las anteriores; a la vez que crean nuevos mercados y oportunidades de comercialización, muchos de los productos más comunes hoy en día no existían hace cuarenta años, John F, Kennedy no conoció los ordenadores personales, los relojes digitales, los videos o el fax, siempre se sigue trabajando en nuevas ideas.

Los cambios en la tecnología pueden afectar seriamente las clases de productos disponibles en la industria, ciclos de vida de un producto, las clases de procesos empleados para producir esos productos, los servicios que se ofrece, puede afectar los valores y estilos de vida del consumidor, etc. Al hablar de tecnología nos referimos al uso de técnicas que involucran la aplicación de nuevos avances de la ciencia, es decir, el conocimiento científico del medio

⁸ WWW. Leyturismo.com

ambiente, del hombre y sus propiedades, lo cual requiere de la inversión de grandes cantidades de capital.

El Complejo Turístico Sierra Tropical para llegar a cumplir las expectativas del cliente debe contar con ciertos aspectos tecnológicos en lo que se refiere a maquinaria, equipos, e instalaciones, que se requiere para el desenvolvimiento de las actividades del mismo. Además teniendo en cuenta que la comunicación es la base de una organización debe existir tecnología en lo que se refiere a Internet, Tv Cable, Teléfono, Fax, Página Web, etc. los cuales nos permiten enlazarnos de una manera óptima y eficaz con el mercado y el medio que lo rodea.

Sin embargo se deberá tomar en cuenta que la tecnología es un proceso en constante cambio, razón por la cual el Complejo Turístico Sierra Tropical, debe estar siempre a la vanguardia de cualquier cambio tecnológico que pueda afectar tanto interna como externamente.

2.2.2. MICROAMBIENTE

a. CLIENTES

Cabe indicar que los servicios que ofrece el Complejo Turístico Sierra Tropical, no son limitados a persona alguna, no existe discriminación social u otro factor que impida a que cualquier persona adquiera estos servicios.

Los clientes actuales que mantiene el Complejo Turístico Sierra Tropical durante su tiempo de funcionamiento son los siguientes

- Personal de instituciones del sector privado
- Personal de instituciones del sector público
- Público en general, quienes acuden los fines de semana, entre familia ya sea adultos o niños.

b. PROVEEDORES

Los proveedores con los que se relaciona, el Complejo Turístico Sierra Tropical, son todas las empresas que provee de insumos para la realización de las actividades, así para el área de restaurante en lo que se refiere a carne, embutidos, legumbres, abarrotes, etc. Para el área del bar: gaseosas, cerveza, confites, snack, etc. Área de mantenimiento y recreación, desinfectantes, productos de tratamiento y purificación del agua.

Los proveedores que se selecciona, deberán ofrecer servicios bajo estándares de calidad tanto exigidos por el Complejo Turístico Sierra Tropical, como por los clientes. A continuación se detalla una lista de los principales proveedores. Ver cuadro No. 8.

CUADRO No. 8

LISTA DE PRINCIPALES PROVEEDORES SIERRA TROPICAL

PROVEEDOR	ARTICULOS	CIUDAD
Abarrotes la Feria	Abarrotes	Latacunga
Cenacop	Carnes	Latacunga
Comercial bbb	Almacén	Quito
Comercial Mova	Licores	Latacunga
Confiteca	Confites	Latacunga
Edgar Factos	Cerveza	Latacunga
Ebutidos la Aragonesa	Carnes y embutidos	Latacunga
Ebutidos la Madrileña	Carnes y embutidos	Latacunga
Farmacia Veterinaria	Desinfectantes	Latacunga
Ferías Latacunga Saquisilí	Legumbres	Latacunga Saquisilí
Florería el Paraíso	Flores	Latacunga
Frito Lay	Snack	Latacunga
Gaseosas del Cotopaxi	Gaseosas	Latacunga
Helados pingüino	Helados	Latacunga
Hydroclass	Art. Hídricos	Quito
Importaciones HyH Químicos	Desinfectantes	Quito
Kronox	Desinfectantes	Quito
Supermercado Aki	Abarrotes	Latacunga
Supermercado Rosim	Abarrotes	Latacunga

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

2.3. CONSUMIDOR DEL SERVICIO

2.3.1. SEGMENTACION DEL CONSUMIDOR.

El segmento objetivo del Complejo Turístico Sierra Tropical, esta orientado principalmente hacia los habitantes del cantón Latacunga, sin dejar de lado los demás cantones aledaños como son Salcedo, Pujilí, Saquisilí. El segmento objetivo lo componen las personas que pertenecen a la población económicamente activa que pertenecen a los cuatro cantones meta, quienes perciban ingresos, entre los cuales se pueden identificar personal de instituciones públicas, privadas y público en general.

Los servicios están destinados para la familia, amigos, grupos sociales que deseen distracción, diversión, comodidad, alimentación, en base a la calidad en el servicio. Los clientes potenciales son aquellas personas que requieren por deporte, salud, o relajamiento disfrutar de las áreas de sauna, turco, piscina, e hidromasaje ideales para evitar el estrés.

Además el servicio de restaurante, con sus exquisitos platos que deleitará a las personas que buscan comida típica, platos a la carta y las exquisitas parrilladas, etc.

El salón de uso múltiple el cual es apto para dictar cursos, talleres, seminarios ya sea para profesionales, estudiantes, hombres de negocios, empresarios, etc.

2.3.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR.-

Considerando que los servicios que ofrece El Complejo Turístico Sierra Tropical se encuentran en la clasificación de bienes o servicios suntuarios, el perfil del consumidor es de aquellas personas que pertenecen a la clase social medio alto, que conforman la población económicamente activa, es decir cuentan con un trabajo e ingresos estables; además que mantengan un estilo de vida moderno y busquen áreas para descansar, relajarse, compartir en familia y disfrutar de un sano esparcimiento.

2.4. DETERMINACION DE LA DEMANDA.

“Siendo la demanda la cuantificación de la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere para satisfacer una necesidad o deseo específico a un precio determinado”⁹, no es fácil determinarla cuando no existe información estadística disponible para conocer los gustos y preferencias del consumidor. En estos casos la información primaria pasa a ser una opción necesaria, por lo que teniendo en cuenta que existen pocas empresas (Complejos Turísticos) en la ciudad de Latacunga es necesario recurrir a fuentes de información en el campo, para lo cual se diseñó una encuesta (Ver anexo No. 2), destinada a las principales empresas que de una u otra forma ofrecen los servicios que dispone el Complejo Turístico Sierra Tropical, la encuesta fue aplicada a todas las empresas dedicadas a esta rama, por lo que no se determinó una muestra.

La encuesta fue aplicada a las siguientes empresas: Complejo Turístico Surillal que pertenece al cantón Salcedo, Complejo Turístico del Municipio de Salcedo Nagsiche, Complejo Turístico Paraíso de María, Hostería Rumipamba de las Rosas ubicada en el mismo cantón, Complejo de Turístico la Alsacia y Complejo Turístico Sierra Tropical en el cantón Latacunga. Ver cuadro No. 9.

CUADRO No. 9
ESTABLECIMIENTOS ENCUESTADOS

ORDEN	NOMBRE	UBICACION
1	COMPLEJO EL SURILLAL	SALCEDO
2	COMPLEJO MUNI. NAGSICHE	SALCEDO
3	COMPLEJO PARAISO DE MARIA	SALCEDO
4	COMPLEJO ALSACIA	LATACUNGA
5	HOSTERIA RUMIPANBA ROSAS	LATACUNGA
6	COMPLEJO SIERRA TROPICAL	LATACUNGA

FUENTE: Cámara de Turismo Cotopaxi.

ELABORADO: Maribel Avila G.

⁹ Evaluación de Proyectos, Sapag Chain Mc Graw Hill Cuarta Edición.

La encuesta fue aplicada con el objetivo de conocer los siguientes datos.

- Clasificar y determinar las características de los clientes de las empresas que brindan este servicio.
- El número de visitantes que reciben.
- Conocer los principales servicios que ofrecen.
- Porcentaje utilizado de la capacidad instalada.
- Tarifas promedio de los servicios
- Futuras implementaciones.

ANALISIS DE INFORMACION PRIMARIA.

PREGUNTA 1

¿Qué tipo de visitantes ha recibido en su establecimiento? (Porcentaje).

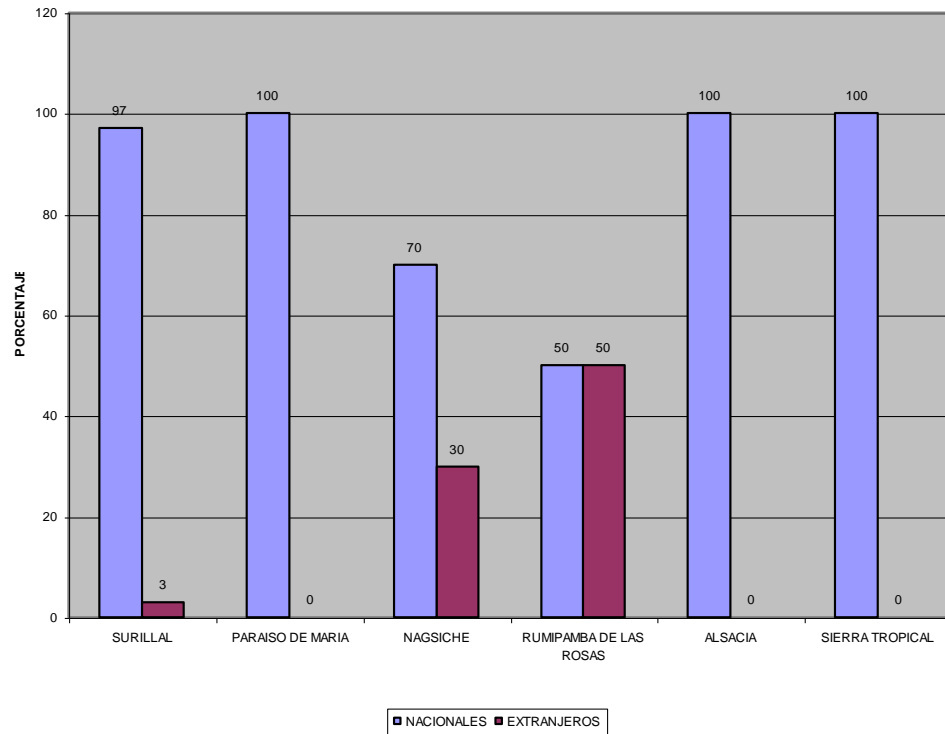
CUADRO No. 10
TIPO DE VISITANTE

	SURILLAL	PARAISO MARIA	NAGSICHE	RUMIPAMBA ROSAS	ALSACIA	SIERRA TROPICAL	TOTAL PROMEDIO
NACIONAL	97	100	70	50	100	100	86
EXTRANJE	3	0	30	50	0	0	14
PORCENTA	100	100	100	100	100	100	100

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

GRAFICO No. 3
TIPO DE VISITANTE (porcentaje)



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: En el cuadro No. 10 y gráfico No. 3 se determina que el 86 % de los visitantes en promedio, que reciben los establecimientos son nacionales, y un 14 % son extranjeros. Como vemos la mayoría de personas que visitan los complejos turísticos son nacionales.

PREGUNTA 2

2.- ¿La procedencia de los visitantes nacionales es? (Porcentaje)

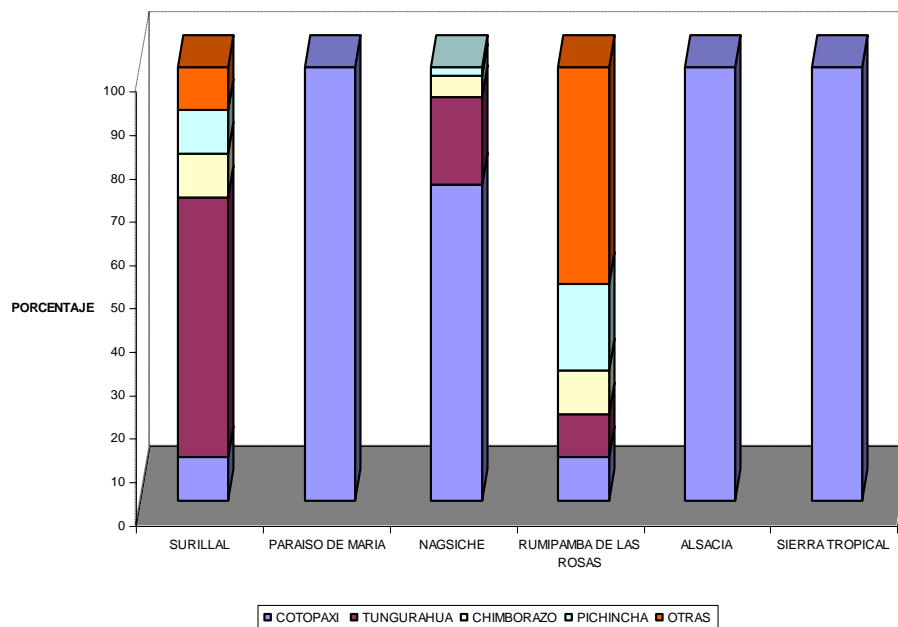
CUADRO No. 11
PROCEDENCIA VISITANTES NACIONALES

	SURILLA	PARAIS MARIA	NAGSIC	RUMIPAM ROSAS	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
COTOPAXI	10	100	73	10	100	100
TUNGURAH	60		20	10		
CHIMBORAZ	10		5	10		
PICHINCHA	10		2	20		
OTRAS	10			50		

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

GRAFICO No. 4
PROCEDENCIA DEL VISITANTE NACIONAL



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: Para la mayoría de empresas el lugar de procedencia es de la provincia de Cotopaxi, a excepto del complejo El Surillal que sus visitantes son de la provincia de Tungurahua, y para la Hostería Rumipamba de las Rosas que el 50% de sus clientes son de la Provincia del Guayas.

PREGUNTA 3

3.- ¿Qué número de personas aproximadamente visitan su establecimiento al mes?.

CUADRO No. 12
NUMERO DE VISITANTES AL MES

N° VISITANTES	SURILLAL	PARAISO MARIA	NAGSICHE	RUMI ROSAS	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
100-300		*			*	
300-600						
600-1000			*			
1000-1500	*			*		*

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: En el cuadro No. 12, El Complejo Turístico Surillal y el Complejo Sierra Tropical, reciben más de 1500 personas al mes, mientras las tres empresas restantes reciben en promedio de 100 a 300 personas mensualmente.

PREGUNTA 4

4.- ¿De los visitantes que llegan a su establecimiento, qué porcentaje son?

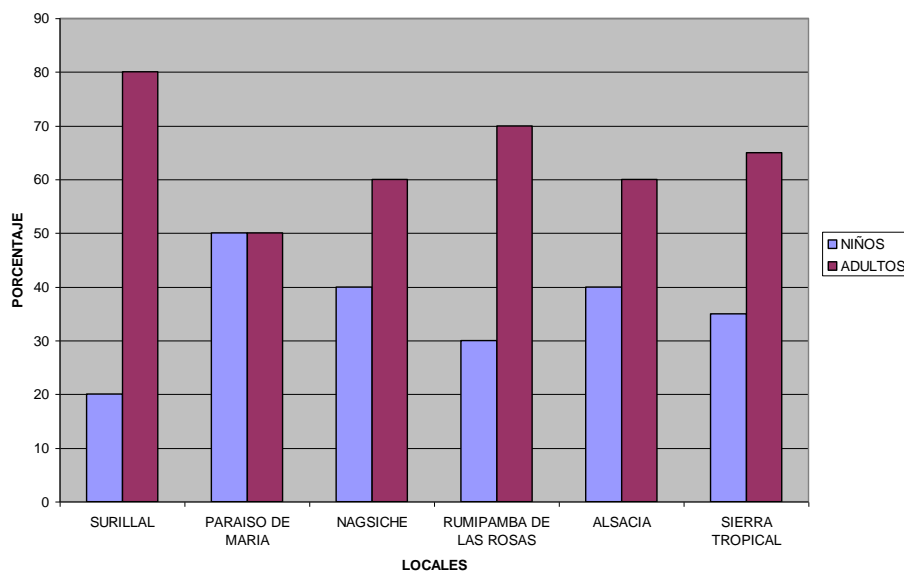
CUADRO No. 13
PORCENTAJE NIÑOS / ADULTOS

	SURRILLAL	PARAISO MARIA	NAGSICHE	RUMI. ROSAS	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
NIÑOS	20	50	40	30	40	45
ADULTOS	80	50	60	70	60	55

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

GRAFICO No. 5
PORCENTAJE DE NIÑOS Y ADULTOS



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANÁLISIS: En el Gráfico No. 5 se detalla, el porcentaje de visitantes de niños y adultos, de acuerdo a las empresas encuestadas difiere de una a la otra, para lo cual en promedio de los diferente establecimientos existe un 37.50% de niños y el 62.50% es de personas adultos en promedio general.

PREGUNTA 5

5.- ¿Qué días esta disponible los servicios de su establecimiento?

CUADRO No. 14
DIAS DE ATENCION

	SURRILLAL	PARAISO MARIA	NAGSICH	RUMIP ROSAS	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
DIAS DE SERVICIO	MARTES DOMINGO	LUNES DOMINGO	MARTES DOMINGO	LUNES DOMINGO	VIERNES DOMINGO	MIERCOLES DOMINGO

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: El Complejo Turístico Paraíso de Maria y la Hostería Rumipamba de las Rosas atienden todos los días, las demás empresas no trabajan por lo menos un día a la semana tal es el caso del Complejo Surillal, Nagsiche, mientras el Complejo Alsacia atiende únicamente los fines de semana.

PREGUNTA 6

6.- ¿El horario de atención del establecimiento es?

CUADRO No. 15
HORARIO DE ATENCION

	SURRILLA	PARAISO MARIA	NAGSI	RUMIP ROSAS	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
HORARIO	9H00/18H00	9H00/18H00	7H00/18H00	24 HORAS	9H00/18H00	9H00/18H00

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: la mayoría de las empresas encuestadas trabajan de 9:00 a 18:00, a excepción de la Hostería Rumipamba de las Rosas que obviamente por su servicio de hospedaje atiende las 24 horas.

PREGUNTA 7

7.- ¿Qué tipo de tarifa maneja?

CUADRO No. 16

PRECIOS

	PARAISO		RUMIP		SIERRA
SURILLAL	MARIA	NAGSICHE	ROSAS	ALSACIA	TROPICAL
3-5	1-3	1-3	+5	1-3	1-3

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: Las empresas encuestadas han mantenido un precio estable y constante, en la actualidad el precio fluctúan entre un dólar y tres dólares en base a los servicios que ofrecen cada una de las empresas.

PREGUNTA 8

8.- ¿Su establecimiento concede beneficios a grupos?

CUADRO No. 17

CONCEDEN BENEFICIOS A GRUPOS

	SURILLAL	PARAISO		RUMIP		SIERRA
BENEFICIOS	MARIA	NAGSICHE	ROSAS	ALSACIA	TROPICAL	
DESCUENTOS	*	*	*	*	*	*
PROMOCIONES	*			*	*	*
MEMBRESIAS	*				*	

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: Todas las empresas conceden descuentos y promociones a grupos de clientes, el Complejo Turístico El Surillal concede “membresías”¹⁰

¹⁰ Membresía, tarjeta concedida a miembros de instituciones, asociaciones para un determinado tiempo, y un precio establecido.

PREGUNTA 9

9.- ¿Actualmente qué servicios ofrecen?

CUADRO No. 18
SERVICIOS QUE OFRECE

SERVICIOS	SURILLAL	PARAIS MARIA	NAGSICH	RUMIP ROSAS	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
PISCINA	*	*	*	*	*	*
SAUNA	*				*	*
TURCO	*				*	*
HIDROMASAJ	*				*	*
CANCHA DEPORTIVAS	*	*	*		*	*
HOSPEDAJE				*		
MASAJES						
RESTAURANT	*			*	*	*
SALON RECEPCIONES	*			*		*
OTROS	*	*		*		

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: Se observa que todas las empresas encuestadas cuentan con el servicio de piscina, y canchas deportivas. A excepción del Complejo Paraíso de Maria y Nagsiche no cuenta con servicios adicionales a más de los dos indicados anteriormente, los demás complejos cuentan con restaurante, sauna, turco, hidromasaje, salón de recepciones.

Cabe indicar que la Hostería Rumípamba de las Rosas es la única que ofrece servicio de hospedaje, paseo en motos, carrusel, alquiler de carrozas, iglesia, entre otras. El Complejo Paraíso de Maria cuenta con un servicio adicional de discoteca y pesca deportiva.

PREGUNTA 10

10.- ¿En qué porcentaje están siendo utilizadas sus instalaciones?

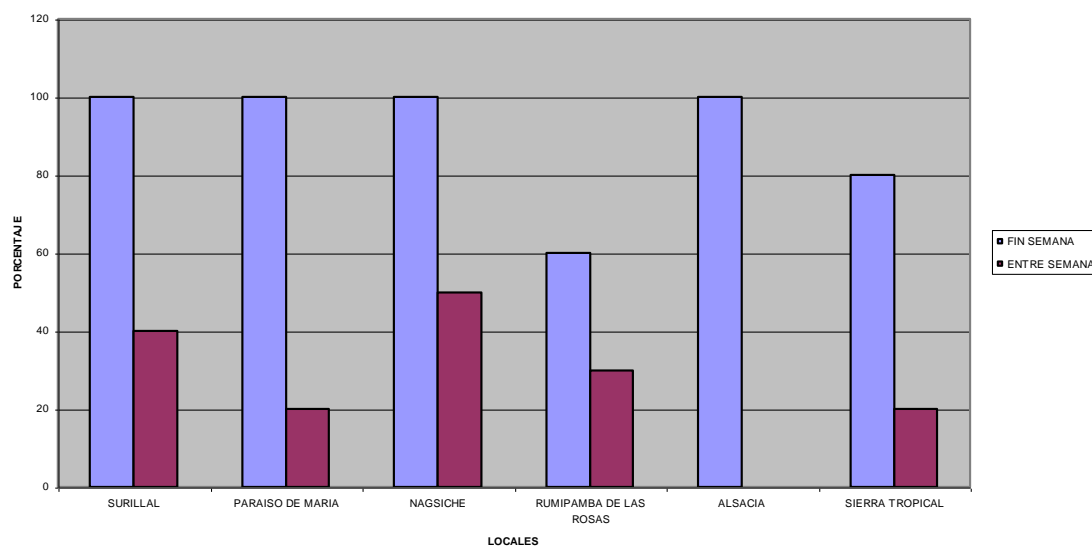
CUADRO No. 19
PORCENTAJE DE CAPACIDAD UTILIZADA

CAP. UTILIZA	SURILLAL	PARAISO MARIA	NAGSICHE	RUMIP ROSAS	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
FIN SEMANA	100	100	100	60	100	80
ENTRE SEMANA	40	20	50	30	0	20

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

GRAFICO No. 6
CAPACIDAD UTILIZADA PORCENTAJE



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: La capacidad utilizada es clasificada en los fines de semana, y entre semana, dado que como todo centro turístico esta orientado a los días de descanso, y feriados en el cual existe una mayor demanda alcanzando en la mayoría de las empresas encuestadas al 100 por ciento, con una media de 90%, no así; entre semana cuya media asciende al 26%.

PREGUNTA 11

11.- ¿Cuántas personas están en capacidad de atender en un día en su establecimiento?

CUADRO No. 20
CAPACIDAD INSTALADA

CAPAC. DIARIA	SURILLAL	PARAISO MARIA	NAGSICHE	RUMPA ROSAS	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
100-200					*	
200-300		*	*			
300-400	*					*
400-500						
500-----				*		

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: El Complejo Turístico Alsacia, es aquel que posee la menor capacidad instalada, el Complejo Paraíso de Maria y Nagsiche se encuentran en similares condiciones con una capacidad mediana, siendo el Complejo Turístico El Surillal y el Complejo Turístico Sierra Tropical con una capacidad mayor entre 300 a 400 personas, y la Hostería con una capacidad mucho mayor.

PREGUNTA 12

12.- ¿De los servicios que ofrece, cuál es el de mayor preferencia por parte de los visitantes?.

CUADRO No. 21

SERVICIO DE MAYOR PREFERENCIA

SERVICIOS	SURILAL	PARAISO		RUMIP ROSAS	ALSACIA	SIERRA	
		MARIA	NAGSIC			TROPIC	
PISCINA	*		*		*	*	
SAUNA	*				*	*	
TURCO	*				*	*	
HIDROMASAJE	*				*	*	
CANCHA DEPORTIVAS	*		*				
HOSPEDAJE	*						
MASAJES	*						
RESTAURANTE	*		*	*			
SALON RECEPCIONES	*						*
DISCOTECA PESCA		*					

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: Para las diferentes empresas aplicadas la encuesta, todos los servicios son complementarios y mantienen la misma preferencia, cabe indicar que para el Complejo Turístico Paraíso de Maria es notoria la preferencia por la discoteca y pesca deportiva, de igual manera para la Hostería Rumipamba de las Rosas su servicio de mayor preferencia es el servicio de restaurante.

PREGUNTA 13

13.- ¿Desde qué año funciona el establecimiento?

CUADRO No. 22**TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO**

INICIO	SURILLAL	PARAISO MARIA	NAGSICHE	RUMIP ROSAS	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
AÑO	2001	1998	1998	1978	1996	2003

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: La Hostería Rumipamba de las Rosas viene funcionando como tal, desde hace 25 años, con sus servicios principales de hospedaje y restaurante, en la ciudad de Latacunga en el año 1996 inicio el complejo Turístico Alsacia, en el cantón Salcedo en el año 1998 el Complejo Municipal Nagsiche, y en el mismo año el Complejo Turístico Paraíso de Maria en el mismo cantón, seguido en el año 2001 el Complejo Turístico el Surillal, y finalmente en el año 2003 el Complejo Turístico Sierra Tropical. en la ciudad de Latacunga. Cada uno de los diferentes Complejos Turísticos, han ido implementando servicios complementarios encaminados a la satisfacción de las necesidades de los visitantes.

PREGUNTA 14

14.- ¿Cuántas personas estima que visitaron cada año?

CUADRO No. 23**DEMANDA POR AÑO**

AÑO	SURILLAL	PARAISO DE MARIA	NAGSICHE	ALSACIA	SIERRA TROPICAL	TOTAL
1998		4800	2000	1080		7880
1999		4848	2300	1188		8336
2000		4896	2358	1307		8561
2001	15600	4945	2416	1437		24399
2002	17160	4995	2477	1581		26213
2003	18876	5045	2539	1739	16800	44999

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: Los Complejos Turísticos visitados no llevan estadísticas del número de personas que llegan al establecimiento, sin embargo en base a la experiencia de los administradores quienes nos detallaron la información anteriormente descrita, se puede analizar que la demanda de los distintos centros turísticos ha ido incrementándose con transcurso del tiempo.

La Hostería Rumipamba de las Rosas es la única institución que lleva un respectivo registro de visitantes.

PREGUNTA 15

15.- ¿El precio en los diferentes servicios en los años anteriores?

CUADRO No 24
PRECIO EN LOS DIFERENTES AÑOS - DOLARES

AÑO	SURILLAL	PARAÍSO MARIA	NAGSICH	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
1998		0,04	0,04	0,20	
1999		0,20	0,04	0,20	
2000			0,25 -0,50	0.5-1	
2001	0,50 -1	1	0,25 -0,50	0.50-1	
2002	1 - 2	1	0,80 -0,50	1-2	
2003	1,50 - 3	1	0,50 -1	1,5-3	1,50-3

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS.- En los años 1998 a 2000 en el Ecuador se mantenía como moneda el sucre, es así que los valor corresponde a dicha moneda transformada a dólares, se puede observar que a partir del año 2000 en adelante los precios se han mantenido entre los establecimientos, habiendo diferencia en el complejo Nasigche que tiene sus precios relativamente inferiores, lo cual se debe a que es una entidad Pública.

PREGUNTA 16

16.- ¿En el futuro qué servicios implementaría?

CUADRO No. 25
SERVICIOS A IMPLEMENTAR

SURILLA	PARAISO MARIA	NAGSICH	RUMIPAB ROSAS	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
Ampliación	Sauna turco	Sauna turco.	Sauna-turco, hidromasaje	Ampliación	Ampliación

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: Los servicios principales a implementar por las empresas, es incorporar el servicio de sauna, turco, e hidromasaje, y aquellas que ya mantienen dichos servicios desean ampliar sus instalaciones.

2.4.1. DETERMINACION DE LA DEMANDA HISTORICA

La determinación de la demanda se la realizó en base a la información recolectada en la investigación de campo a los diferentes establecimientos que prestan este servicio, cabe indicar que para el cálculo de la demanda histórica no se tomó en cuenta La Hostería Rumipamba de las Rosas; ya que no presta los servicios de un Complejo Turístico en sí, está dedicada más a la rama de hospedaje y restaurante.

A continuación se presenta el cuadro No. 26, en el que se demuestra la base histórica de los demandantes de los principales establecimientos.

CUADRO No. 26
DEMANDA HISTORICA (personas)

AÑO	SURILLAL	PARAISO DE MARIA	NAGSI	ALSACIA	SIERRA TROPIC	TOTAL
1998		4.800	2.000	1.080		7.880
1999		4.848	2.300	1.188		8.336
2000		4.896	2.358	1.307		8.561
2001	15.600	4.945	2.416	1.437		24.399
2002	17.160	4.995	2.477	1.581		26.213
2003	18.876	5.045	2.539	1.739	16.800	44.999

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

2.4.2. PROYECCION DE LA DEMANDA

En base a los datos sobre el número total de visitantes que han acudido a los diferentes Complejos Turísticos en los últimos seis años se ha realizado la proyección de la demanda para los próximos cinco años.

METODO PARA LA PROYECCION DE LA DEMANDA .

Se utilizó en el Método de Tendencia Central, la técnica denominada mediana dado que es la más acorde a la realidad, la misma que toma en cuenta el valor central de las observaciones es un estadígrafo de posición, logrando determinar un valor central de la demanda histórica de los diferentes Complejos Turísticos. No se utilizó una media aritmética que es una cifra promedio, porque existen valores dispersos es decir extremos y no permiten determinar un promedio real, de igual manera la técnica de la moda, ya que la base histórica de la demanda no se presentan valores repetitivos.

MEDIANA 16480

Con base al cálculo de la mediana, cifra adquirida en base al programa Excel, se estima la proyección para los siguientes años así: Siendo en el año 2004 $44999+16480=61479$, así respectivamente hasta el año 2008.

CUADRO No. 27
PROYECCION DEMANDA (personas)

AÑO	DEMANDA
2004	61.479
2005	77.959
2006	94.439
2007	110.919
2008	127.399

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

En el cuadro No. 27 se demuestra que la proyección para los próximos cinco años: para el año 2004, acudirán a los diferentes Complejos Turísticos 61.479 personas, 2005 visitaran 77.959, 2006 acudirán 94.439, en el año 2007 visitaran 110.919 personas los diferente complejos, y en el 2008 las personas que acudirán será de 127.399, el flujo de visitantes se incrementará paulatinamente con el transcurso de los años.

Cabe indicar que para la determinación de la proyección de la demanda, se toman datos cuantitativos, que afectan al pronóstico, tales como situación económica, ingresos un factor muy importante, debidos que se trata de un servicio suntuario es decir no constituye una necesidad básica por lo que puede ser fácilmente reemplazado, por nuevas necesidades de los visitantes, etc. Por tal razón es importante monitorear permanentemente dichos factores de manera que no afecten la proyección.

2.5. DEMANDA TOTAL ESPERADA.

Para la determinación de la demanda esperada total, se determinó mediante la aplicación de encuestas dirigidas a la población meta, (Ver anexo No. 3), la cual tiene por objetivo

determinar el porcentaje de la población meta que acude a complejos turísticos, frecuencia con que visita, preferencia de servicios, indagar sobre las necesidades que los clientes presentan, etc.

El universo de la investigación es la población económicamente activa PEA, de la provincia de Cotopaxi, principalmente de los cantones Latacunga, Salcedo, Saquisilí, Pujilí. El universo de la investigación será un total de 111.732 habitantes que pertenecen a la población Económicamente Activa. Ver cuadro No. 28.

CUADRO No. 28
POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

CANTON	PEA
LATACUNGA	58.884
PUJILI	23.200
SALCEDO	21.121
SAQUISILI	8.527
TOTAL	111.732

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

ELABORADO: Maribel Avila G.

Para evitar el exagerado dispendio de recursos económicos y humanos en el proceso investigativo se extraerá del universo una muestra representativa mediante la utilización de un método adecuado. Aplicando una formula matemática, podemos calcular una muestra que será una cantidad aceptable de informantes que reúnan las mismas características del universo de estudio.

Para la determinación de la muestra se aplicará una fórmula estadística la misma que contiene ciertos aspectos tales como:

PARAMETRO: El parámetro de descripción es 111.732 habitantes que conforma la PEA de los cantones Latacunga, Salcedo; Pujilí y Saquisilí.

NIVEL DE PRECISION.- Esta es la diferencia máxima permisible entre la estadística de la muestra y el parámetro de la población, para el presente estudio se considera un margen de error del +-10%.

NIVEL DE CONFIANZA.- Es el rango en el que se encuentra el parámetro de la población real en el intervalo de confianza será del 95%. Que corresponde a un valor de Z de 1.96 (Según tabla de distribución Normal). Fórmula estadística.

$$n = N * Z^2 * PQ / ((N-1) * E^2 + Z^2 * PQ)$$

Simbología.

n = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confianza 1.96

P = Probabilidad de ocurrencia 0.50

Q = Probabilidad de no ocurrencia 0.50

E = Error admisible 10%.

N = Población o Universo. 111.732 habitantes.

Desarrollo de la fórmula:

$$n = 111.732 * (1.96)^2 * (0.50 * 0.50) / ((111.732 - 1) * (0.10)^2 + ((1.96)^2 * (0.50 * 0.50)))$$

$$n = 107307.41 / 1118.27$$

$$n = 95.95 = 96 \text{ encuestas.}$$

El tamaño de la muestra para la población meta con un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 95% es de 96 encuestas.

METODO DE MUESTREO.

Se aplicó el método de muestreo aleatorio simple, cada elemento del universo tiene la oportunidad probabilística fija de ser seleccionado para la muestra. Se Optó por este método por cuanto la investigación se hará por medio de entrevistas personales en las diferentes instituciones públicas y privadas, colegios, negocios, cooperativas, etc. es decir sitios de trabajo en donde se encuentra la PEA meta.

PROCESAMIENTO DE DATOS:

De la encuesta diseñada (Anexo No. 3), se analizarán las preguntas número 1 y 4, que corresponden al porcentaje de personas que les gusta visitar complejos turísticos y la frecuencia con que la realizan.

PREGUNTA 1.-

1.-¿Le gusta visitar Complejos Turísticos?

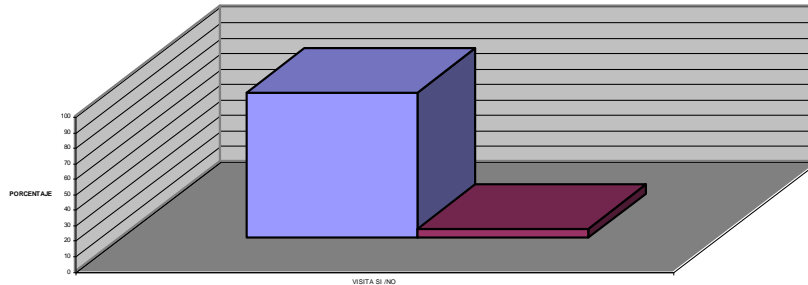
CUADRO No. 29
VISITAN COMPLEJOS TURISTICOS

VISITAN	PORCENTAJE
SI	96%
NO	4%
TOTAL	100%

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

GRAFICO No. 7
VISITAN COMPLEJOS TURISTICOS



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

ANALISIS: Se observa que de la PEA el 96% le gusta visitar Complejos Turísticos en la provincia de Cotopaxi, y un 4% de la misma no acude a Complejos Turísticos.

PREGUNTA 4

4.-¿Con qué frecuencia visita un Complejo Turístico?

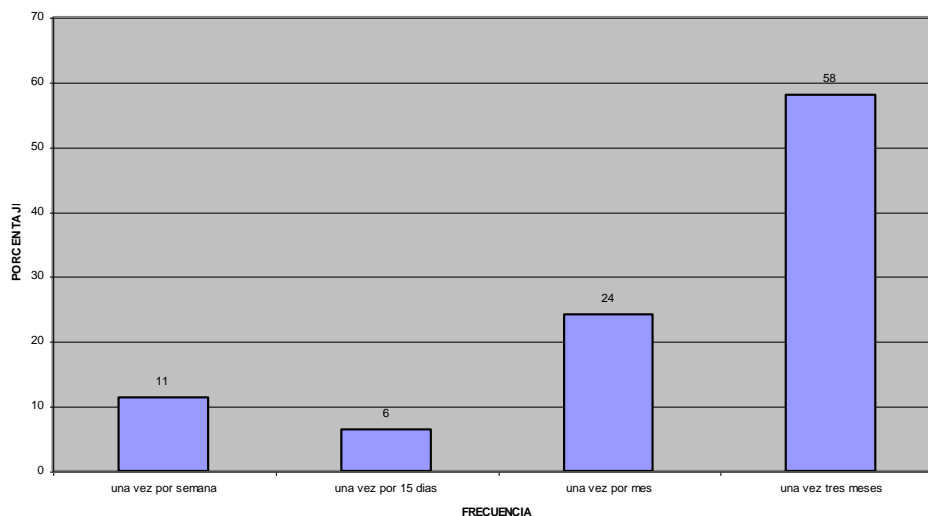
CUADRO No. 30
FRECUENCIA QUE VISITA UN COMPLEJO TURISTICO

FRECUENCIA	%
Una vez por semana	12
Una vez por 15 días	6
Una vez por mes	24
Una vez tres meses	58
TOTAL	100

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

GRAFICO No. 8
FRECUENCIA CON QUE VISITA UN COMPLEJO



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 31
PROYECCION DE LA POBLACION ECOMONICAMENTE ACTIVA RELACION
VISITA COMPLEJOS TURISTICOS

AÑO	TASA CRECIMIENT ANUAL (TCA)=3.60 PEA	VISITAN 96%	NO VISITAN 4%
2003	111.732	107.262	4.469
2004	115.754	111.124	4.630
2005	119.922	115.125	4.797
2006	124.239	119.269	4.970
2007	128.711	123.563	5.148
2008	133.345	128.011	5.334
2009	138.145	132.619	5.526

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

En el cuadro No. 31 se detalla la proyección de la población económicamente activa de acuerdo a la tasa de crecimiento anual (TCA), dada por el INEN del 3.60 %. A la vez se determina el 96% de PEA que si le gusta visitar complejos turísticos, y el 4% que no visita complejos turísticos.

CUADRO No. 32
PEA PROYECTADA SEGUN % DE VISITA COMPLEJOS TURISTICOS.

AÑO	POBLACION	12% 1sem.	6% 1*quin	24% 1mes	58% 1*3meses	100%
2004	111.124	13.335	6.667	26.670	64.452	111.124
2005	115.125	13.815	6.907	27.630	66.772	115.125
2006	119.269	14.312	7.156	28.625	69.176	119.269
2007	123.563	14.828	7.414	29.655	71.666	123.563
2008	128.011	15.361	7.681	30.723	74.246	128.011

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Ávila G.

En el cuadro No. 32 se determinó el porcentaje respectivo de acuerdo a la frecuencia anual, con que visita un Complejo Turístico, un habitante que pertenece a la PEA, (Población Económicamente Activa).

CUADRO No. 33
DEMANDA ESPERADA TOTAL AL AÑO

AÑO	48 VECES	24 VECES	12 VECES	4 VECES	TOTAL AÑO
2004	640.075	160.019	320.038	257.808	1.377.940
2005	663.118	165.779	331.559	267.089	1.427.546
2006	686.990	171.748	343.495	276.704	1.478.937
2007	711.722	177.930	355.861	286.666	1.532.179
2008	737.344	184.336	368.672	296.986	1.587.337

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

En el cuadro N ° 33, se determinó la demanda total al año, teniendo en cuenta que el 12% de PEA, visita una vez por semana es decir al año visitará los diferentes o el mismo Complejo 48 veces, 24, 12, 4, respectivamente lo cual sumado al año, da como resultado la demanda esperada total de cada año.

2.6. CUANTIFICACION Y ANALISIS DE LA OFERTA.

Siendo la oferta el número o cantidad de bienes o servicios que los oferentes están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

Para el análisis de la oferta se analizó las preguntas realizadas en la encuesta aplicada a los diferentes establecimientos del sector turístico, en la cual no se tomará en cuenta la Hostería Rumipamba de las Rosas, por la razón explicada anteriormente. Así en base a los años de funcionamiento se determina el número de establecimientos por año:

CUADRO No. 34
ESTABLECIMIENTOS POR AÑO

AÑO	LOCALES	NOMBRE	CANTON
1996	1	Alsacia	Latacunga
1997	1		
1998	3	Nagsiche Paraíso Maria	Salcedo Salcedo
1999	3		
2000	3		
2001	4	Surillal	Salcedo
2002	4		
2003	5	Sierra Tropical	Latacunga

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

Se demuestra en el cuadro No. 34, el incremento paulatino de los Complejos Turísticos, en los diferentes años, se observa que no existe un crecimiento considerable de establecimientos. De los cinco Complejos Turísticos, tres de ellos se encuentran en el Cantón Salcedo (Paraíso de Maria, Nagsiche, Surillal), y; en la ciudad de Latacunga (Alsacia y Sierra Tropical).

En base a la información recolectada en los diferentes Complejos Turísticos, se determina la capacidad diaria de sus instalaciones, multiplicado por los días que durante el año prestan sus servicios, nos da como resultado la capacidad total instalada al año, de cada uno de los establecimientos. Ver cuadro No. 35.

CUADRO No. 35
CAPACIDAD INSTALADA EN COMPLEJOS TURISTICOS

LOCALES	CAPACIDAD INSTALADA DIARIA	DIAS SERVICIO	CAPACIDAD TOTAL INSTALADA
SURILLAL	400	312	124.800
PARAISO MARIA	200	260	104.000
NAGSICHE	200	312	124.800
ALSACIA	200	156	62.400
SIERRA TROPICAL	400	260	104.000
TOTAL			520.000

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

En base a la oferta histórica, recolectada a través de fuente primaria, se determina que esta crece pasando un año, para determinar la proyección de la oferta se toma el porcentaje de los dos últimos crecimientos, del cual se obtuvo un promedio de 50%, en base al cual se calculó la oferta para los próximos cinco años.

CUADRO No. 36
OFERTA HISTORICA COMPLEJOS TURISTICOS

AÑO	OFERTA
1996	62.400
1997	62.400
1998	291.200
2000	291.200
2001	416.000
2002	416.000
2003	520.000

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO N° 37
OFERTA PROYECTADA COMPLEJOS TURISTICOS

AÑO	OFERTA
2004	520.000
2005	780.000
2006	780.000
2007	1.170.000
2008	1.170.000

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

2.7. DETERMINACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA

“Se define como la demanda insatisfecha a la cantidad de demanda que la oferta no esta en condiciones de satisfacer, la demanda puede clasificar en relación con su oportunidad, con su necesidad, con su temporalidad, con su destino, y con su permanencia

En relación con su oportunidad, la demanda puede ser de tipo insatisfecha cuando la oferta no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado, o satisfecha , dividiéndose en satisfecha saturada, cuando no es posible hacer crecer bajo ninguna circunstancia, y demanda satisfecha no saturada cuando aparentemente satisfecha puede, mediante la publicidad u otros instrumentos de marketing hacerse crecer.

De acuerdo a su necesidad, la demanda puede ser básica o suntuaria. La demanda básica se refiere aquella que la comunidad requiere ineludiblemente para mantenerse y desarrollarse; ejemplo vestuario, alimentación, vivienda, educación, transporte, salud, etc, la demanda Suntuaria es aquella que se relaciona con la intención de satisfacer un gusto, más que una necesidad por ejemplo un vehículo, perfume. etc.

En relación a su temporalidad existe demanda continua y la demanda cíclica, en el primer caso es a aquella que es permanentemente como la alimentación o vivienda; mientras que en el

segundo caso es aquella de tipo no permanente como se produce en las fiestas de navidad o vinculadas con las vacaciones, entre otras.

De acuerdo a su destino, la demanda se clasifica como bienes finales los que son adquiridos para ser consumidos directamente o de bienes intermedios los que son requeridos para ser utilizados en la elaboración de otros bienes.

En relación con la permanencia, la demanda puede clasificarse como flujo y de stock, la demanda flujo corresponde a aquella que se vincula con un carácter permanente, la de stock se asocia con aquella que se produce para satisfacer una demanda finita en el tiempo”¹¹.

Así tenemos los servicio que ofertan los diferentes Complejos Turísticos, pertenecen a una **demanda satisfecha no saturada**, ya que mediante estrategias de marketing, como, calidad, precios, localización estratégica, etc, ayudan ha incrementar la demanda del servicio.

De acuerdo con su necesidad, los servicios **son suntuarios** es decir satisfacen un gusto, una diversión, es decir no es una necesidad básica de supervivencia.

En relación a su temporalidad, es una demanda cíclica, que generalmente es demandada, los fines de semana y los días festivos en los cuales los posibles clientes salen en busca de diversión, descanso.

Para el Complejo Turístico Sierra Tropical, se ha determinado como segmento de mercado objetivo, las personas que pertenecen a la población económica activa de la provincia de Cotopaxi, es decir quienes poseen un trabajo, por lo que perciben de ingresos sean estos mensuales, diarios, quincenales; quienes estarían en condiciones de visitar los fines de semana y feriados sitios de distracción, relajamiento con la familiar y/o amigos.

¹¹ Preparación y Evaluación de Proyectos, Nassir, Sapag Chain cuarta edición.

CUADRO No. 38
DEMANDA INSATISFECHA COMPLEJOS TURISTICOS

AÑO	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA ESPERADA	DEMANDA INSATISFECHA
2004	520.000	1.377.940	857.940
2005	780.000	1.427.546	647.546
2006	780.000	1.478.937	698.937
2007	1170.000	1.532.179	362.179
2008	1170.000	1.587.337	417.337

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

En el cuadro No. 38, se demuestra que año a año se va disminuyendo la demanda insatisfecha, es importante señalar que existen segmentos de mercado insatisfechos, dentro de la provincia, entre ellos posible clientes que no están en condiciones de cancelar el precio determinado por los actuales oferentes, desearía que fuese inferior a un dólar, y por el contrario estratos de clientes quienes requieren servicios adicionales y estarían en capacidad de cancelar un costo elevado.

2.8. ANALISIS DE PRECIOS

Para la fijación del precio del servicio, no existe ningún tipo de Regulación por parte del Gobierno Nacional, Por ello los mecanismos para la determinación del precio esta sujeto a varios aspectos determinados por la empresa, y el mercado.

2.8.1. ANALISIS PRECIOS COMPETENCIA.

Para el análisis de precios se analizará desde el año 2001 de las diferente empresas competidoras, ya que en este año el Ecuador consolidó el sistema de Dolarización, como se puede ver existe relación entre las tres empresas que ofertan los mismos servicios como son Surrillal, Alsacia, Sierra Tropical, mientras que entre los dos complejos restantes, cuentan con el servicio solo de piscina mantienen un precio similar entre si. Por lo que para el análisis de precios se tomará como competidores principales únicamente el Complejo Turístico Surrillal, el Complejo Turístico Sierra Tropical y el Complejo Alsacia. Ver cuadro No. 39

CUADRO No. 39
PRECIO EN LOS PRINCIPALES COMPETIDORES DOLARES

AÑO	SURILLAL	ALSACIA	SIERRA TROPICAL
2001	0,50-1	0.5-1	
2002	1-2	1-2	
2003	1,50-3	1,50-3,00	1,50-3

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

Es importante analizar que un factor determinante en el precio son los costos, es por tal razón que mientras más servicios una empresa ofrezca mayor será su precio ya que sus costos se elevarán.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, estableció el precio conforme al incremento de sus servicios en base principalmente a sus costos de operación, y al precio de la competencia o del mercado así, inicio sus actividades solamente con el servicio de piscina de agua fría por lo que el costo era de un dólar, paulatinamente implantó el sistema de agua caliente y su precio se elevó a dos dólares, y en la actualidad cuenta con servicios de sauna, turco, e hidromasaje, por lo que su precio es de tres dólares.

Para un análisis de precios se toman en cuenta los precios de adultos únicamente, del cual se determinó un precio promedio por año, los mismos que se detallan en el cuadro No. 40.

CUADRO No. 40

PRECIO PROMEDIO DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES (Dólares)

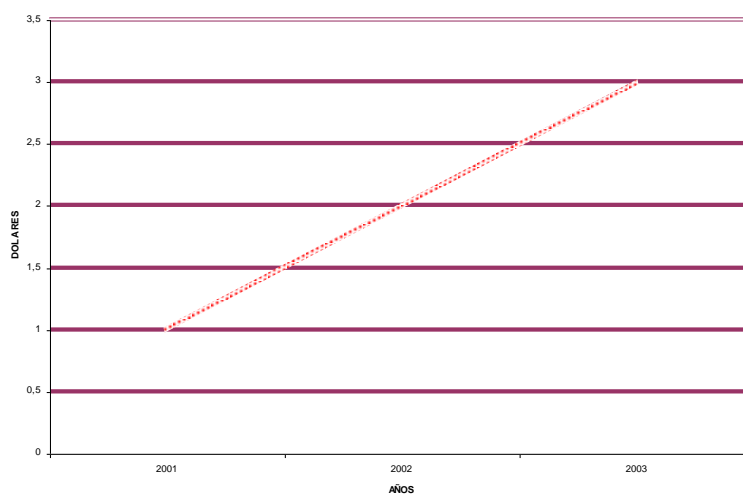
AÑO	SURILLAL	ALSACIA	SIERRA TROPICAL	PROMEDIO
2001	1	1		1
2002	2	2		2
2003	3	3	3	3

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

GRAFICO No. 9

LINEA DE TENDENCIA DE PRECIO PROMEDIO



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 41
PROYECCION DE PRECIOS

ANOS	X	Y
2004	4	4
2005	5	5
2006	6	6
2007	7	7
2008	8	8

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

En el cuadro No. 41, y gráfico No. 9, se demuestra que los precios tendrán un incremento gradual en cada año, de acuerdo a la base de años anteriores, estos precios fueron determinados basados en un precio promedio que cobran los diferentes Complejos Turísticos investigados, este cálculo se realizó mediante la elaboración de la ecuación lineal, obtenida a través del programa Excel, con la cual se obtuvo un grado de correlación de 1 .

$$Y = x$$

$$R^2 = 1$$

2.9. ELASTICIDAD DE PRECIO.

“De acuerdo con la teoría de la demanda del consumidor, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor.

La cantidad demandada de un bien aumenta al bajar el precio del producto, al aumentar el precio de los bienes sustitutos o reducir el de los complementarios, al aumentar el ingreso del consumidor y al aumentar las preferencias del consumidor por ese producto.

La teoría económica indica que la relación funcional entre el precio y cantidad demandada es inversa, es decir al subir el precio disminuye la cantidad demandada. Los estudios económicos han sido determinantes en señalar la evidencia de esta relación para la gran mayoría de bienes llamados “normales”. Con otro tipo de bienes, la relación puede ser directa, como es el caso de los bienes de lujo.

La determinación de la elasticidad de la demanda o elasticidad-precio de la demanda permitirá cuantificar el cambio relativo en las cantidades vendidas ante la variación en los precios y se mide como el cambio porcentual en la cantidad demandada dividido por el cambio porcentual en el precio.”¹²

Se determina los precios promedios de los diferentes Complejos Turísticos en los últimos años en base a la investigación realizada ver. Cuadro No. 42. También se establece la variación de las cantidades demandadas en los complejos turísticos investigados. Ver Cuadro N ° 43.

$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{(P_1 + P_2)/2}{(Q_1 + Q_2)/2}$$

Donde:

ΔQ ΔP se refiere a los cambios en la cantidad y en el precio respectivamente.

CUADRO No. 42

PRECIO PROMEDIO DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES

AÑO	SURILLAL	ALSACIA	SIERRA TROPICAL	PRECIO PROMEDIO	VARIACION
2002	2	2		2	1
2003	3	3	3	3	1

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

¹² Preparación y evaluación de proyectos, cuarta edición Pág. 37

CUADRO No. 43**CANTIDAD DEMANDADA PROMEDIO DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES**

AÑO	SURILLAL	ALSACIA	SIERRA TROPICAL	TOTAL	VARIACIÓN
2003	15.600	1.437		17.037	
2002	17.160	1.581		18.741	1.704
2003	18.876	1.739	16.800	37.415	18.674

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 44**ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA**

AÑO	$\Delta Q / \Delta P$	$\frac{P1+ P2/2}{Q1+ Q2/2}$	EP
2003	18.674	2.50/28.078	1.6627

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

La demanda es elástica cuando el valor absoluto de la elasticidad precio EP es mayor a uno, es unitaria si es EP igual a uno, y es inelástica si EP es menor a uno.

En el cuadro No. 44, se determinó la elasticidad precio arco de la demanda, del servicio que ofrecen los Complejos Turísticos encuestados en el cual se observa, que corresponde a una elasticidad elástica en el año 2003.

La elasticidad elástica nos demuestra que por cada 1 % de variación en el precio del servicio, ocasionará una variación en la cantidad demandada de 1.66%.

Cabe indicar que el incremento de los precios en los diferentes Complejos Turísticos se originan generalmente debido al incremento de servicios que ofertan; tal es el caso del Complejo Turístico Sierra Tropical que fue incrementando su precio a través del incremento de servicios adicionales (sauna/ turco/ hidromasaje) lo que generó un incremento de clientes que requiere dichos servicios, lo que sustenta una elasticidad elástica.

Se debe considerar que debido a la falta de estadísticas de los diferentes Complejos Turísticos investigados, impide un análisis de elasticidad-precio al momento de una variación en el precio, por lo que al considerar una estimación anual se distorsiona los datos y no permite establecer una reacción instantánea en la variación de la cantidad con respecto a la variación del precio.

CAPITULO III

ANALISIS SITUACION ACTUAL ADMINISTRATIVA, TECNICA Y FINANCIERA.

3.1. ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL ADMINISTRATIVA.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, inició sus actividades operativas sin contar con una estructura administrativa previamente determinada, como sucede en la mayoría de proyectos, ya que se originó como un negocio familiar, es decir no existe puestos de trabajo establecidos, ni personal fijo contratado, no con cuenta con horario de atención establecido, etc. Con el transcurso del tiempo y a través de las experiencias adquiridas, y necesidades presentadas, fue organizando sus actividades en base a criterios de los tres accionistas, los mismos que determinaron ciertos aspectos organizacionales tales como:

Misión

El Complejo Turístico Sierra Tropical esta orientado a prestar servicios de piscina, sauna, turco, en la ciudad de Latacunga.

Dicha misión esta establecida de forma muy subjetiva, no está enfocada en función al cliente, y no toma en cuenta aspectos que han cambiando, innovando e implementando servicios.

Visión

Complejo Turístico Sierra Tropical no tiene establecida una visión.

Políticas

En cuanto a las políticas estas fueron establecidas, pero no por escrito tales como:

- Horario de atención de Miércoles a Domingo
- Costos de los servicios. Adultos 3.00 Dólares y 1.50 Dólares. Niños.
- Identificación de áreas productivas: Restaurante, Bar, Recreación y Salón recepciones.

Estrategias

El Complejo Turístico Sierra Tropical no cuenta con estrategias establecidas.

Planes

Las actividades que en la actualidad cumple el Complejo Turístico Sierra Tropical, no se realizan bajo una planificación, las actividades se ejecutan de acuerdo a las necesidades de cada área, considerando el presupuesto al momento.

Estructura del Complejo Turístico Sierra Tropical

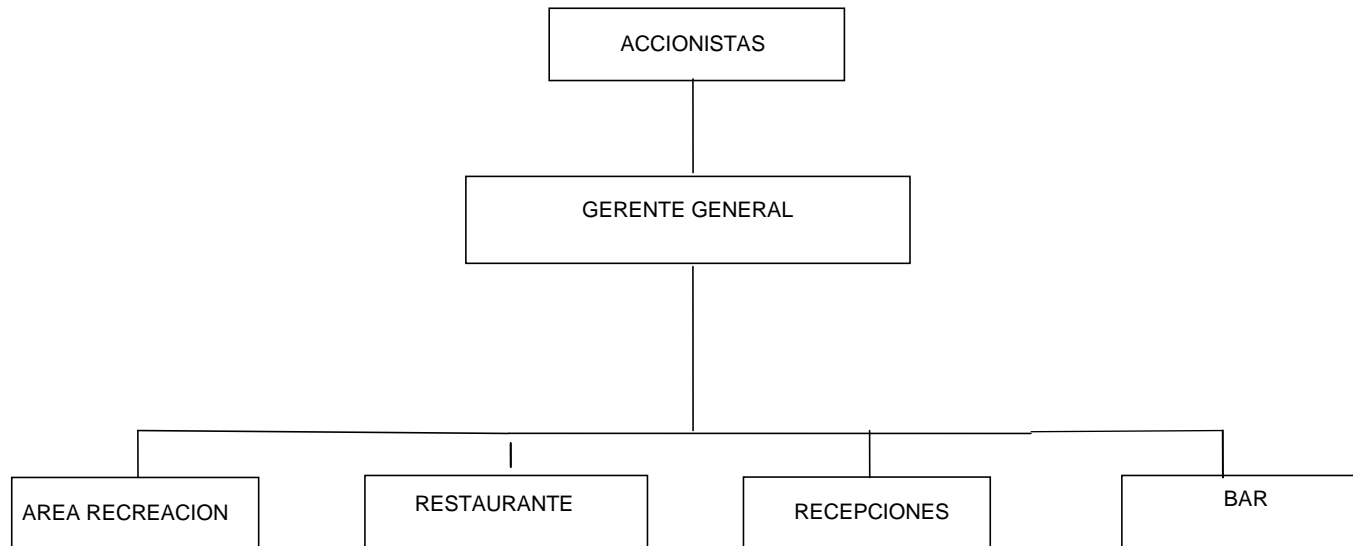
El Complejo Turístico Sierra Tropical, cuenta con una estructura lineal, en la cual se puede distinguir dos niveles de mando, así el nivel directivo el mismo que lo conforman los tres accionistas, un nivel operativo para cada área, puestos que de acuerdo a las necesidades son cubiertas por familiares o personal ocasional.

En lo que se refiere a una estructura funcional, los distintos puestos no cuentan con funciones específicas, dado que depende de los requerimientos del momento, es de decir, el personal rota en cualquier cargo que hiciera falta, e incluso el nivel directivo quienes ejercen el cargo de Gerente es rotativo, es decir un accionista por semana, quien es encargado de planificar, organizar, dirigir, controlar las actividades que se ejecutan en un tiempo determinado.

A continuación se detalla el levantamiento del Organigrama Estructural actual del Complejo Turístico Sierra Tropical.

GRAFICO No. 10

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL ACTUAL COMPLEJO TURISTICO SIERRA TROPICAL



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.2. ANALISIS DE LA SITUACION TECNICA

3.2.1. DISEÑO DE LA CONSTRUCCION

El Complejo Turístico Sierra Tropical, se encuentra ubicado en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga en la parroquia de San Buenaventura, en la Avenida Miguel Iturralde Kilómetro 3 ½ vía a Múlalo, al final de la pista del Aeropuerto Internacional Cotopaxi; además existen vías de acceso: la principal vía la Avenida Miguel Iturralde, otra desde la Panamericana Norte y desde la parroquia San Buenaventura. (Ver Anexo No. 4)

El entorno arquitectónico del Complejo Turístico “Sierra Tropical” se caracteriza por la utilización de elementos tradicionales como adobe, ladrillo, piedra, teja, que conforman la típica arquitectura neocolonial de los pueblos, casa con techos inclinados, ventanas pequeñas y recibidores para resguardarse del sol y la lluvia (portales). Sin embargo hay excepciones que desentonan el lugar, pero que advierten el desarrollo y el “modernismo”, convirtiéndose en una gran zona comercial, es así que El Complejo Turístico Sierra Tropical, cuenta con un diseño de construcción moderna con un aspecto rústico, tiene construcción de paja muy original de la Sierra, combinada con estilo de clima tropical mediante la instalación en el área de recreación de cubierta de material polietileno que permite mantener una temperatura cálida.

La construcción esta diseñada de manera que se pueda apreciar los dos climas existentes es decir Sierra y Trópico, dando origen así a su razón social, SIERRA TROPICAL.

3.2.1.1 MEDIO FISICO.-

1. Clima

La temperatura en la Parroquia oscila entre los 5 a 25 grados centígrados. Dentro del Complejo Turístico por ser bajo invernadero fluctúa entre 20 a 30 grados centígrados.

2. Forma y Topografía

El terreno es de forma irregular, alargada, con un área de 5.150.30 m², es bien accidentado y posee curvas bastante espaciadas, esto ha permitido aprovechar de mejor manera, en la distribución adecuada de los espacios.

3. Paisaje Natural

Conforma la potencialidad estética de la zona y es la que incide o repercute psíquicamente en el visitante; en el paisaje no se puede evaluar su calidad sino su belleza, concepto que pertenece al pensamiento de cada individuo y varía de una cultura a otra en cada individuo.

La localización del Complejo Turístico Sierra Tropical es una área que cuenta con todos los servicios públicos tales como:

- Energía eléctrica
- Agua potable
- Teléfono
- Recolección de basura y residuos
- Vías alternas
- Transporte

3.2.1.2 ESPECIFICACIONES DE DISEÑO

Para la construcción de piscinas y modificaciones tanto pública, semipúblicas, y privadas deben regirse al Reglamento de Piscinas del Ministerio de Salud Pública.

En el cual consta las siguientes definiciones.

1. PISCINA

Por piscina se entiende una estructura o estanque con sus instalaciones y equipos anexos para su funcionamiento, destinado al baño o deportes acuáticos de diversas personas.

- **PISCINA PUBLICAS.**

Son aquellas que se permite el acceso del público en general

El Complejo Turístico Sierra Tropical, pertenece a esta categoría.

- **PISCINA SEMIPUBLICAS.**

Son aquellas que pertenecen a hoteles, clubes, comunidades de diversa índole, dedicadas a uso exclusivo de los socios, huéspedes o miembros.

- **PISCINAS PRIVADAS.**

Son aquellas de uso de su propietario y sus relacionados.

- **PISCINAS INTERMITENTES**

O de renovación periódica, son aquellas que en el agua es renovada por otra limpia , mediante vaciamiento total.

- **PISCINAS CONTINUAS**

Son aquellas en que el agua fresca entra y sale continuamente, mediante un sistema especial de drenaje.

- **PISCINAS DE RECIRCULACION**

Son aquellas que están alimentadas por agua propia de los drenajes, la misma que se aprovecha después de un adecuado tratamiento.

El Complejo Turístico cuenta con la piscina la misma que pertenece al tipo de piscinas de recirculación

2. LIMITE DE CARGA-

Como limite de carga de una piscina se entiende el número máximo de personas que pueden entrar a la piscina y estar en sus alrededores al mismo tiempo, el limite de carga es de 80 personas en el caso del Complejo Turístico Sierra Tropical.

3. EQUIPAMIENTO BASICO.

Los locales en donde funcionan piscinas públicas o semipúblicas estarán dotados de:

- Vestuarios con guarda ropas
- Duchas
- Servicios higiénicos
- Lava pies
- Implementos para el control de agua
- Equipo de prestación de primeros auxilios.
- Avisos de información al usuario sobre: horario de atención, capacidad y límite de carga, uso de vestuarios, prevención de riesgos y calidad de agua.

4. VESTUARIOS

Los vestuarios serán separados para hombres y mujeres, bien ventilados y mantenidos en buenas condiciones higiénicas.

Los pisos serán pavimentados con materiales antideslizantes y con suficiente declive hacia los desagües. Las paredes estarán revestidas de material liso o impermeable y los tabiques de separación terminaran a 0.20mts. antes del suelo.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, cuenta con dos tipos de vestidores clasificados de la siguiente manera:

Vestidores Hombres	4
Vestidores Mujeres	7

El piso de los vestidores en la actualidad, no es de un material antideslizante por lo que es necesario tapizar el piso, para evitar caídas.

5. SERVICIOS SANITARIOS.

Los servicios sanitarios estarán localizados cerca de los vestidores y los clientes tendrán que pasar obligatoriamente por las duchas y lava pies antes de reingresar a la piscina.

Existirán servicios sanitarios separados para bañistas y espectadores y en ambos casos separados para hombres y mujeres.

El Complejo Turístico Sierra Tropical en la actualidad, no existe una adecuada división entre hombres y mujeres, por lo que se debería ampliar los servicios sanitarios.

6. LOS LAVA PIES

Los lava pies deben ser localizados a la entrada de la piscina forzando al bañista a caminar y desinfectar sus pies, tendrán las siguientes dimensiones mínimas, de 1.00*0.30mts.

Los lava pies serán mantenidos con una dosificación de cloro que varía entre 50 a 100 ppm. (Partículas por millón).

El Complejo Turístico Sierra Tropical cuenta con desinfectante de los pies el mismo que tiene una dimensión 2.10m * 0.75m. el mismo tiene una división para desinfectar los pies y otro para calzado.

7. CIRCULACION PERIMETRAL.

Rodeando a la piscina se construirá de 1.20 mts. de ancho con un declive de 2% en el sentido contrario al de la piscina, con una superficie áspera o antideslizante.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, cuenta con una circulación de mármol alrededor de la piscina con un declive adecuado.

8. PIEZAS SANITARIAS EN PISCINAS

N ° DE PIEZAS SANITARIAS.	HOMBRES	MUJERES
1 Inodoro por cada	60	40
1 Lavamanos por cada	60	60
1 Ducha por cada	30	30
1 Unitario por cada	60	

El Complejo Turístico Sierra Tropical, de acuerdo a las especificaciones establecidas, requiere de baterías sanitarias tanto para hombres y mujeres.

9. PISCINAS INFANTILES

Toda piscina pública o semipública tendrá la piscina con condiciones de construcción, funcionamiento e higiénicas de acuerdo con la norma dedicada al uso exclusivo de menores de 10 años.

Las piscinas exclusivas de niños reunirán las mismas condiciones de construcción que las demás, solamente su profundidad no podrá sobrepasar los 0.70mts, y los declives hacia los desagües tendrán una pendiente máxima del 2%. La piscina de niños del Complejo Turístico Sierra Tropical, se encuentra bajo los requerimientos establecidos.

10. PISCINAS INTERMITENTES

Se prohíbe la construcción de piscinas intermitentes o de renovación periódica salvo el caso que su renovación se justificara plenamente.

11. PROFUNDIDAD

La profundidad de una piscina podrá variar entre 0.90mts. y 1.50 mts en la parte más baja, y de 1.80 a 3.60mts en la profunda. Entre el 80 y 90 % del área total de una piscina deberá tener una profundidad menor a 1.50mts., la parte profunda deberá extenderse por lo menos de 3.00 a 3.50 mts., del trampolín. El Complejo Turístico Sierra Tropical, cuenta con una

piscina bajo las características establecidas, su profundidad mínima es de 0.60 y su profundidad máxima 1.90m.

12. PENDIENTES DEL FONDO

Los declives del fondo de la piscina serán uniformes no se permiten cambios bruscos de pendiente, admitiéndose declives de 5 a 6 %. El Complejo Turístico Sierra Tropical, con respecto a la pendiente del fondo no existe pendiente brusca, mantiene un declive uniforme.

13. ASIDEROS

Las piscinas deberán tener asidero en todo su contorno recomendándose para ello, las canaleras de rebelase, siempre que estén bien diseñadas y sea lo suficientemente profundas para que los dedos del bañista no toquen el fondo. La construcción de los asideros del Complejo Turístico Sierra Tropical se encuentra dentro de lo establecido.

14. ESCALERAS

En cada una de las esquinas deberá construirse una escalera, que puede ser de tubo galvanizado de 1 ½ pulgada. Se recomienda la construcción de peldaños empotrados en las paredes. En ningún caso, la distancia entre dos escaleras continuas será mayor de 23 mts.

El Complejo Turístico Sierra Tropical cuenta solo con una escalera, localizada en la parte más profunda.

15. ENTRADAS DE AGUA.

Las piscinas deberán tener cuatro entradas de agua localizadas en la parte menos profunda de la piscina y su dimensión no podrá ser inferior a 75 mm, de diámetro, esta piscina cuenta con una entrada de agua, ya que se trata del sistema de recirculación.

16. EVACUACION DE AGUA

La canalización para el escurrimiento del agua estará dimensionada de modo que permita su vaciamiento en cuatro horas. Estas salidas estarán localizadas en la parte más profunda de la piscina. La evacuación total de la piscina del Complejo Turístico Sierra Tropical, del agua se tarda 12 horas la cual debería ser disminuida al mínimo establecido.

17. TRAMPOLINES

Las piscinas provistas de trampolines y /o plataformas tendrán las siguientes profundidades mínimas a nivel del sector destinado al lanzamiento.

Las alturas y profundidades mencionadas se medirán desde la superficie del agua

Relevación de la plataforma	Profundidad de la piscina
0.30	1.80
0.90	2.40
1.50	2.70
2.10	3.30
3.00	3.60

El Complejo Turístico Sierra Tropical, cuenta con un tipo trampolín diseñado sobre las dimensiones establecidas.

18. FACILIDADES PARA MINUSVALIDOS

Se debe facilitar el acceso y uso de instalaciones públicas a los minusválidos considerándose los siguientes aspectos.

- Facilidad de acceso mediante rampas de pendiente no mayor al 10%
- Puertas y pasillos adecuados al tránsito en sillas de ruedas, con anchos mínimos de 1.00mts.
- Vestuarios adecuados con las siguientes dimensiones mínimas de 2.00 *2.00 mts.
- Acceso a la piscina a través de escalones, tobogán o plano inclinado.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, no cuenta con facilidades para minusválidos en sus diferentes áreas, las mismas que deben ser construidas y habilitadas.

19. EQUIPO DE EMERGENCIA

Toda piscina debe contar con el siguiente equipo de emergencia

- Cuerdas y boyas
- Botiquín y equipo de primeros auxilios
- Varas de madera de una longitud igual a la mitad del ancho de la piscina

El Complejo Turístico Sierra Tropical, no cuenta con equipo de emergencia.

3.3. EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA

3.3.1. ANTECEDENTES

La construcción del Complejo Turístico Sierra Tropical, se realizó sin contar con planos arquitectónicos establecidos, éste se lo ejecutó en base a los criterios de los accionistas, los mismos que habían investigado en varias lugares el diseño de la construcción, además esta se adecuó a los materiales que se disponía, así la madera, paja, material de polietileno, etc.

La construcción del Complejo fue ajustándose a las condiciones del terreno, recursos disponibles, y a las necesidades del cliente ya que existieron varios cambios una vez que ya estaba prestando sus servicios.

Únicamente el área de recreación (piscina, suna, turco, vestidores, duchas), cuenta con un plano arquitectónico (Ver anexo No. 5), el mismo que contiene varios cambios de acuerdo a los requerimientos del Complejo

Para determinar la construcción de la edificación del Complejo Turístico Sierra Tropical, se preparó un presupuesto por área, considerando la adecuación de vías de acceso, servicios públicos, movimientos de tierra, capacidad de soporte del suelo, etc. Cuyos costos se detallan en los siguientes en los cuadros No. (44-45-46-47-48).

3.3.2. DISTRIBUCION DEL AREA

El Complejo Turístico Sierra Tropical cuenta actualmente con una distribución del área de la siguiente manera:

Parqueaderos	701.50m2
Restaurante	68.00
Cocina	83.00
Bodega	11.10
Cabina de Música	5.60
Bar	16.20
Salón de Recepciones	289.80
Área de Piscina	779.98
Sauna, Turco, Hidromasaje, Piscina Polar.	86.20
Ducha y Vestidores	117.40
Baños	44.40

La distribución de las diferentes áreas del Complejo Turístico Sierra Tropical se han diseñado de tal manera de optimizar a lo máximo la extensión del terreno, el cual la parte destinada a áreas verdes al momento no cuenta con un diseño de distribución, dicha se la utiliza en ocasiones como parqueadero o canchas ocasionales, actualmente se encuentra construido 1.378.10 metros cuadrados.

CUADRO No. 45**PRESUPUESTO DE INFRAESTRUCTURA DE RECEPCION Y RESTAURANTE**

RUBRO	CANT	V. UNIT	VALOR T.
Limpieza manual del terreno	70,00	0,42	29,40
Replanteo y nivelación	69,00	0,55	37,95
Excavación manual de plintos y cimientos	16,44	3,26	53,59
Replantillo de h. Simple 140 kg/cm2	0,45	70,12	31,55
Plintos de h. ciclópeo 180 kg/cm2	16,44	68,08	1.119,24
H. simple en cadena inferiores	1,60	89,78	143,65
H. simple en cadena superiores	1,28	105,34	134,84
H. simple en columnas .20x.30	1,20	95,13	114,16
H. simple en contrapiso sobre empedrado	69,00	7,43	512,67
Masilla y alisado de pisos	69,00	3,08	212,52
Mampostería de ladrillo visto	31,44	11,67	366,90
Estructura de madera y paja en cubierta	1,00	2.000,00	2.000,00
Ventana de aluminio	19,50	39,97	779,42
Vidrio flotado 6 mm oscuro	19,50	23,69	461,96
Mampara de madera	1,00	240,00	240,00
Puertas de vidrio y hierro 1.80 x 2.10	1,00	120,00	120,00
Puertas de vidrio y hierro 0.90 x 2.10	1,00	90,00	90,00
Puerta de madera	1,00	60,00	60,00
Puerta corrediza de metal	1,00	50,00	50,00
Mesa de madera de recepción	1,00	100,00	100,00
Acero de refuerzo FI 8mm a 12 mm	320,00	0,76	243,20
TOTAL			6.901,04

FUENTE: Arq. Hugo Herrera.**ELABORADO:** Maribel Avila G.

CUADRO No. 46

PRESUPUESTO INFRAESTRUCTURA DE BODEGA, HALL, CABINA MUSICA, BAR.

RUBRO	CANT	V. UNIT	V. TOTAL.
Limpieza manual del terreno	76,00	0.42	31,92
Replanteo y nivelación	76,00	0.55	41,80
Excavación manual de plintos y cimientos	18,44	3.26	60,11
Replantillo de h. simple 140 Kg. /cm2	0,45	70.12	31,55
Plintos y cimientos ciclópeo 180 Kg. /cm2	18,44	68.08	1.255,40
H. Simple en cadena inferiores	2,30	89,78	206,49
H. Simple en cadena superiores	3,00	105.34	316,02
H. Simple en columnas .20x.30	1,25	95,13	118,91
H. Simple en contrapiso sobre empedrado	76,00	7.43	564,68
Masilla y alisado de pisos	76,00	3.08	234,08
Mampostería de bloque de alivianamiento	50,00	11,67	583,50
Hormigón en losa de 20cm.	85,00	23.07	1.960,95
Ventana de aluminio	10,40	39.97	415,69
Vidrio flotado 6 mm oscuro	10,40	23.69	246,38
Mesón de cocina	1,00	85.00	85,00
Puerta de madera	4,00	60,00	240,00
Cerámica en mesón de cocina	3,40	7.79	26,49
Cabina de música de madera	1,00	150,00	150,00
Acero de refuerzo FI 8mm a 32mm	618,00	0,76	469,68
TOTAL			7.038,65

FUENTE: Arq. Hugo Herrera.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 47**PRESUPUESTO INFRAESTRUCTURA SALON MULTIPLE**

RUBRO	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Limpieza manual del terreno	330,00	0,42	138,60
Replanteo y nivelación	330,00	0,55	181,50
Excavación manual de plintos y cimientos	41,00	3,26	133,66
Replantillo de H. Simple 140 Kg. /cm2	1,00	70,12	70,12
Plintos de H. Ciclópeo 180 Kg. /cm2	41,00	68,08	2.791,28
H. Simple en cadena inferiores	4,00	89,78	359,12
H. Simple en cadena superiores	4,32	105,34	455,07
H. Simple en columnas .20x.30	3,00	95,13	285,39
H. Simple en contrapiso sobre empedrado	330,00	7,43	2.451,90
Masilla y alisado de pisos	330,00	3,08	1.016,40
Mampostería de ladrillo visto	68,40	11,67	798,23
Estructura de madera y paja en cubierta	1,00	4.000,00	4.000,00
Ventana de aluminio	14,20	39,97	567,57
Vidrio flotado 6 mm oscuro	14,20	23,69	336,40
Mampara de madera	1,00	240,00	240,00
Puerta de madera	1,00	60,00	60,00
Instalaciones eléctricas	1,00	290,00	290,00
TOTAL			14.175,24

FUENTE: Arq. Hugo Herrera.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO N° 48

PRESUPUESTO INFRAESTRUCTURA PISCINA BAÑOS RESERVORIO

RUBRO	CANT	VALOR UNI.	VALOR T.
Limpieza manual del terreno	506,00	0,42	212,52
Excavación piscina	241,60	3,68	889,09
Replanteo y nivelación	506,00	0,55	278,30
Excavación manual de plintos y cimientos	21,58	3,26	70,35
Replanteo de h. simple 140 kg /cm2	0,60	70,12	42,07
Plintos y cimientos de h. ciclópeo 180.	21,58	68,08	1.469,17
H. simple en cadena inferiores	1,84	89,78	165,20
H. simple en cadena superiores	2,76	105,24	290,74
H. simple en columnas .20x.30	1,80	95,13	171,23
H. simple en contrapiso sobre empedrado	76,00	7,43	564,68
Masilla y alisado de pisos	76,00	3,08	234,08
Mampostería de bloque de alivianamiento	50,00	11,67	583,50
Hormigón en losa de 20cm.	85,00	23,07	1.960,95
Ventana de aluminio	10,40	39,97	415,69
Vidrio flotado 6 mm oscuro	10,40	23,69	246,38
Mesón de cocina	1,00	85,00	85,00
Puerta de madera	4,00	60,00	240,00
Cerámica en piso y pared de piscina pequeña	23,10	11,20	258,72
Cerámica en piso y pared de piscina grande	187,00	11,20	2.094,40
Tratamiento borde de la piscina	40,00	9,00	360,00
Baterías sanitarias	1,00	2.500,00	2.500,00
Pintura en el área de piscina	1,00	215,00	215,00
Área de sauna turco e hidromasajes	1,00	4.500,00	4.500,00
Instalaciones eléctrica	1,00	1.200,00	1.200,00
Acero de refuerzo FI 8mm a 32mm	1.567,00	0,76	1.190,92
Imprevistos	1,00	200,00	200,00
TOTAL			20.437,98

FUENTE: Arq. Hugo Herrera.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 49

PRESUPUESTO INFRAESTRUCTURA VARIOS

DESCRIPCION DE RUBROS	CANT	V. Unit	VALOR
Mejoramiento del terreno	1.100,00	0,80	880
Puerta ingreso vehicular	1,00	420	420
Puerta ingreso peatonal	1,00	125	125
Cancha	1,00	500	500
Estacionamientos	1,00	250	250
Áreas verdes	1,00	500	500
Cuarto de maquinas	1,00	2.000	2.000
Acometidas de luz	1,00	550	550
Acometidas de agua potable	1,00	160	160
Acometidas de alcantarillado	1,00	250	250
VALOR TOTAL			5.635

FUENTE: Arq. Hugo Herrera.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.4. PLANOS ARQUITECTONICOS

Los planos arquitectónicos del Complejo Turístico Sierra Tropical se levantó una vez que este ya estuvo construido, lo realizó el Arquitecto Hugo Herrera, (Ver Anexo No. 6), el área total del Complejo Turístico Sierra Tropical es de 5.150,30 m² aproximadamente.

3.5. MOBILIARIOS Y EQUIPOS

EL Complejo Turístico Sierra Tropical, cuenta con los siguientes equipos: de recreación, cocina, música, equipos de oficina, muebles y enseres, los mismos que ha ido adquiriéndose paulatinamente. Ver Cuadro No. 50.

CUADRO No. 50
INVENTARIO DE BIENES INMUEBLES

CAN	DETALLE	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
2	Caldero a gas	2.600,00	5.200,00
4	Calefones youg	195,00	780,00
1	Calefón youg	195,00	195,00
1	Centralina para 10 cilindros	750,00	750,00
1	Chorrera de piedra tallada	150,00	150,00
1	Cocina industrial, 6 quemadores, horno	1.200,00	1.200,00
1	Compactera dennon 2500f, dos discos	450,00	450,00
1	Computadora monitor sansung código a q 17ls71 /	1.214,27	1.214,27
1	CD rew y memoria	95,00	95,00
1	Consola dfx12 makki, negra	696,00	696,00
1	Electrobomba 3hp, serie 02033090	725,89	725,89
1	Equipo de baño turco	750,00	750,00
1	Equipo de hidromasaje para ocho personas	1.500,00	1.500,00
1	Equipo de recirculación filtración y limpieza	1.992,00	1.992,00
1	Equipo para baño sauna	750,00	750,00
1	Escalera americana de aluminio de tres peldaños	230,00	230,00
1	Escritorio grande de madera, color café, 5 gavetas	50,00	50,00
1	Estante metálico celeste, para las canastas	50,00	50,00
2	Estantería de madera	10,00	20,00
1	Estantería de metal y madera negra	20,00	20,00
2	Estantería de metal negro y madera verde	20,00	40,00
1	Gaveta metálica imp., blanca	85,00	85,00
1	Horno eléctrico para 24 pollos, con nueve varillas	1.500,00	1.500,00
1	Impresora epon tmu-200	200,00	200,00
1	Licuadaora	54,46	54,46
1	Medidor de luz	240,79	240,79
40	Mesas de madera, lacadas de 1.20 m x 0.70	4,29	171,60
4	Mesas plásticas de color blanco	16,93	67,72

CAN	DETALLE	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
3	Mesas redondas de madera	12,00	36,00
1	Micrófono inalámbrico a k g uhfht40	320,00	320,00
2	Parlantes fbtmax ga	1.300,00	2.600,00
2	Pedestales de aluminio para parlantes	30,00	60,00
1	Pizarra de tiza líquida de 1.20 x 0.80 metros	20,00	20,00
1	Plancha oster	23,66	23,66
1	Refrigeradora haceb color blanco de dos puertas	390,00	390,00
1	Rotulo eléctrico con la inscripción "sierra tropical"	650,00	650,00
80	Sillas de tubo y tela color azul	15,00	1.200,00
47	Sillas plásticas azules	5,00	235,00
100	Sillas plásticas blancas perugia	4,55	455,00
1	Sillón metálico café	60,00	60,00
1	Sistema de alarma	866,98	866,98
1	Software de punto de venta Aries	450,00	450,00
1	Tanque plástico de 200 litros, negro	170,00	170,00
1	Teléfono general electric 900 mhz inalámbrico	24,13	24,13
1	Transformador de luz	2.510,52	2.510,52
1	Ups pk blackoutbuster interac.1 kva	150,00	150,00
1	Vajilla y menaje	665,95	665,95
1	Vitrina de madera vista y vidrio, tres gavetas	150,00	150,00
1	Vitrina de metal, color plomo	30,00	30,00
1	Estantería de metal, color plomo	22,32	22,32
1	Tanque azul hidroneumático	729,76	729,76
	Suman		30.997,05

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.6. INGENIERIA DEL SERVICIO

El Complejo Turístico Sierra Tropical, ofrece a sus clientes varios servicios entre los principales se encuentran:

- El servicio de recreación, considerando el servicio de piscina, sauna, turco e hidromasaje.
- El servicio de restaurante, entendiéndose la venta de alimentos como: comida rápida, platos a la carta, comida típica, etc.
- El servicio de bar refiriéndose a la venta de productos como gaseosas, snack, licores, confitería etc.
- Servicio de Recepciones, eventos sociales como matrimonios, bautizos, reuniones sociales, etc.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, en la actualidad no cuenta con diagramas de procesos por escrito, las actividades que las diferentes áreas lo realizan de acuerdo a las necesidades de la empresa, más no se han establecido mecanismos de control.

Para analizar la ingeniería de servicios se detalla a continuación el levantamiento de los procesos existentes en cada una de las áreas, para lo cual se utilizará técnicas que se basan en el empleo de diagramas, que se representan por medio de símbolos, los mismos que se describen:

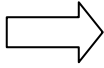
3.6.1. REFERENCIA DEL DIAGRAMA DE PROCESOS



“Operación.- Se produce una operación cuando se modifica las características físicas o químicas del producto, cambio de forma, montaje, desmontaje dar o recibir información, preparación siguiente fase, registrar información o datos, hacer cálculos o planes , etc.



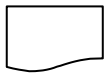
Inspección.- Es una inspección cuando se efectúa una comprobación o identificación, sea de calidad, cantidad, medida, exactitud de datos, etc.



Transporte.- Hay un transporte cuando un objeto o un documento es trasladado de un lugar a otro, sin perder sus características.



Demora o Espera. Se produce cada vez que se produce un almacenamiento temporal, una detención entre operaciones.



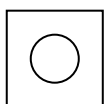
Documento.- Es la creación o elaboración de un documento.



Multi - Documentos, es cuando un documento se lo realiza con copias.



Almacenamiento o archivo.- Es cuando un objeto es guardado o archivado, no pudiendo ser trasladado de dicho lugar sin autorización o permiso.



Operación- inspección.- Se produce cuando existe una operación y al mismo tiempo una inspección.”¹³

¹³ Dr. Víctor Hugo Vásquez, Organización Aplicada, Pág. 214-215.

3.6.2. PROCESO PRODUCTIVO DE BAR

Este proceso se origina cuando el cliente que se encuentra en las instalaciones del Complejo Turístico Sierra Tropical se dirige al área bar, en busca de un producto para su consumo, y termina cuando al cliente se entrega el producto deseado.

A continuación se describe dicho proceso. Cuadro No. 51. y Gráfico No. 11, en los cuales se puede observar que se requiere de 385 segundos, lo que corresponde a 6 minutos 25 segundos, para atender a un cliente en el servicio de bar, además no se recorre distancia considerable ya que todas las actividades se desarrollan en el sitio de trabajo.

**CUADRO N°o. 51
PROCESO PRODUCTIVO BAR**

RESPONSABLE	○	◻	◻	◻	◻	◻	◻	◻	seg. ¹⁴	mts. ¹⁵
CAJERA										
Cliente se dirige al bar	↘*									
Bienvenida al cliente	↓*								5	0
Informa de los productos y precios	*								60	0
El cliente decide restaurante o bar									30	0
Si elige bar selecciona producto	↓*								50	0
Entrega el producto	↓*								30	2
Cobra y realiza factura con copia.									180	0
Entrega factura cliente	*								30	0
TOTAL									385	2

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G

¹⁴ Abreviación de tiempo medido en segundos.

¹⁵ Abreviación de la medida de longitud (metro), corresponde a la distancia recorrida.

3.6.3. PROCESO PRODUCTIVO DE ALIMENTACION

El proceso de alimentación empieza cuando el cliente desea adquirir alimentos como comida rápida, platos a la carta es decir interviene el área de cocina, y termina cuando el cliente a ingerido dichos alimentos.

A continuación se demuestra el desarrollo de dicho proceso. Ver cuadro No. 52 y Gráfico No. 12. En los mismos que se puede determinar que se necesita de 1360 segundos, lo que corresponde a 22 minutos 40 segundos, para despachar un plato, la distancia que se recorre es de 30 metros, en dicho proceso se debe tratar de reducir el tiempo de servicio, eliminando al mínimo el tiempo de preparación, para lo cual se debe contar con los materiales o insumos de cada plato precosidos, ya que en la actualidad no se realiza de esta manera.

3.6.4. PROCESO PRODUCTIVO RECREACION.

El proceso productivo de recreación se origina cuando el cliente desea la utilización de los servicios de piscina, sauna, turco e hidromasaje, para lo cual se dirige a la recepción adquiere un boleto con el cual se dirige al área de recreación, para el uso de los diferentes servicios, y termina el proceso.

Dicho proceso se detalla a continuación. Ver cuadro N ° 53 y Grafico N° 13. Se observa que se requiere de una persona fija, tanto para que reciba el ticket del cliente como para asegurar las pertenencias del cliente, este proceso requiere de 618 segundos lo que corresponde a 10 minutos con 18 segundos por cliente, hasta que se dirija a las diferentes áreas. Se sugiere que se debe buscar un método de control y seguridad para eliminar la utilización de una persona fija, vigilando las pertenencias de los clientes.

3.6.5. PROCESO DE RECEPCIONES.

Este proceso inicia cuando un cliente requiere arrendar el local para un recepción social como matrimonios, bautizo, seminarios, conferencias, reunión social , para lo cual acude a recepción en donde le proporcionan información y se realiza un contrato por escrito, dejando constancia de las condiciones bajo las cuales se sujetará el evento, se presenta en el Cuadro No. 54 Gráfico No. 14. En los cuales se ha determinado que el tiempo para la realización de un contrato es de 1673 segundos, que corresponde a 27 minutos 53 segundos, la actividad que requiere de mayor tiempo es la inspección del local y determinar las condiciones de preferencia del cliente, se sugiere para eliminar tiempo, contar con contratos de servicios impresos previamente, en los cuales solo se registren datos personales de cada cliente.

3.6.6. PROCESO DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO.

Este proceso esta a cargo del personal de mantenimiento, el mismo que deberá mantener las instalaciones limpias, antes, durante y después del servicio. Este proceso se lo realiza en la actualidad sobretodo fuera del horario de atención el mismo que se presenta en el Cuadro No. 55 y Gráfico No. 15, se ha determinado que para la limpieza completa de las diferentes áreas de recreación, se requiere de 300 minutos lo que corresponde cinco horas , lo cual se debe reducir, estableciendo un sistema de control para eliminar el tiempo improductivo, dado que los espacios no son de tamaño considerable, a la vez buscar o investigar métodos de aspirar, ya que esta actividad requiere de tres horas en la actualidad.

3.7 COSTOS Y GASTOS ACTUALES

3.7.1 MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO No. 56
MANO DE OBRA DIRECTA- DOLARES

DETALLE	AÑO-2003
Sueldos y salarios piscina ¹⁶	4.541,91
Beneficios sociales piscina	266,67
Sueldos y salarios bar	1.025,04
Beneficios sociales bar	32,50
Sueldos y salarios restaurante	4.632,50
Beneficios sociales restaurante	337,51
Sueldos y salarios contratos	117,00
TOTAL	10.953,13

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.7.2 MANO DE OBRA INDIRECTA

CUADRO No. 57
MANO DE OBRA INDIRECTA- DOLARES

DETALLE	AÑO-2003
Sueldos personal administración	1.968,38
Beneficios sociales	137,50
Honorarios profesionales	1.420,00
Otro gasto de personal ¹⁷	462,10
TOTAL	3.987,98

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

¹⁶ Valor correspondiente tanto personal ocasional como fijo, por lo que no se estableció un número exacto.

¹⁷ Corresponde a gastos de personal como adquisición de uniforme, capacitación, etc.

3.7.3 EQUIPO DE OFICINA

CUADRO No. 58
EQUIPO DE OFICINA- DOLARES

DETALLE	AÑO-2003
Teléfono Inalámbrico	24,13
Computadora sansum	1.309,27
Impresora Epson	200.00
Ups Pk Blackoutbuster	150.00
Software	450.00
TOTAL	2.133,40

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.7.4 EQUIPO DE RECREACION

CUADRO No. 59
EQUIPO DE RECREACION- DOLARES

DETALLE	VALOR
Equipo de sauna	750.00
Equipo de turco	750.00
Equipo de Hidromasaje	1.500.00
Equipo de recirculación	1.992.00
Calderos de gas	5.200.00
Centralina para 10 cilindros	750.00
Tanque Hidroneumático	729,76
Calefones Yong	975.00
TOTAL	12.646,76

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.7.5 EQUIPO DE COCINA

CUADRO No. 60
EQUIPO DE COCINA- DOLARES

DETALLE	VALOR
Cocina industrial a gas	1.200,00
Horno Eléctrico	1.500,00
Refrigeradora	390,00
Licuada	54,46
Vajilla y menaje	665,95
TOTAL	3.810,41

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.7.6 EQUIPO DE MUSICA

CUADRO No. 61
EQUIPO DE MUSICA- DOLARES

DETALLE	VALOR
Micrófono inalámbrico	320,00
Consola	696,00
Compactera Denon	450,00
Pedestales	60,00
Parlantes	2.600,00
TOTAL	4.126,00

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.7.7 MUEBLES Y ENSERES

CUADRO No. 62

MUEBLES Y ENSERES- DOLARES

DETALLE	VALOR
Escritorios	50,00
Sillas	1.435,00
Mesas	275,42
Estanterías	152,32
Vitrinas	180,00
Pizarra	20,00
Sillas plásticas perugia	455,00
Plancha oster	23,66
Gaveta metálica	85,00
Sillón metálico	60,00
Escalera aluminio	230,00
Tanque plástico	170,00
Chorrera de piedra tallada	150,00
TOTAL	3.286,40

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.7.8 OTRA MAQUINARIA Y EQUIPO

CUADRO No. 63

OTRA MAQUINARIA Y EQUIPO - DOLARES

DETALLE	VALOR
Electro- bomba 3hp	725,89
Rótulo	650,00
TOTAL	1.375,89

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.7.9 COSTOS REPARACION Y MANTENIMIENTO

CUADRO No. 64
COSTO REPARACION Y MANTENIMIENTO - DOLARES

DETALLE	AÑO-2003
Gasto mantenimiento piscina	957,39
Gasto mantenimiento activos	1.439,55
Gasto mantenimiento general	375,60
TOTAL	2.772,54

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.7.10 SEGUROS DE EDIFICIO E INFRAESTRUCTURA.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, no cuenta con aseguramiento de ninguna naturaleza, el edificio, infraestructura y maquinaria no se encuentran asegurados.

3.8 INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

3.8.1 COSTO DEL TERRENO

CUADRO No. 65
COSTO DEL TERRENO - DOLARES

DETALLE	VALOR
Costo del terreno ¹⁸	50.000.00
Nivelación terreno	200.00
TOTAL	50.200.00

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

¹⁸Avalúo Arq. Hugo Herrera. Extensión del total del terreno 5150.30 m2

3.8.2 COSTO CONSTRUCCION E INFRAESTRUCTURA

CUADRO No. 66

COSTO CONSTRUCCION E INFRAESTRUCTURA- DOLARES

DETALLE	VALOR
Construcción piscina	23.676,14
Construcción restaurante	16.524,87
Construcción bodega holl cabina	7.038,65
Construcción salón recepciones	17.684,79
Patios	996,01
Infraestructura varios	5.635,00
TOTAL	71.555,46

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.8.3 COSTO DE INSTALACIONES

CUADRO No. 67

COSTO DE INSTALACIONES- DOLARES

DETALLE	VALOR
Sistema de alarmas	866,98
Instalación medidor de luz	240,79
Transformador	2.510,52
Instalaciones eléctricas	8.649,28
TOTAL	12.267,57

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.8.4 COSTO VEHICULO.

El Complejo Turístico Sierra Tropical no cuenta con vehículo.

3.9 INVERSION EN ACTIVOS DIFERIDOS

El Complejo Turístico Sierra Tropical, inició sus actividades sin llevar un control de los

gastos, por lo que no se han identificado los costos de constitución, principalmente porque la empresa es una entidad a nombre de una persona natural, y dichos costos no han representado montos considerables.

3.10 FINANCIAMIENTO

El Complejo Turístico Sierra Tropical a Diciembre 31 del 2003, determinó el siguiente financiamiento a mediano plazo, y cuentas por pagar a corto plazo.

CUADRO No. 68

FINANCIAMIENTO A MEDIANO PLAZO - DOLARES

DETALLE	AÑO-2003
Préstamo Banco Pichincha	15.065,99
Cooperativa Amazonas	1.875,00
TOTAL	16.940,99

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 69

FINANCIAMIENTO A CORTO PLAZO - DOLARES

DETALLE	AÑO-2003
Otras cuentas por pagar	2.298,80
Sra. Clementina Guanoluisa	3.438,19
Farmacia el Galeno	2.730,52
IVA en ventas	94,63
Retenciones en la fuente	45,93
Retención en la fuente IVA	26,65
Sr. Bolívar Martínez	595,09
Sra. Esther Molina	1.000,00
Empleados Y trabajadores	1.078,84
TOTAL	11.308,65

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.10.1 TABLAS DE AMORTIZACION BANCO PICHINCHA

CUADRO No. 70

TABLA DE AMORTIZACION- DOLARES

No	K REDUCIDO	CAPITAL	INTERSES	GASTOS	CUOTA
0	21.654,00				
1	21.188,75	465,26	306,77	12,65	784,67
2	20.721,39	467,36	300,17	17,14	784,67
3	20.243,70	477,69	293,55	13,43	784,67
4	19.760,01	483,69	286,79	14,19	784,67
5	19.266,82	493,19	279,93	11,55	784,67
6	18.767,18	499,64	272,95	12,08	784,67
7	18.259,35	507,83	265,87	10,97	784,67
8	17.744,03	515,32	258,67	10,68	784,67
9	17.223,38	520,65	251,37	12,65	784,67
10	16.695,36	528,02	244,00	12,65	784,67
11	16.159,86	535,50	236,52	12,65	784,67
12	15.616,77	543,09	228,93	12,65	784,67
			3.225,52	153,29	
13	15.065,99	550,78	221,24	12,65	784,67
14	14.507,40	558,59	213,43	12,65	784,67
15	13.940,90	566,50	205,52	12,65	784,67
16	13.366,38	574,52	197,50	12,65	784,67
17	12.783,72	582,66	189,36	12,65	784,67
18	12.192,80	590,92	181,10	12,65	784,67
19	11.593,51	599,29	172,73	12,65	784,67
20	10.985,73	607,78	164,24	12,65	784,67
21	10.369,34	616,39	155,63	12,65	784,67
22	9.744,22	625,12	146,90	12,65	784,67
23	9.110,25	633,98	138,04	12,65	784,67
24	8.467,29	642,96	129,06	12,65	784,67
25	7.815,22	652,07	119,95	12,65	784,67
26	7.153,92	661,30	110,72	12,65	784,67
27	6.483,24	670,67	101,35	12,65	784,67
28	5.803,07	680,17	91,85	12,65	784,67
29	5.113,26	689,81	82,21	12,65	784,67
30	4.413,68	699,58	72,44	12,65	784,67
31	3.704,19	709,49	62,53	12,65	784,67
32	2.984,64	719,54	52,48	12,65	784,67
33	2.254,90	729,74	42,28	12,65	784,67
34	1.514,83	740,08	31,94	12,65	784,67
35	764,27	750,56	21,46	12,65	784,67
36	-	761,19	10,83	12,65	784,67

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.10.2 TABLA AMORIZACION COOPERATIVA AMAZONAS

CUADRO No. 71

TABLA DE AMORTIZACION

No.	SALDO	CAPITAL	INTERESES	K + I	AHORROS	GASTOS	COMPLEJO
0	3.000,00						
1	2.875,00	125,00	67,20	192,20	13,45	0,90	206,55
2	2.750,00	125,00	64,40	189,40	13,26	0,90	203,56
3	2.625,00	125,00	61,60	186,60	13,06	0,90	200,56
4	2.500,00	125,00	58,80	183,80	12,87	0,90	197,57
5	2.375,00	125,00	56,00	181,00	12,67	0,90	194,57
6	2.250,00	125,00	53,20	178,20	12,47	0,90	191,57
7	2.125,00	125,00	50,40	175,40	12,28	0,90	188,58
8	2.000,00	125,00	47,60	172,60	12,08	0,90	185,58
			459,20		102,14		
9	1.875,00	125,00	44,80	169,80	11,89	0,90	182,59
10	1.750,00	125,00	42,00	167,00	11,69	0,90	179,59
11	1.625,00	125,00	39,20	164,20	11,49	0,90	176,59
12	1.500,00	125,00	36,40	161,40	11,30	0,90	173,60
13	1.375,00	125,00	33,60	158,60	11,10	0,90	170,60
14	1.250,00	125,00	30,80	155,80	10,91	0,90	167,61
15	1.125,00	125,00	28,00	153,00	10,71	0,90	164,61
16	1.000,00	125,00	25,20	150,20	10,51	0,90	161,61
17	875,00	125,00	22,40	147,40	10,32	0,90	158,62
18	750,00	125,00	19,60	144,60	10,12	0,90	155,62
19	625,00	125,00	16,80	141,80	9,93	0,90	152,63
20	500,00	125,00	14,00	139,00	9,73	0,90	149,63
21	375,00	125,00	11,20	136,20	9,53	0,90	146,63
22	250,00	125,00	8,40	133,40	9,34	0,90	143,64
23	125,00	125,00	5,60	130,60	9,14	0,90	140,64
24	-	125,00	2,80	127,80	8,95	0,90	137,65

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.11 INGRESOS ACTUALES

El Complejo Turístico Sierra Tropical, durante el año 2003 ha registrado los siguientes ingresos de cada una de sus áreas que desempeña en la actualidad, como son ingresos por piscina, ingreso por la venta de productos del bar , ingresos por el servicio de restaurante, ingresos de contrato es decir reservaciones para compromisos sociales, alquiler de ternos de baños, y otros servicios ocasionales, alquiler de teléfono, venta de artículos de limpieza etc.

CUADRO No. 72

INGRESOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DICIEMBRE DEL 2003

RUBROS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOS	SEPTI	OCT	NOVI	DICI	TOTAL	%
PISCINA	1.197,51	2.461,19	3.313,60	3.260,63	5.255,63	4.148,30	5.899,80	6.587,65	4.637,40	4.324,00	4.081,25	5.148,50	50.315,46	46,52
RESTAURA	57,90	645,88	893,62	451,51	1.110,69	906,75	930,55	776,90	693,55	1.170,30	922,25	954,69	9.514,59	8,80
BAR	1.236,53	1.267,55	1.681,78	1.241,82	1.669,82	1.979,68	2.200,64	1.426,42	974,39	1.122,26	733,21	1.795,59	17.329,69	16,02
ALQUILERES	29,25	135,10	179,58	277,95	151,30	228,91	173,18	208,16	190,22	101,75	47,50	96,85	1.819,75	1,68
CONTRATOS	880,37	1.384,50	1.274,90	2.922,01	2.572,56	2.440,35	6.756,35	2.172,40	330,97	147,50	761,00	6.417,85	28.060,76	25,95
OTROS	0,00	0,00	0,00	80,00	105,25	95,35	31,85	162,10	0,95	505,34	99,50	27,12	1.107,46	1,02
TOTAL	3.401,56	5.894,22	7.343,48	8.233,92	10.865,25	9.799,34	15.992,37	11.333,63	6.827,48	7.371,15	6.644,71	14.440,60	108.147,71	100,00

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.12 ESTRUCTURA DE COSTOS

3.12.1 COSTOS DIRECTOS

CUADRO No. 73
COSTOS DIRECTOS

DETALLE	AÑO-2003
Mano de obra directa	10.953,13
Costo ventas servicio piscina	7.558,65
Costo ventas servicio bar	14.319,24
Costo ventas servicio restaurante	17.342,36
Costo ventas servicio contratos	4.303,64
Costo ventas servicio alquiler	740,32
TOTAL	55.217,34

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.12.2 COSTOS INDIRECTOS

CUADRO No. 74
COSTOS INDIRECTOS

DETALLE	AÑO-2003
Mano Obra Indirecta	3.987,98
Gasto mantenimiento	1.332,39
Depreciaciones	4.900,86
TOTAL	10.221,23

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.12.3. GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO No. 75
GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	AÑO-2003
Servicios básicos	2.007,94
Utiles de oficina	1.109,30
Utiles de aseo y limpieza	203,40
Mantenimiento activos	1.439,55
Gastos generales	2.376,33
Depreciación	1.166,32
Participación socios	450,00
TOTAL	8.752,84

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.12.4 GASTOS DE VENTAS

CUADRO No. 76
GASTOS VENTAS

DETALLE	AÑO-2003
Publicidad	727,89
Material Promoción	20,00
TOTAL	747,89

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.12.5 DETERMINACION DE LA DEPRECIACION

CUADRO No. 77
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS (CONSTRUCCIONES)

DETALLE	VALOR	%	DEPREC.
Recepción y restaurante	6.901,04	5%	345,05
Bodega, hall, cabina de música	7.038,65	5%	351,93
Salón múltiple	14.175,24	5%	708,76
Piscina, baño y reservorio	20.437,98	5%	1.021,90
Infraestructuras varias	5.635,00	5%	281,75
Instalaciones eléctricas	9.014,28	5%	450,71
TOTAL	63.202,19		3.160,11

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Ávila G.

CUADRO No. 78
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS (MUEBLES ENSERES)

CAN	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL	MESES	% DEP.	DEPREC/03
2	Caldero a gas marca hayward	2.600,00	5.200,00	12	10%	520,00
4	Calefones youg	195,00	780,00	12	10%	78,00
1	Calefón youg	195,00	195,00	1	10%	1,63
1	Centralina para 10 cilindros	750,00	750,00	12	10%	75,00
1	Chorrera de piedra tallada	150,00	150,00	12	10%	15,00
1	Cocina industrial	1.200,00	1.200,00	12	10%	120,00
1	Compactera dennon	450,00	450,00	10	10%	37,50
1	Computadora samsun	1.214,27	1.214,27	11	33%	367,32
1	CD rew y memoria	95,00	95,00	3	33%	7,84
1	Consola dfx12 makki, negra	696,00	696,00	10	10%	58,00
1	Electro bomba 3hp,	725,89	725,89	5	10%	30,25
1	Equipo de baño turco	750,00	750,00	11	10%	68,75

CAN	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL	MESES	% DEP.	DEPREC/03
1	Equipo de hidromasaje	1.500,00	1.500,00	11	10%	137,50
1	Equipo de recirculación filtraci.	1.992,00	1.992,00	12	10%	199,20
1	Equipo para baño sauna	750,00	750,00	11	10%	68,75
1	Escalera americana de aluminio	230,00	230,00	12	10%	23,00
1	Escritorio grande de madera	50,00	50,00	12	10%	5,00
1	Estante metálico celeste	50,00	50,00	12	10%	5,00
2	Estantería de madera	10,00	20,00	12	10%	2,00
1	Estantería de metal y madera	20,00	20,00	12	10%	2,00
2	Estantería de metal negro	20,00	40,00	12	10%	4,00
1	Gaveta metálica imp., blanca	85,00	85,00	3	10%	2,13
1	Horno eléctrico para 24 pollos	1.500,00	1.500,00	12	10%	150,00
1	Impresora epon tmu-200	200,00	200,00	3	33%	16,50
1	Licuada	54,46	54,46	2	10%	0,91
1	Medidor de luz	240,79	240,79	11	10%	22,07
40	Mesas de madera 1.20 m x 0.70	4,29	171,60	11	10%	15,73
4	Mesas plásticas de color blanco	16,93	67,72	12	10%	6,77
3	Mesas redondas de madera	12,00	36,00	12	10%	3,60
1	Micrófono inalámbrico akg	320,00	320,00	9	10%	24,00
2	Parlantes fbtmax	1.300,00	2.600,00	4	10%	86,67
2	Pedestales de aluminio	30,00	60,00	12	10%	6,00
1	Pizarra de tiza liquida	20,00	20,00	12	10%	2,00
1	Plancha oster	23,66	23,66	5	10%	0,99
1	Refrigeradora haceb	390,00	390,00	12	10%	39,00
1	Rotulo eléctrico "sierra tropical"	650,00	650,00	12	10%	65,00
80	Sillas tubo tela color azul	15,00	1.200,00	12	10%	120,00
47	Sillas plásticas azules	5,00	235,00	12	10%	23,50
97	Sillas blancas perugia	4,55	455,00	10	10%	37,92
1	Sillón metálico café	60,00	60,00	12	10%	6,00
1	Sistema de alarma	866,98	866,98	3	10%	21,67
1	Software	450,00	450,00	3	10%	11,25
1	Tanque plástico de 200 litros	170,00	170,00	1	10%	1,42
1	Teléfono general electric inalam	24,13	24,13	5	10%	1,01
1	Transformador de luz	2.510,52	2.510,52	11	10%	230,13

CAN	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL	MESES	% DEP.	DEPREC/03
1	Ups pk blackoutbuster interac.	150,00	150,00	3	33%	12,38
1	Vajilla y menaje	665,95	665,95	5	5%	13,87
1	Vitrina de madera vista y vidrio	150,00	150,00	12	10%	15,00
1	Vitrina de metal, color plomo	30,00	30,00	12	10%	3,00
1	Estantería de metal, color plomo	22,32	22,32	2	10%	0,37
1	Tanque azul hidroneumática	729,76	729,76	12	10%	72,98
	TOTAL		30.997,05			2.837,58

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.13 ESTADOS FINANCIEROS

CUADRO No. 79

BALANCE DE PERDIDAS Y GANANCIAS – DOLARES

31-DIC-2003

DETALLE	SUBTOTALES	TOTAL	%
INGRESOS			
INGRESOS OPERACIONALES		108.147,71	100,00
Ingresos de piscina	50.315,46		46,52
Ingresos de bar	17.329,69		16,02
Ingresos de restaurante	9.514,59		8,80
Ingresos de contratos	28.060,76		25,95
Ingresos de alquiler	1.819,75		1,68
Ventas varios servicios	1.107,46		1,02
GASTOS OPERACIONALES			
GASTOS PISCINA		16.075,88	
Costo ventas servicio piscina	7.558,65		6,99
Sueldos y salarios	4.541,91		4,20
Beneficios Sociales	266,67		0,25
Gasto Mantenimiento	957,39		0,89
Gasto depreciación Equipo	2.751,26		2,54
GASTOS BAR		15.329,30	
Costo de venta servicio del bar	14.271,76		13,20
Sueldos y salarios del bar	1.025,04		0,95
Beneficios sociales del bar	32,50		0,03
GASTOS RESTAURANTE		24.461,97	
Costo de ventas servicio restaurante	17.342,36		16,04
Sueldos y salarios del restaurante	4.632,50		4,28
Beneficios sociales	337,51		0,31
Depreciación Equipo	2.149,60		1,99
GASTOS CONTRATOS		4.420,64	
Materiales directos	4.031,39		3,73
Sueldos y salarios	117,00		0,11
Otros gasto Contratos	272,25		0,25
ALQUILER		740,32	

Costo de servicio ventas alquiler	740,32		0,68
GASTOS DE ADMINISTRACION		13.416,42	
Sueldos de personal	1.968,38		1,82
Beneficios sociales	137,50		0,13
Honorarios profesionales	1.420,00		1,31
Servicios básicos	2.007,94		1,86
Útiles de oficina	1.109,30		1,03
Útiles de aseo y limpieza	203,40		0,19
Otros gasto de personal	462,10		0,43
Mantenimiento de activos	1.439,55		1,33
Mantenimiento general	375,60		0,35
Participación de socios	750,00		0,69
Gastos generales	2.376,33		2,20
Gasto depreciación muebles	1.166,32		1,08
GASTO DE VENTAS		747,89	
Publicidad	727,89		0,67
Material Promoción	20,00		0,02
OTROS GASTOS			-
Gastos no operacionales		5.686,63	
Intereses Pagados	5.380,39		4,98
Servicios bancarios	123,52		0,11
Otros gastos	182,72		0,17
TOTAL GASTOS		80.879,05	
UTILIDAD BRUTA		27.268,66	
15% participación trabajadores	4.090,30		15,00
UTILIDAD ANTES DE IMP: RENTA		23.178,36	
Impuesto a la renta ¹⁹	1.710,30		6,27
UTILIDAD NETA		21.468,06	

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

¹⁹ Cálculo según guía declaración Impuesto a la Renta Personas Naturales 2004. (Anexo No. 7)

CUADRO No. 80
BALANCE GENERAL – DOLARES
31-DIC-2003

ACTIVO	SUBTOTALES	TOTAL	%
CORRIENTE		606,14	
Caja general	156,00		0,10
Bancos			
Banco del Pichincha	348,00		0,21
Cooperativa Amazonas	102,14		0,06
ANTICIPOS		691,49	
Retenciones en la fuente	33,45		0,02
Crédito tributario	18,19		0,01
Anticipos contratos	588,00		0,36
Retención en la fuente IVA	51,85		0,03
FIJO		161685,13	
Terreno	50200,00		30,80
Construcciones e infraestructura	71555,46		43,90
Equipo de Oficina	2133,40		1,31
Equipo de recreación	12646,76		7,76
Equipo de cocina	3810,41		2,34
Equipo de música	4126,00		2,53
Muebles y enseres	3286,40		2,02
Otra maquinaria y equipo	1375,89		0,84
Suministros	283,24		0,17
Costo de instalaciones	12267,57		7,53
TOTAL ACTIVO		162982,76	
PASIVOS			
CORRIENTE		17375,83	
Cuentas por Pagar	11308,65		6,94
Depreciación acumulada	6067,18		3,72
A LARGO PLAZO		16940,99	
Banco del Pichincha	15065,99		9,24
Cooperativa Amazonas	1875,00		1,15
TOTAL PASIVO		34316,82	
PATRIMONIO			
Capital Sierra Tropical		107197,88	
Utilidad neta		21468,06	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		162982,76	

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

3.14 PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es una técnica útil, para estudiar las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los beneficios. Es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por las ventas y la suma de los costos fijos y los variables.

El punto de equilibrio nos ayuda a calcular el mínimo de la producción al que debe operarse, para no incurrir en pérdidas, se puede calcular matemáticamente de la siguiente manera :

Los ingresos están calculados como el producto del volumen vendido por su precio. Ingreso es igual Precio por cantidad, (P * Q), Se designa por costos fijos a CF, y a costos variable a CV, En el punto de equilibrio los ingresos se igualan a los costos totales.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{P} * \text{Q}}}$$

Para el análisis del punto de equilibrio se ha tomado en cuenta el rubro más representativo como es el del servicio de piscina con el 46% en el año 2003 de acuerdo a los ingresos del Balance de Pérdidas y Ganancias el Complejo Turístico Sierra Tropical. Se detalla los costos que han intervenido anualmente(2003), clasificados en costos variables y costos fijos.

CUADRO No. 81
COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS	VALOR
Mano de obra directa	10.953,13
Mano Obra Indirecta	3.987,98
Depreciaciones	4.900,86
Gasto Administración	8.752,84
Gastos financieros	6.349,07
TOTAL	34.943,88

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 82
COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES	VALOR
Costo ventas piscina	7.558,65
Gasto mantenimiento	1.332,99
Gasto de Ventas	747,89
TOTAL	9.639,53

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Ingreso de Piscina año 2003= 50.315.46 Dólares²⁰.

$$PE = \frac{34943.88}{1 - 9639.53/50315.46}$$

$$PE = \frac{34943.88}{1 - 0.1915818}$$

$$PE = 43225$$

$$Q = 43225/3$$

$$Q = 14408 \text{ al año}$$

$$QDIARIA = 14408 / 240 \text{ días al año}^{21}$$

$$Q = 60$$

$$P = 3 \text{ dólares}$$

$$I = P * Q$$

$$I = 3 * 60$$

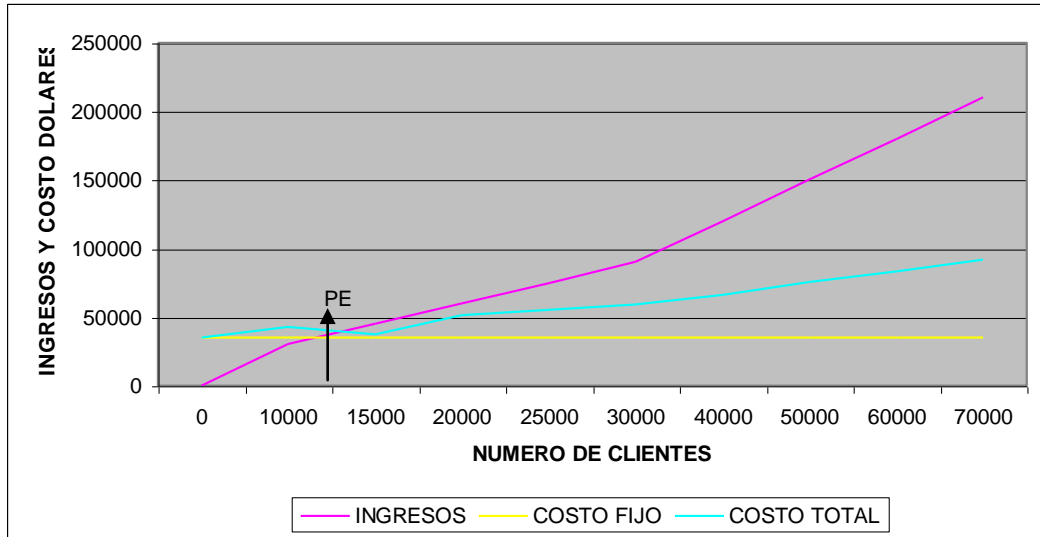
INGRESO DIARIO =180 Dólares.

Ver gráfico No. 16, en el cual se detalla tanto los costos fijos, variables y el punto de equilibrio.

²⁰ ingreso Piscina Cuadro No. 72.

²¹ Corresponde a los días de atención: 20 días al mes, excepto lunes y martes

GRAFICO No. 16
PUNTO DE EQUILIBRIO



FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CAPITULO IV

REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA TECNICA Y FINANCIERA.

4.1 FORMULACION DE LA MISION

Ofrecer un servicio que satisfaga las necesidades de recreación y alimentación a los clientes que nos visita, tanto en el aspecto de piscina, sauna, turco, hidromasaje, como en el de restaurante, salón de recepciones, deportes, contando con una infraestructura adecuada para los turistas nacionales y extranjeros, que visitan la ciudad de Latacunga brindando un ambiente acogedor, demostrando un servicio de calidad para el cliente, trabajando con un personal altamente capacitado, para que nuestro visitante se sienta satisfecho y regrese a nuestras instalaciones, y de esta manera retribuir a los accionistas con utilidades adecuadas.

4.2 VISION

El Complejo Turístico Sierra Tropical, espera dentro de cinco años, ser una empresa líder en la provincia de Cotopaxi, en lo que refiere a brindar servicios de recreación familiar, para lo cual irá implementando cada vez más servicios y distracciones para la mejor atención de sus clientes, siendo reconocidos nacional e internacionalmente.

4.3 PRINCIPIOS CORPORATIVOS

El Complejo Turístico Sierra Tropical ofrece un servicio de calidad, orientado a mantener la competitividad, excelencia, liderazgo, a través de la satisfacción plena de las necesidades de los clientes, de manera que regresen a nuestras instalaciones, para ello deberá fundamentar sus acciones en los siguientes principios:

- **Liderazgo y la excelencia**

El Complejo Turístico Sierra Tropical buscará el liderazgo y la excelencia a través de un servicio de calidad, buen trato, cordialidad, tanto al cliente interno como externo.

- **Capacitación**

El Complejo Turístico Sierra Tropical, capacitará a su personal continuamente, con la finalidad de fomentar la participación activa en el desarrollo de las actividades de la empresa, creando un espíritu innovador ya que en la actualidad no basta con satisfacer al cliente, hay que deleitarle.

- **Investigación**

Estar a la vanguardia de los continuos cambios que se producen en el país, investigar nuevas formas de ofrecer los servicios, tecnología, y cambios externos, de manera que podamos anticiparnos a las expectativas del cliente, es decir prever hacia donde van los clientes, y estar al frente.

- **Etica**

Fomentar los valores éticos y morales con el fin de respetar y hacer respetar las políticas y reglamento interno de la empresa.

- **Servicio**

Demostrar que los clientes son la primera responsabilidad de la empresa, ya que sin ellos no tendríamos razón de existir.

4.4 VALORES ETICOS Y MORALES.

- Tranquilidad
- Cordialidad
- Responsabilidad
- Honestidad a toda prueba
- Lealtad
- Solidaridad
- Respeto y consideración
- Pulcritud y presencia.

4.5 OBJETIVOS

4.5.1 Objetivos corporativos

- Optimizar los recursos
- Desarrollar métodos de calidad total en el servicio
- Reclutar personal idóneo para que atienda y brinde un servicio de cordialidad y buen trato al cliente, desempeñando así sus funciones con eficacia y eficiencia es decir productividad.
- Capacitar periódicamente al personal que labora en el Complejo Turístico Sierra Tropical ofreciendo charlas, cursos de motivación y de comportamiento organizacional.

4.5.2 Objetivos de imagen

- Ofrecer al cliente una atención personalizada desde que ingresa hasta su salida demostrando cortesía y eficiencia.
- Brindar a nuestros clientes una infraestructura acorde con las exigencias de: comodidad, tranquilidad, e individualidad para el bienestar de los mismos.
- Responsabilidad para con el cliente durante, antes y después de su visita.

4.5.3 Objetivos Financieros

- Reinvertir una cifra proporcional de la utilidad de tal manera que garantice un constante crecimiento de la empresa.
- Cancelar principales e intereses de las cuentas y deudas por pagar tanto de corto como a largo plazo.
- Obtener una recuperación sobre inversiones superior al 30%.
- Determinar periódicamente índices financieros que permitan analizar la situación económica de la empresa para tomar decisiones oportunas.
- Establecer presupuestos anuales en cada área, que permita establecer control de los gastos.

4.5.4 Objetivos de interés de los accionistas.

- Contar con la seguridad de que la empresa está siendo administrada con un equipo de personas responsables y de alto rendimiento.
- Poseer los derechos y obligaciones del Complejo, tanto interno como externo.
- Recibir los dividendos acordes a sus aportaciones y al avance productivo que genere el Complejo.

4.6 POLITICAS

4.6.1 POLITICA DE COMPRAS.

- Las compras las realizará el encargado de abastecimientos en coordinación con bodega y contabilidad.
- Seleccionar y determinar proveedores adecuados
- Las compras que realice el Complejo Turístico Sierra Tropical, cuyos montos sobrepasen de los doscientos dólares, requiere ser aprobados por el Gerente General de la empresa.

- Las compras que sobrepasen los mil dólares requieren la autorización de la Junta General de Accionistas.
- Previo a una compra se llenará un documento de solicitud de compra, el mismo que llevará la firma de las personas responsables solicitante y aprobado por.
- Todo Ingreso y Egreso de bodega será registrado diariamente, en el programa de control de existencia, con la finalidad de mantener un stock adecuado.
- El pago a proveedores se realizará los días lunes, previo la presentación de la factura legalmente establecida.

4.6.2 POLITICAS DE VENTAS

- Las ventas lo realizarán los responsables de cada área (Recepción / Bar), para lo cual se otorgará su respectiva factura y /o nota de venta según el caso.
- Para conceder descuentos, crédito para ventas cuyo valor asciende a más de doscientos dólares se requiere la aprobación del Gerente General.
- Para descuentos, crédito de ventas que sobrepasen los mil dólares se requiere la aprobación de la Junta General de Accionistas.
- Las ventas o contratos para grupos, se realizará previo la firma de un contrato de prestación de servicios en el cual se detallará las cláusulas bajo las cuales se ejecutará dicho contrato.
- Se concederá descuentos para grupos así el 10% para grupos de más de 20 personas en el costo de instalaciones, el 20% más de 50 personas y el 25% para más de 100 personas, el descuento se lo realizará dependiendo del día y hora del servicio.

4.6.3 POLITICA DE PERSONAL

- La contratación de personal se lo realizará, a través de concurso de merecimientos.
- La capacitación del personal de las diferentes áreas, recibirán capacitación dos veces al año como mínimo, temas de acuerdo a las necesidades de la empresa y empleados.
- El personal trabajará en horarios determinados de acuerdo a las necesidades de cada área.

- La empresa otorgará el uniforme para el personal, cuyo uso será exclusivo en horario de trabajo.
- Controlar la puntualidad y asistencia del personal que labora en El Complejo Turístico Sierra Tropical.
- La cancelación de sueldos y salarios se realizará los primeros días del mes siguiente.
- Anticipos de sueldos y salarios cuyos montos sean mayor a 50 dólares requieren la autorización del Gerente General.
- Para revisión y aumentos de sueldos y salarios lo resolverá la Junta de Accionista del Complejo.
- Permisos y solicitud de vacaciones se realizará de acuerdo a lo contemplado en el Reglamento Interno del Complejo.

4.6.4 POLITICA DE ACCIONISTAS.

- La Junta General de Accionistas es el Organo Máximo del Complejo Turístico Sierra Tropical.
- La Junta General mantendrá reuniones ordinarias dos veces al mes, y de acuerdo a las necesidades se llamará a Juntas Extraordinarias, previo una convocatoria en la cual conste el orden del día.
- Cada miembro de la Junta de Accionistas, tendrá voz y voto en la toma de decisiones, en todo ámbito al que se refiera el Complejo.
- La distribución de dividendos, para los accionistas se lo realizará de acuerdo a sus aportaciones.

4.7 REGLAMENTO INTERNO DEL COMPLEJO TURISTICO SIERRA TROPICAL

Quedan incorporadas en el presente reglamento interno todas las disposiciones contenidas en el Código del Trabajo, las que prevalecerán en todo caso.

DISPOSICIONES GENERALES

Art.1 Este reglamento rige, para todo el personal que labora en el Complejo Turístico Sierra Tropical sin distinción de ninguna naturaleza.

Art.2 La revisión, interpretación o modificación de este reglamento solo podrá hacerse por resolución de la Junta de Accionistas del Complejo.

Art3 En todo lo no previsto en el presente reglamento lo resolverán las autoridades competentes.

Art.4 Los reglamentos sobre otras materias no incluidos en el presente reglamento serán analizados aprobados e incorporados por la Junta de Accionistas del Complejo, previo los trámites legales pertinentes.

I DE LA ORGANIZACION DEL COMPLEJO

Art.1.1 El Complejo Turístico Sierra Tropical es una empresa con personería jurídica que se rige a la Ley de Turismo, Código del Trabajo y sus propios estatutos y reglamentos, para ejercer sus actividades dentro de la provincia.

Art.1.2 El Complejo Turístico Sierra Tropical es una empresa de servicios dedicada principalmente a ofrecer servicios de piscina sauna, turco, hidromasaje, recepciones, servicio de bar. restaurante y canchas deportivas, en beneficio de la población de la provincia de Cotopaxi y del País.

Art.1.3 El Complejo Turístico Sierra Tropical tendrá un personal legalmente contratado, debidamente remunerado y que deberán cumplir con sus obligaciones en la forma establecida en el contrato y en el presente reglamento y demás disposiciones que dictaré la Junta de Accionistas del Complejo.

Art.1.4 El Complejo estará representado por el Gerente General, primera autoridad ejecutiva a la que se hallan subordinados todos sus empleados y obreros, pero para efecto de distribución del trabajo tienen autoridad los jefes de área en sus respectivas actividades.

Art.1.5 Las órdenes y disposiciones que dicten los directores, jefes departamentales se sujetarán a la política de la empresa y sus planes y programas para la consecución de los objetivos propuestos.

Art.1.6 El Complejo no reconocerá como oficial y obligatoria ninguna comunicación, circular, etc., que no la firme el Gerente General, o de quién lo subrogue o tenga delegación expresa.

II DE LA SELECCION Y CONTRATACION

Art.2.1 El número de trabajadores del Complejo estará distribuido según el reglamento orgánico funcional y estará de acuerdo con los planes de trabajo calidad de obra y disponibilidad presupuestaria del Complejo.

Art.2.2 Para ser admitido como trabajador del Complejo el aspirante al cargo deberá reunir los siguientes requisitos:

- Estar en ejercicio de los derechos de ciudadanía
- Reunir los requisitos de instrucción, experiencia y capacitación que el cargo lo requiera y que sean establecidos por el contrato de trabajo respectivo.
- Poseer todos los documentos exigidos por la ley y los reglamentos
- Gozar de buena salud, certificado por el médico de la empresa
- Rendir pruebas de conocimientos y psicológicas, presentar los certificados que exijan para calificarlo como idóneo.
- Cualquier dato documento o certificado que adoleciera de falsedad, adulteración dará lugar a rechazo de la solicitud de empleo y/o a la separación inmediata del trabajador si ya hubiere ingresado a prestar sus servicios.

Art.2.3 Son trabajadores a tiempo completo los admitidos por el Complejo, para la ejecución de una labor determinada y permanente, una vez que haya cumplido a satisfacción el período de prueba y las demás disposiciones legales reglamentarias y administrativas que establece el Complejo.

Art.2.4 Toda persona que fuere admitida por primera vez a trabajar los hará mediante contrato a prueba de noventa días y percibirá la remuneración básica señalada para el cargo que va a ocupar.

Art.2.5 Durante el período de prueba los trabajadores que se encuentran prestando sus servicios en el Complejo estarán sujetos a evaluaciones de su rendimiento y conducta, en los que se analizarán entre otros los siguientes factores: preparación para el cargo, calidad de trabajo, relaciones humanas, asistencia y conducta.

Art.2.6 El cómputo total de las evaluaciones a obtenerse en los factores medios deberán ser entre elegibles o recomendables o no, y conjuntamente con el informe del jefe inmediato servirán para proceder a su renovación, o para dar por terminado el contrato de trabajo respectivo.

Art.2.7 Son trabajadores ocasionales los contratados para realizar las labores que no son habituales y normales en la empresa, cantidad de obra o trabajo y/o por un período de tiempo previamente establecido.

Art.2.8 Todo cargo vacante será llenado previo concurso de oposición y/o merecimientos, la selección se realizará primero entre los trabajadores del Complejo. De no reunir los aspirantes los requisitos mínimos exigidos para el desempeño del cargo, el reclutamiento se llevará a cabo previo concurso abierto y externo del Complejo, de conformidad al reglamento y procedimiento vigente.

III DE LA ASISTENCIA AL TRABAJO

Art.3.1 La jornada de trabajo será establecida de acuerdo a los horarios generales y especiales elaborados por el Complejo, de conformidad a las necesidades, requerimientos de la empresa.

Art.3.2 Los trabajadores que tengan que laborar durante las jornadas diurnas deberán concurrir en las horas señaladas para iniciar su labor, y registrarán personalmente su entrada o salida en los registros de asistencia, disponiendo de un margen de diez minutos para hacerlo

Art.3.3 Únicamente el área Administrativa podrá hacer observaciones en las tarjetas de asistencia, queda por tanto terminantemente prohibido que el personal realice cualquier anotación en las tarjetas o libro de asistencia correspondiente.

Art.3.4 Se considera como atraso la inasistencia comprendida después de los diez minutos posteriores a la hora de entrada al trabajo, y se computará el atraso a partir de esta misma hora de entrada.

Art.3.5 Si el trabajador dejare de laborar sin justa causa, perderá la parte proporcional de su remuneración correspondiente al tiempo no laborado.

Art.3.6 En caso de labores urgentes encargados a un trabajador y que fueren paralizadas o no fueren cumplidas, sin causa justificada, en la forma y lugar dispuesto dicho trabajador será sancionado de acuerdo a la gravedad de la falta,

Art.3.7. Cuando aquella paralización o incumplimiento causare perjuicio al Complejo, el trabajador culpable será responsable personal y pecuniariamente del hecho causado.

Art.3.8. El trabajador que dejare sin causa justificada de cumplir la jornada diaria semanal de trabajo, será sancionado de acuerdo al Art. 53 de Código del Trabajo.

Art.3.9. Cuando las labores de una área de trabajo sean de carácter continuo e ininterrumpido, por estar ejecutándose una obra o cumplimiento con un servicio de emergencia, los trabajadores están obligados a laborar fuera de las horas y días normales de trabajo, podrán cobrar en dinero o compensar con otro tiempo igual de descanso en la semana, de acuerdo a lo establecido en el Código de Trabajo.

Art.3.10. Todo trabajador deberá cubrir el puesto a su compañero que no llegue a remplazarlo, teniendo derecho a cobrar el valor del tiempo de reemplazo.

IV AUSENCIAS TEMPORALES, LICENCIAS Y VACACIONES

Art.4.1 Las razones que justifiquen la falta de un trabajador o sirvan de base al jefe inmediato para conceder licencia no podrán ser otras que las siguientes:

- Enfermedad debidamente comprobada, que coloque al trabajador en imposibilidad de desempeñar sus tareas ordinarias.
- Calamidad domestica. Entiéndase por calamidad domestica (El fallecimiento de su cónyuge, o de un pariente dentro de segundo grado de consanguinidad, o afinidad,)
- Fuerza mayor o caso fortuito, comprobados debidamente.

Todo trabajador que por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, no pudiere concurrir al trabajo, está obligado a dar aviso al jefe inmediato o departamento respectivo, dentro de veinte y cuatro horas después de producida la falta.

Art.4.2 En caso de emergencia, el trabajador o sus familiares tienen la obligación de comunicar al jefe inmediato o departamento sobre el particular. De no procederse así, se considerará como falta injustificada al trabajo.

Art.4.3 Cuando un trabajador, en caso de enfermedad no pudiera asistir al trabajo, deberá comunicar dicho particular dentro de veinte y cuatro horas después de haberse producido la falta.

Art.4.4 Los permisos por enfermedad deben respaldarse por el correspondiente certificado médico concedido por un facultativo del IESS o del Complejo, de no presentarse tal certificación se considerará ausencia injustificada a más de las sanciones establecidas en el Código del Trabajo.

Art.4.5 Si los trabajadores fuesen afectados por calamidad doméstica debidamente comprobada, tendrán derecho a lo establecido en el Código del Trabajo.

Art.4.6 Los trabajadores que por diferentes razones tengan que ausentarse temporalmente del sitio de trabajo, deberán cumplir obligatoriamente los requisitos siguientes, caso contrario se considerará como abandono del trabajo:

- Elaborar el permiso de salida con una copia, en el formulario de justificación de ausencia temporal.
- Obtener las aceptaciones del jefe inmediato y/o del Gerente según sea el caso.
- Dejar la copia del formulario en el lugar de trabajo hasta su regreso y el original en la Gerencia.
- Registrar la hora de salida y la hora de regreso en la Gerencia.
- Estos permisos serán contabilizados con carga a vacaciones.

Art.4.7 Los permisos ocasionales por asuntos personales se concederán por un máximo de hasta cuatro horas en el mismo mes, no acumulable de un mes a otro

Art.4.8 Los permisos de hasta dos días en el formulario de justificación de ausencia temporal y de conformidad con el trámite establecido para el efecto. Estos permisos serán contabilizados con carga a vacaciones.

Art.4.9 Los permisos por tres días o más se solicitará mediante formulario y trámite establecido para el uso de vacaciones.

Art.4.10 En el mes de diciembre del año inmediato anterior, las dependencias respectivas de cada área de trabajo, presentarán el calendario de vacaciones anuales de su personal, este será aprobado por la Gerencia, y solo podrá ser modificado por razones justificadas.

Art.4.11 Para hacer uso del derecho de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Haber trabajado un año calendario.
- Que la solicitud sea aprobada por el Jefe Inmediato y el Gerente.
- Que la solicitud sea presentada con ocho días de anticipación a la Gerencia.

Art.4.12 El trabajador podrá no hacer uso de sus vacaciones hasta por tres años consecutivos, a fin de acumular en el cuarto año.

Art.4.13 Si el trabajador no llegare a gozar de sus vacaciones por razones de trabajo, podrá solicitar la liquidación de su remuneración correspondiente a dichas vacaciones, sin ningún recargo, en la forma prevista en el Código del Trabajo en el Art.70.

Art.4.14 El trabajador que hace uso de permisos, licencias, vacaciones, etc. Y no puede reintegrarse al trabajo al término de los mismos, podrá justificar con un permiso de hasta dos días, siempre y cuando lo comunique oportunamente y lo justifique posteriormente en un plazo no mayor de ocho horas.

V OBLIGACIONES PATRONALES

Art.5.1 A más de las señaladas en el Código del Trabajo el empleador tendrá las siguientes obligaciones.

- Determinar los horarios y turnos de trabajo y exhibirlos en lugares visibles para el cabal cumplimiento por parte de los trabajadores.
- Elaborar el calendario de vacaciones de los trabajadores de cada área de trabajo

- Proveer oportunamente de las herramientas, materiales, ropa de trabajo y útiles necesarios para efectivización de las tareas asignadas al trabajador.
- Entregar a los trabajadores por una sola vez copia del reglamento interno. y difundirle permanentemente.
- Y las demás contempladas en las leyes y el reglamento vigente.

VI OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

Art.6.1 A más de las señaladas en el Art. 44 del Código del Trabajo y de las contempladas en el presente reglamento, los trabajadores cumplirán las siguientes obligaciones:

- a. Observar buena conducta dentro del Complejo y aún fuera de él, para prestigiar a la Institución
- b. Ser puntuales en la hora de entrada al trabajo.
- c. Desempeñar las labores correspondientes con la intensidad, cuidado y esmero apropiados en la forma, tiempo y lugar convenidos, a fin de que el trabajo que se ejecute sea eficiente.
- d. Cumplir las órdenes legítimas verbales o escritas relativas a su trabajo impartidas por el empleador, su representante, o por los jefes respectivos.
- e. Someterse cumplidamente a los exámenes médicos dispuestos por el empleador.
- f. Cuidar los intereses y bienes de la empresa evitando toda clase de daños, pérdidas y perjuicios en los implementos de trabajo y de más objetos de propiedad del Complejo.
- g. No propalar e impedir que circulen rumores que afecten al prestigio de la empresa y de sus funcionarios o que menos caben las buenas relaciones entre el empleador y los trabajadores.
- h. Impedir que se injurie o falta de obra a sus superiores, mientras se encuentre dentro de las dependencias del Complejo o fuera de ellas.
- i. No ingerir o distribuir licor o estupefacientes en el lugar de trabajo, u ocasionar reyertas ya sea mediante provocaciones a sus propios compañeros o extraños.
- j. Sujetarse a las medidas higiénicas, seguridad, disciplinarias que dispongan los superiores o autoridades.

- k. Comunicar al jefe inmediato los peligros y anomalías de daños materiales que amenacen la vida o integridad básica de sus compañeros y demás trabajadores, los intereses del empleador y aún de terceros.
- l. Usar la ropa de trabajo entregada por el empleador exclusivamente durante las horas laborables y conservarlas en condiciones adecuadas.
- m. Atender al público con diligencia y cortesía sin recibir ni exigir remuneraciones o propinas por el servicio que le corresponde.
- n. Atender sus obligaciones sin distraerse en otras actividades ajenas a su función.
- o. Devolver los materiales y herramientas que recibirán para sus labores una vez concluidas éstas, siendo pecuniariamente responsables de las pérdidas o deterioros indebidos que se produjeren.
- p. Anotar en formularios u hojas especiales, los datos que deben ser consignados.
- q. Observar estrictamente las normas de seguridad impartidas por el empleador.
- r. En caso de recibir prendas de los clientes como encargo, y en caso de pérdida de dichas prendas será responsable por el valor total de dichas prendas.
- s. Cumplir las obligaciones constantes en este Reglamento, y en el Código del Trabajo.

VII DE LA TERMINACION DE LA RELACION LABORAL

Art.7.1 Las labores encomendadas a los trabajadores ocasionales deberán ser satisfechas en el tiempo y forma convenidas, terminando automáticamente la relación laboral al momento de concluirse la obra o de finalizar el plazo estipulado en el contrato de trabajo.

Art.7.2 En cuanto a los trabajadores a prueba, mientras dure el plazo de noventa días, cualquiera de las partes dentro de este tiempo, podrá dar por terminado el contrato de trabajo.

Art.7.3 En los demás casos, el desahucio y el visto bueno que solicitare el Complejo se tramitarán en la forma establecida en la ley y por cualquiera de los motivos contemplados en el Código del Trabajo y este reglamento.

Art.7.4 A más de las normas disciplinarias establecidas en este reglamento, se considerarán como faltas los atrasos injustificados de trabajadores que incurrieren en tres atrasos de más de diez minutos dentro de un mes, se sancionarán la primera vez con multa de 5% de su sueldo básico mensual, la segunda vez con el 10% y la tercera vez previa las formalidades legales se darán por terminadas las relaciones laborales.

VIII NORMAS DISCIPLINARIAS

a.- Todos los trabajadores están obligados a acatar las normas disciplinarias y prohibiciones constantes en el Código del Trabajo, particularmente las especificadas en los Art. 44 y 45 de dicho cuerpo de leyes y las previstas en este reglamento.

b.- Los trabajadores que en decurso de treinta días cometieren las faltas o infracciones enumeradas a continuación, serán sancionadas de conformidad al cuadro que consta al final de este artículo.

1. Ausentarse injustificadamente del lugar de trabajo sin previo permiso escrito.
2. Presentarse en el lugar de trabajo en estado de embriaguez o portando armas de fuego, introducir o distribuir estupefacientes o licor.
3. Cometer hurtos, robos, dentro del lugar de trabajo.
4. Incumplir las órdenes e instrucciones recibidas por escrito, impartidas por las correspondientes autoridades y funcionarios para la realización de determinados trabajos.
5. Usar indebidamente y sin autorización documentos o pertenencias del Complejo, o facilitar documentos.
6. Negligencia comprobada en el trabajo.
7. Cometer irregularidad o fraudes en los controles de asistencia, sean propios o de otros trabajadores.
8. Injuriar gravemente a las autoridades o funcionarios del Complejo, a sus cónyuges, descendientes, o ascendientes.

9. No informar de inmediato sobre accidentes, daños, o lesiones, sufridas en el trabajo, tanto en las personas de los trabajadores como en los equipos, o desobedecer las instrucciones impartidas, relativas a la seguridad o higiene industrial.
10. Dormirse en el lugar de trabajo mientras desempeña labores.
11. Faltar injustificadamente a la realización de trabajos especiales que fueren ordenados.
12. Aprovechar el cargo que ocupa para lucrar o satisfacer fines económicos personales, por sí o por interpuestas personas

A =Amonestación

B =Multa del 5% de la Remuneración mensual

C =Multa del 10% de la Remuneración mensual

D =Terminación del Contrato previo Visto Bueno.

TABLA DE SANCIONES

FALTA	1a.VEZ	2a.VEZ	3ª.VEZ	4ª.VEZ
1	A	B	C	D
2	B	C	D	
3	D			
4	A	B	C	D
5	B	C	D	
6	A	B	C	D
7	A	B	C	D
8	C	D		
9	A	B	C	D
10	B	C	D	
11	B	C	D	
12	D			

IX TRABAJOS EXTRAORDINARIOS

Art.9.1 El Gerente del Complejo y Directores de áreas por delegación son los funcionarios facultados para autorizar la realización de trabajos en horas suplementarias y extraordinarias y aprobar su liquidación: la solicitud deberá ser enviada con firma y rúbrica por el funcionario de área a su inmediato superior.

Art.9.2 La solicitud para trabajos suplementarios y extraordinarios deberá sujetarse a lo estipulado en el Código del Trabajo y en el presente reglamento y justificará la finalidad del trabajo a realizarse.

Art.9.3 Las horas suplementarias y extraordinarias trabajadas se liquidarán al final del trabajo realizado de acuerdo al Código del Trabajo; se cancelarán en roles del fin del mes y, son responsables los funcionarios del área del estricto cumplimiento, tanto del trabajo encomendado en tiempo previsto, así como de la certificación del tiempo empleado.

Art.9.4 En casos de emergencia los trabajos suplementarios y extraordinarios podrán ser autorizados provisionalmente en forma verbal por el jefe inmediato e inclusive por funcionarios de diferentes áreas, para sujetarse inmediatamente al trámite establecido.

Art.9.5 El Gerente del Complejo y directores de área por delegación son los funcionarios facultados para autorizar la realización de trabajos en jornada única.

X DEL MANEJO DE VALORES Y BIENES

Art.10.1 Todos los empleados de recepción, caja, bar, bodega deberán ceñirse a las siguientes disposiciones especiales:

- Los empleados que presten sus servicios en las secciones enumeradas deberán presentar garantía (LETRA DE CAMBIO) ante la empresa.
- Los empleados cobradores serán directamente responsables ante la empresa por el manejo de todos los valores en su custodia.

- El Complejo proporcionará las facilidades necesarias para los depósitos o retiros de valores de dinero en las entidades financieras.
- En caso de robos hurtos o pérdidas es obligación dar parte de inmediato a sus superiores para que se tomen las medidas pertinentes.

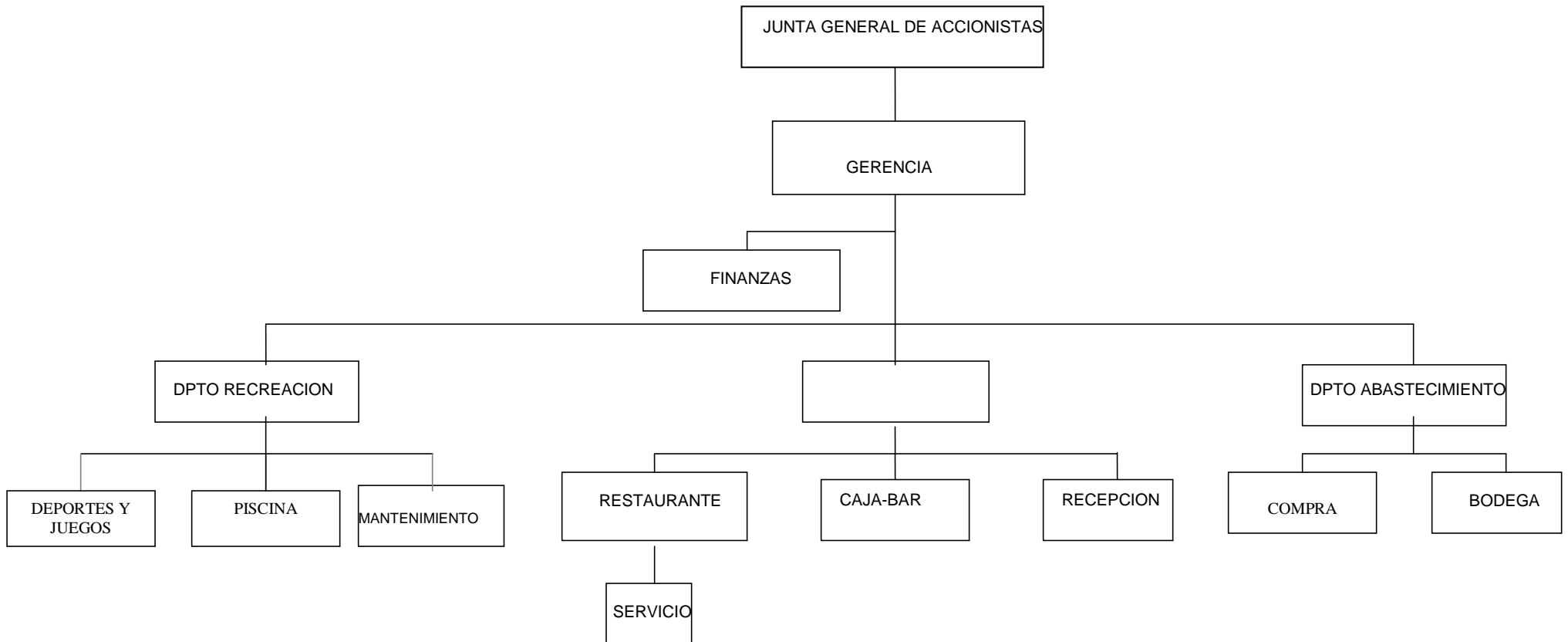
4.8. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

A continuación se presenta la estructura propuesta para el Complejo Turístico Sierra Tropical, en el cual se distingue jerarquías, cargos, niveles de mando. Ver gráfico No. 17.

En el Organigrama Funcional se describen las funciones que desempeñan el personal del Complejo Turístico Sierra Tropical. Ver gráfico No. 18.

En el Organigrama de posición se puede observar el número de personas existentes, así como los que se requiere. Ver gráfico No. 19.

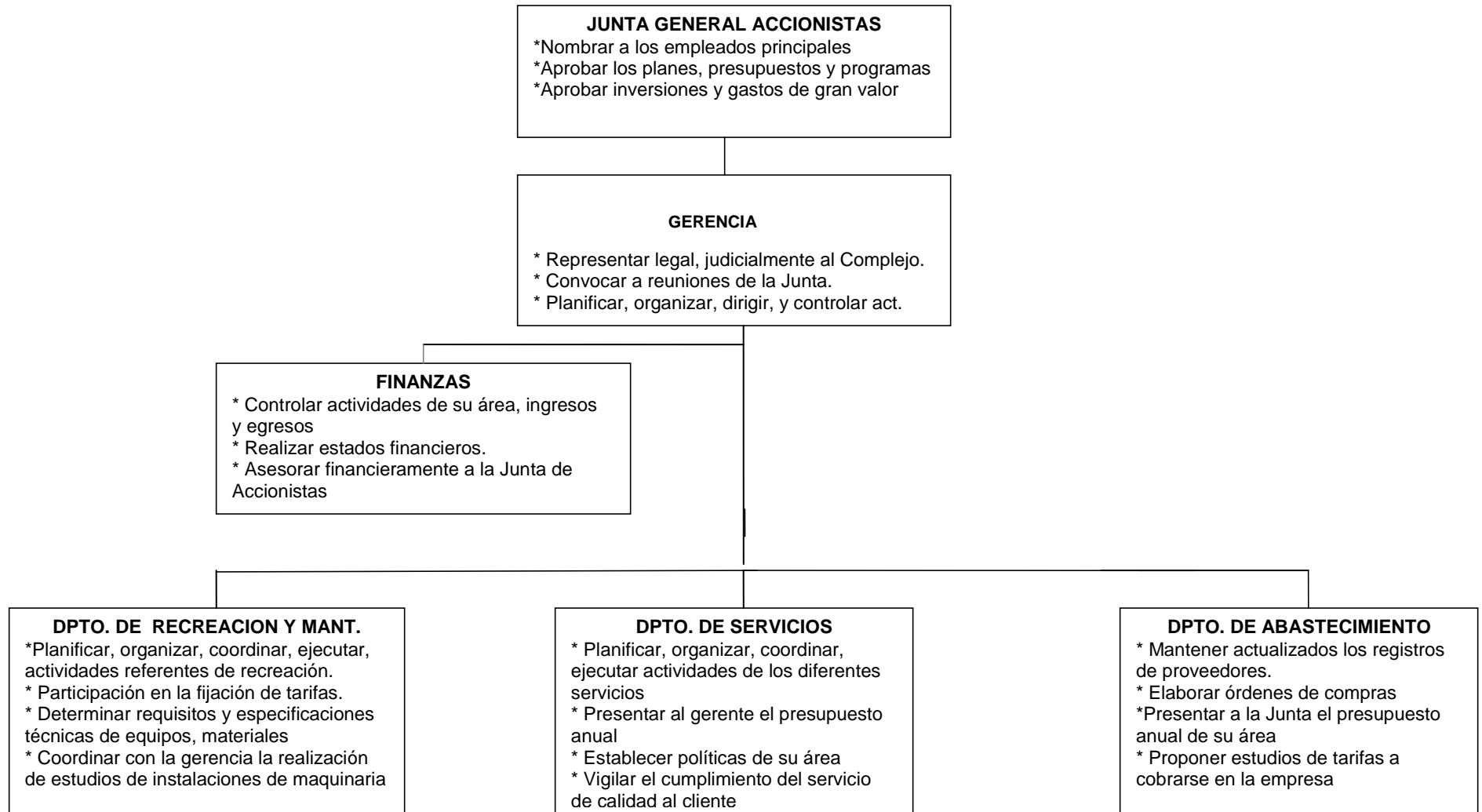
GRAFICO No. 17
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
COMPLEJO TURISTICO SIERRA TROPICAL



FUENTE: Investigación de Campo.

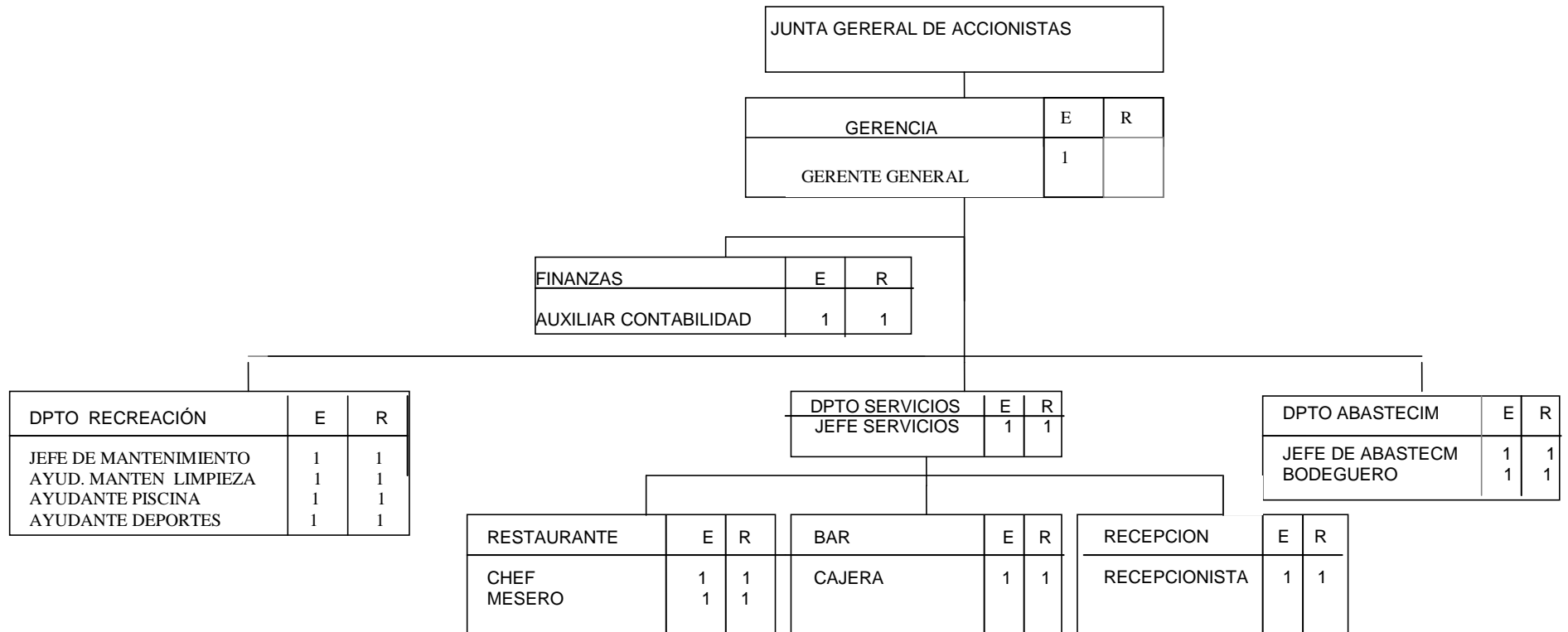
ELABORADO: Maribel Avila G.

GRAFICO No.18
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
COMPLEJO TURISTICO SIERRA TROPICAL



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO: Maribel Avila G.

GRAFICO Nº 19
ORGANIGRAMA DE POSICION
COMPLEJO TURISTICO SIERRA TROPICAL



E = EXISTENTE
 R = REQUERIDO

FUENTE: Investigación de campo
 ELABORADO: Maribel Avila G

4.9.1 ESTRUCTURA FUNCIONAL

NIVEL DIRECTIVO

JUNTA DE ACCIONISTAS

Es la máxima autoridad del Complejo Turístico Sierra Tropical.

FUNCIONES

- Determinar la política que debe seguir la empresa para el cumplimiento de su objetivo.
- Nombrar a los empleados principales de la empresa y fijar sus honorarios
- Nombrar y renovar a los empleados por alguna situación
- Aprobar los planes y programas, presupuestos anuales y sus reformas, facultar y responsabilizar al gerente general de su ejecución.
- Autorizar la venta o hipoteca de bienes raíces de la empresa
- Determinar porcentaje de utilidades liquidas y fondos legales y especiales
- Interpretar y reformar el reglamento interno de la empresa
- Disponer de auditorias especiales en las dependencias de la empresa
- Determinar los montos de las garantías que deben entregar los empleados
- Conocer la proforma presupuestaria anual, los informes administrativos, financieros y contables presentados por el gerente.
- Conceder vacaciones o permisos a los miembros del directorio
- Aprobar la organización estructural y funcional de la empresa
- Expedir reglamentos y normas de trabajo y sus reformas.
- Los demás deberes y atribuciones establecidas en la Ley de compañías

GERENTE GENERAL

Es el ejecutor de las acciones, coordina las actividades del Complejo Turístico Sierra Tropical, e informar de los resultados a la Junta de Accionistas.

FUNCIONES:

- Planificar, organizar, dirigir, controlar las actividades y desempeño del Complejo.

- Informar a la Junta de Accionistas sobre los eventos que se presenten en las actividades del Complejo.
- Velar por el cumplimiento de los reglamentos, políticas, y norma del Complejo.
- Representar legal, judicial y extrajudicialmente al Complejo Turístico Sierra Tropical.
- Convocar a las reuniones de la Junta General de Accionistas y actuar como secretario de la misma.
- Solicitar la baja de materiales y equipos destruidos y que se encuentren bajo su responsabilidad
- Intervenir en el levantamiento de los inventarios existente de bodega
- Preparar y remitir a contabilidad al final del semestre los saldos de las existencias de bodega en base a los registros de kárdex y anualmente el inventario físico.
- Informar mensualmente a finanzas sobre la administración de los bienes bajo su control.
- Coordinar los programas de capacitación del personal del Complejo
- Promover los servicios al interior y exterior del Complejo

PERFIL DEL PUESTO

- Título superior de Ingeniería en Administración de Empresas.
- Experiencia mínima de tres años
- Edad comprendida entre los 28 a 40 años.

NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

FINANZAS

Se encargará de planificar, supervisar, dirigir y establecer la correcta realización de los estados financieros

FUNCIONES

- Realizar los estados financieros
- Coordinar las actividades con el Gerente en inversiones y gastos
- Analizar rubros de inversiones, gastos, ventas, cuentas por pagar, cuentas por cobrar, etc.

- Asesorar financieramente al Gerente y por medio de él, a la Junta de Accionista
- Presentar índices de endeudamiento, rentabilidad etc.

PERFIL DEL PUESTO

- Título Superior Licenciatura en Finanzas o Auditoría o Economía
- Experiencia mínima de tres años
- Edad comprendida entre los 28 a 30 años

NIVEL EJECUTIVO

JEFE DE RECREACION

Es la persona que se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar las actividades de los servicios de recreación y el mantenimiento de equipos y máquinas, del Complejo Turístico Sierra Tropical

FUNCIONES

- Preparar en coordinación con Gerencia la proforma presupuestal anual para el área y ejecutar el presupuesto probado
- Participar en la determinación de tarifas de cobro de los servicios
- Promover los servicios de recreación al interior del Complejo
- Propiciar y mantener cordiales relaciones con los clientes del Complejo
- Revisar y aprobar las especificaciones y diseños técnicos y presupuestos para la instalación de maquinaria y equipos del Complejo
- Determinar los requisitos y especificaciones técnicas de los equipos, materiales, y accesorios, destinados a la instalación y mantenimiento de los servicios a los usuarios y prepara las bases para adquirirlos
- Coordinar con la gerencia la realización de estudios y la construcción de nuevas instalaciones.
- Elaborar y ejecutar programas de reducción de gastos, energía y combustible.
- Utilizar correctamente los equipos y materiales en las instalaciones y mantenimiento de las máquinas y equipos, reportar sus desperfectos y tomar decisiones
- Informar a la gerencia sobre el incumplimiento de las actividades

- Vigilar sobre la limpieza y orden de toda el área.

PERFIL DEL PUESTO

- Título Superior de Tecnólogo en Electricidad, Automotriz, Electromecánica.
- Edad comprendida entre los 28 a 40 años
- Experiencia en trabajos afines
- Disponibilidad a tiempo completo.

JEFE DE SERVICIOS

Es la persona encargada de organizar y controlar que los servicios que ofrece el Complejo Turístico Sierra Tropical sean oportunos, orientados a satisfacer las necesidades del cliente.

FUNCIONES

- Planificar, organizar, dirigir, y controlar los diferentes servicios que ofrece el Complejo.
- Participar en la elaboración del plan anual de adquisición.
- Sugerir nuevos servicios.
- Atender con cordialidad las sugerencias del cliente
- Establecer parámetros de conexión entre la empresa y el cliente
- Vigilar la limpieza del Complejo Turístico Sierra Tropical
- Informar de las actividades a desarrollar a la gerencia.

PERFIL DEL PUESTO

- Título superior de Licenciatura o Ingeniería en Administración de Empresas.
- Experiencia en manejo de personal
- Experiencia en actividades similares mínimo un año
- Disponibilidad a tiempo completo
- Facilidad de palabra

JEFE DE ABASTECIMIENTO

Es la persona encargada de proveer a las diferentes área de los insumos, materiales que requiere para el desempeño de las actividades del Complejo.

FUNCIONES:

- Mantener actualizados los registros de proveedores
- Solicitar cotizaciones y realizar el análisis de las mismas
- Elaborar las órdenes de compra en base a las cotizaciones aprobadas, legalizarlas y tramitar el pago oportuno
- Efectuar todas las adquisiciones autorizadas por la empresa
- Participar en la recepción de todos los artículos que ingresan a la empresa
- Asegurar de que los bienes adquiridos sean entregados en bodega
- Promover los servicios al exterior del Complejo
- Participar en la elaboración del plan anual de adquisición.

PERFIL DEL PUESTO

- Título de Licenciatura en Administración de bodegas o afines
- Experiencia mínima de 3 años.
- Edad comprendida entre los 30 a 40 años

NIVEL OPERATIVO

RECEPCIONISTA

Persona encargada de integrar al cliente con la empresa ofreciendo información oportuna.

FUNCIONES

- Recibir y registrar llamadas del cliente transmitir información
- Informar a los clientes de los servicios que ofrece el Complejo
- Realizar cotizaciones de reservaciones
- Demostrar cordialidad e interés por lograr satisfacer las expectativas de los clientes
- Colaborar en la promoción del Complejo Turístico
- Registrar y controlar los ingresos que se genere en el complejo
- Responsabilizarse totalmente del dinero que se genere en caja.
- Mantener limpio su lugar de trabajo.
- Sugerir mejoras que se puedan alcanzar para su trabajo.

- Colaborar en las áreas donde sea necesario.
- Realizar todas aquellas actividades que el jefe inmediato superior le indique o asigne.

PERFIL DEL PUESTO

- Título Superior en secretariado, o áreas afines.
- Experiencia mínima de un año áreas afines.
- Edad comprendida entre los 22 años a 35 años
- Dominio del idioma Ingles
- Facilidad de palabra
- Buena presencia

CAJERA / BAR.

Es la persona encargada de expender los bienes de consumo al cliente.

FUNCIONES

- Solicitar a bodega oportunamente los diferentes productos de manera que se mantenga en stock.
- Mantener ordenados y clasificados los diferentes productos.
- Conservar la limpieza de su lugar de trabajo.
- Facturar las ventas que se realicen en el bar
- Responsabilizarse de la recaudación del dinero generado en el bar.
- Atender a los clientes con cortesía y cordialidad
- Liquidar diariamente, los ingresos pertinentes de ventas originados en el bar
- Colaborar en las áreas donde se necesario.
- Realizar todas aquellas actividades que el jefe inmediato superior le indique o asigne.

PERFIL DEL PUESTO

- Título bachiller en contabilidad y otras especialidades
- Conocimientos de programas de computación.
- Experiencia de mínimo un año en áreas afines

- Edad comprendida entre los 22 años a 35 años
- Buena presencia.

AYUDANTE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA.

Es la persona encargada de mantener en perfectas condiciones todas las instalaciones del Complejo Turístico.

FUNCIONES

- Dar mantenimiento a las instalaciones (industriales, eléctricas, carpintería, plomería, jardinería, etc.) del Complejo
- Limpiar y asear las instalaciones del área de piscina
- Solicitar oportunamente los implementos necesarios
- Informar oportunamente el deterioro y la falta de suministros para la realizar las actividades de limpieza.
- Controlar el ingreso de clientes al área de piscina.
- Mantener y vigilar que los equipos del Complejo funcionen en perfectas condiciones
- Responsabilizarse de la seguridad contra incendios, o percances en el Complejo
- Colaborar en las áreas donde sea necesario.
- Realizar todas aquellas actividades que el jefe inmediato superior le indique o asigne.

PERFIL DEL PUESTO

- Título bachiller en Electricidad / Automotriz, Electromecánica
- Experiencia mínima de un año en áreas afines
- Edad comprendida entre 25 a 35 años
- Disponibilidad a tiempo completo

AYUDANTE DEPORTES Y JUEGOS

Es la persona encargada de mantener en perfectas condiciones las instalaciones deportivas y de recreación del Complejo Turístico.

FUNCIONES

- Dar mantenimiento a las áreas deportivas y de recreación del Complejo
- Limpiar y asear las instalaciones del área de deportes y recreación.
- Solicitar oportunamente los implementos necesarios
- Informar oportunamente el deterioro y la falta de suministros para la realización de las actividades de limpieza.
- Colaborar en las áreas donde sea necesario.
- Realizar todas aquellas actividades que el jefe inmediato superior le indique o asigne.

PERFIL DEL PUESTO

- Título bachiller en cualquier especialidad
- Experiencia no indispensable
- Edad comprendida entre 20 a 35 años
- Disponibilidad a tiempo completo

MESERO

Es la persona de atender con cordialidad, buen trato e informar a los clientes sobre los menús y servicios que brinda el restaurante y en sí el Complejo.

FUNCIONES

- Atender a los clientes con cortesía.
- Informar de los menús y servicios del restaurante.
- Entregar los pedidos que realicen los clientes a los cocineros para la preparación del plato
- Informar al CAJERO /A del valor y los productos a ser cobrados.
- Mantener en orden y limpias las áreas de trabajo tanto internamente como externamente.
- Colaborar con el personal de mantenimiento.
- Colaborar en las áreas donde sea necesario.
- Realizar todas aquellas actividades que el jefe inmediato superior le indique o asigne.

PERFIL DEL PUESTO

- Bachiller en cualquier especialidad,
- Referencias personales
- Experiencia no indispensable
- Edad entre 20 a 30 años
- Buena presencia

CHEF

Es la persona que se encarga de planificar, supervisar, controlar y ejecutar la preparación de los platillos.

FUNCIONES

- Supervisar, dirigir, y planificar y ejecutar la preparación de los menús
- Solicitar los materiales que se requieran para la preparación de los platillos a bodega.
- Cuidar que los platillos sean realizados cumpliendo las disposiciones sanitarias
- Mantener las áreas de cocina limpias y ordenadas
- Responsabilizarse de todos los utensilios de cocina, lencería y demás instalaciones que se requieren para cumplimiento de sus tareas.
- Atender los pedidos oportunamente de los clientes
- Planificar y organizar las actividades de la cocina
- Colaborar en las áreas donde sea necesario.
- Realizar todas aquellas actividades que el jefe inmediato superior le indique o asigne.

PERFIL DEL PUESTO.

- Título de chef y repostería
- Realización de cursos de cocina
- Experiencia en cocina nacional
- Edad comprendida entre los 30 a 40 años

4.10 ESTRATEGIAS DE MERCADO.

4.10.1 SERVICIO

“Servicio se define como las actividades inidentificables e intangibles que constituyen el objetivo principal de una transacción cuyo fin es satisfacer las necesidades o deseos del cliente”²².

El Complejo Turístico Sierra Tropical, es una empresa que oferta servicios principalmente el de recreación, diversión, y alimentación, los mismos que es difícil dar a conocer al cliente sin que este lo consuma, por tal razón, se debe tomar en cuenta varios aspectos que le permitirá tangibilizar el servicio, así con el diseño del nombre, un logotipo que identifique los servicios que ofrece.

La marca del Complejo Turístico Sierra Tropical deberá recordar atributos, como descanso, tranquilidad, unión familiar, los mismos que pueden traducirse en beneficios funcionales o emocionales, como esparcimiento, salud corporal; también deberá representar los valores del mismo, es decir enfatizar que es un lugar de distracción familiar, acogedor; a la vez con el símbolo de atardecer se desea demostrar la belleza de la naturaleza, paz, tranquilidad.

El nombre de SIERRA TROPICAL, describe la combinación de la infraestructura del lugar, es decir el clima y ambiente de la Sierra junto con el clima Tropical, todo ello en medio del contacto de la naturaleza, con su vegetación, paisaje, e hidrografía.

El Complejo Turístico Sierra Tropical no debe tratar su marca como un mero nombre, ya que el desafío de la denominación de la marca es crear una serie de profundas asociaciones positivas que se reflejan en ella.

²² Fundamentos de Marketing, Stanton Etzel Walker,, edición 11 Pàg. 567.

4.10.2 PRECIO

En términos simples, Precio, es la cantidad de dinero y/o otros artículos con la utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere, para adquirir un producto o un servicio.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, debe considerar la importancia del precio en la economía, en la mente del consumidor y en las empresas ya que este influye en los sueldos, en los intereses y las utilidades. El precio es el regulador básico del sistema económico porque incide en las cantidades pagadas por los factores de producción: mano de obra, terrenos, capital, y empresarios.

El Complejo Turístico Sierra Tropical conoce que los clientes son de alguna manera sensibles al precio, pero también están interesados en otros factores tales como: la imagen de la marca, la ubicación, el servicio, la calidad, y el valor agregado que se le brinde. Además, el Complejo Turístico Sierra Tropical, no fijará precios inferiores a la competencia ya que las percepciones de algunas personas por ser servicios suntuarios, califican la calidad del servicio directamente con el precio, por lo general piensan que a precio más elevado corresponde una mejor calidad.

El Complejo Turístico Sierra Tropical otorgará continuamente valor agregado a sus servicios, no necesariamente siendo caro o que tiene un precio muy bajo, por el contrario; el valor indica que el servicio reúne las clases y beneficios potenciales (calidad, imagen, comodidad, rapidez, limpieza, etc.) que los consumidores esperan de él, en determinado nivel de precios.

El Complejo Turístico Sierra Tropical conoce que los precios son importantes para una empresa la mayoría de las veces, pero no siempre, se debe canalizar varios factores que permitan limitar el efecto de los precios, contar con un programa de marketing estratégico, características diferenciales de los servicios, una marca de adecuada, alta calidad en sus servicios, la comodidad, o alguna combinación de éstos y otros factores que son más importantes para los clientes que el precio.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, ha mantenido su nivel de precios de acuerdo al mercado y competencia, siendo en la actualidad Niños un dólar con cincuenta centavos, y Adultos tres dólares. Para la fijación de nuevos precios se deberá analizar una serie de parámetros como inversión, análisis del mercado, competencia, tipo del cliente (ingresos), costos, siempre tratando de añadir valor a los servicios, profundizar en la calidad del servicio, y eficiencia, es decir ir más allá de las necesidades del consumidor, ya que la mayoría de clientes no se fijan en el precio pero si en la calidad del mismo. Se realizará descuentos especiales para grupos de personas analizando el día y hora del servicio, basados en las políticas de ventas.

4.10.3 PROMOCION Y PUBLICIDAD

“La promoción es básicamente un intento de influir en el público, es decir; sirve para informar, persuadir y recordar al mercado la existencia de los servicios, con la intención de influir en los sentimientos, creencias, o comportamiento.”²³

La comunicación es la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea, y otro que desea recibirla. El campo de la comunicación más importante para la empresa es la que se establece entre ésta y sus clientes, un ámbito que puede definirse como el puente de comunicación entre sus servicios y los consumidores, tres grandes pilares lo sostienen:

- Publicidad
- Promoción
- Relaciones Públicas

PUBLICIDAD

“La publicidad es una comunicación no personal y pagada, de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado”²⁴

²³ Fundamentos de Marketing, Stanton, Etzel Walkwr Edición 11 Pág. 568

²⁴ Kotler Philip, Dirección de Marketing, Edicio Milenio Pàg. 644.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, basará sus estrategias con la finalidad de conseguir que en el año 2004 y 2005, el 80% de la población seleccionada, identifique la marca “SIERRA TROPICAL” como El Mejor Complejo Turístico de la ciudad de Latacunga.

Complejo Turístico Sierra Tropical,, debe reestructurar su eslogan, con la finalidad de establecer una frase que se lleve en la mente el consumidor y asocie al Complejo con sus servicios. El Complejo Turístico Sierra Tropical cuenta en la actualidad con el logotipo establecido Ver anexo No. 8, el cual mantiene un slogan “disfruta los mejores momentos de tu vida”, la estrategia para lograr que la marca se grabe en la mente del consumidor es cambiar el eslogan, por una frase más corta y que refleje el servicio y los valores que mantiene el Complejo.

PROPUESTA: “SU TRANQUILIDAD EN NUESTRAS MANOS”

Reflejando que el valor principal para el Complejo Turístico Sierra Tropical es la tranquilidad del cliente, brindarle confianza, que sienta que somos capaces de servirle con calidad y eficiencia.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, deberá aplicar campañas publicitarias a través de la radio, prensa y televisión para que se de a conocer los servicios que ofrece, la publicidad se lo realizará con las radios en las cuales esporádicamente ya ha realizado convenios, entre ellas Radio Latacunga, Radio Canela, Radio Oasis, el contrato deberá ser por un año.

Además se realizará una publicidad en la televisión local, para lo cual se contratará TV Color, el contrato se lo realizará por un año.

Se realizará para cada periodo de vacaciones o días feriados una publicación en el diario de la ciudad, (La Gaceta).

Se elaborará y se entregará trípticos, Ver anexo No. 9, los trípticos serán entregados a las principales instituciones públicas, privadas, instituciones educativas, cooperativas de transporte, etc. en los cantones seleccionados.

Se deberá colocar estratégicamente vallas publicitarias, con la marca de SIERRA TROPICAL, las mismas que serán colocadas en la Panamericana Norte a la salida de la Parroquia de San Buenaventura, otra seguida la Panamericana Sur junto a los semáforos del sector el Niagara, y la otra será ubicado entre los rompe velocidades ubicados en la unidad Educativa FAE.

PROMOCION

“La promoción de ventas consiste en un conjunto de instrumentos de incentivos, generalmente a corto plazo, diseñados para estimular rápidamente, y/o en mayor medida, la compra de determinados productos o servicios por los consumidores o los comerciantes.”²⁵

Mientras la publicidad ofrece una razón para comprar, la promoción de ventas propone un incentivo a quienes compra, englobando herramientas promocionales para el consumidor con la finalidad de retener a largo plazo los clientes conseguidos, atraer nuevos clientes y recompensar a los clientes fieles.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, ofrecerá un descuento del 10% a los clientes que durante tres meses hayan visitado frecuentemente, hacer uso de las instalaciones del Complejo.

Se entregará cupones o pases de cortesía a dirigentes, o representantes de instituciones, etc. El Complejo Turístico Sierra Tropical, deberá establecer Membresías a grupos e instituciones, considerando un 15 % de descuento en el costo de instalaciones.

RELACIONES PUBLICAS.

Las relaciones públicas, son una herramienta administrativa cuya finalidad es influir positivamente en las actitudes hacia la organización, sus servicios y políticas.²⁶

“Un público es cualquier grupo que tenga un interés real o potencial o un impacto sobre la capacidad de una empresa para llevar a cabo sus objetivos. Las relaciones públicas

²⁵ Kloter Philip, Dirección de Marketing, Edición 11 Pàg. 666

²⁶ Fundamentos de Marketing, stanron Etzel, Walker Pàg. 550

comprenden una variedad de programas diseñados para promover o proteger la imagen de la empresa o sus productos particulares.”²⁷

El Complejo Turístico Sierra Tropical, deberá relacionarse con diferentes Instituciones de la provincia, con la finalidad de intercambiar servicios, realizar convenios con empresas líderes de la provincia como por ejemplo, instituciones de publicidad, Municipio, Gobernación, instituciones bancarias, instituciones educativas, etc, con la finalidad de formar alianzas estratégicas.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, debe diseñar una página web, con los servicios que ofrece con el fin de ampliar las fronteras y conocer nuevas necesidades, expectativas, y tecnologías.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, deberá enfatizar su publicidad dado que a través de las encuestas realizadas, el 60 % de la población investigada no conoce de la existencia del mismo, y el 40 % que ha visitado en su mayoría a llegado por amigos más no por publicidad.

Es necesario en el año 2004, difundir la marca, sus servicios de manera que para el próximo año, Sierra Tropical este en la mente del consumidor, y este conozca de los servicios que el Complejo presta.

4.11 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION

Servicio

El servicio que ofrecerá el Complejo Turístico Sierra Tropical, será con excelencia rápido y oportuno; de todos los servicios como son: Piscina, Sauna, Turco, Hidromasaje, Bar, Restaurante, Canchas deportivas, Salón de recepciones, etc.

²⁷ Kloter Philip, dirección de Marketing, Edición 11 Pàg. 676

La calidad de la prestación de los servicios del Complejo Turístico Sierra Tropical, será Cero defectos, la misma que estará reflejada en la limpieza, higiene y orden de las instalaciones, con una perfecta señalización e iluminación.

Complejo Turístico Sierra Tropical, deberá presentarse como un Complejo de alta categoría, proyectando a través de su logotipo la tranquilidad que busca el cliente, brindar una satisfacción que supere las expectativas del mismo.

Venta

El Complejo Turístico Sierra Tropical, aplicará un marketing honesto, legal y decente que no sea impositivo, ni manipulador, ni derrochador, sino informativo y orientado precisamente en términos de segmento de mercado y tiempo, investigará plenamente a los clientes de modo que sus necesidades se entiendan hasta en sus detalles más sutiles, y sean incorporados en la promoción y las políticas del Complejo.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, mantendrá una actitud personal o telefónica, interesada, sensible, y oportuna, que se transmita un mensaje preciso y comprensible, que cumpla con los objetivos del cliente y con su necesidad de ser escuchado, ofrecer diferentes medios para realizar un pedido como teléfono, fax, visita personal, etc.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, creará un entorno acogedor y no amenazante, facilitará la realización de los negocios de manera que los clientes se sientan emocionalmente cómodos.

El Complejo Turístico Sierra Tropical contará con empleados amables, sensibles, empáticos, confiables, conocedores, leales al equipo corporativo, entrenados y facultados para actuar, y cuya apariencia personal sean consistentes con las expectativas de los clientes.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, deberá elaborar, folletos, trípticos, proformas, contratos, manuales de usuario, etc, escritos en forma clara y precisa, en los cuales se incluya en cada uno información completa sobre los detalles del Complejo y servicios que ofrece, exactos y oportunos.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, deberá fijar variables de compra, las mismas que deberán ser explicadas claramente, negociables, justamente y entonces confirmadas por escrito.

POSVENTA

El Complejo Turístico Sierra Tropical reconocerá el tiempo de vida de un cliente, y premiará a clientes genuinamente leales, se les garantizará la sencillez del proceso de nuevos pedidos sustentada en la información existente sobre los clientes.

El Complejo Turístico Sierra Tropical deberá implementar un sistema de manejo de quejas, para lo cual contará con personal autorizado que responda de inmediato, con amabilidad, honestidad, simpatía y profesionalismo, para mantener informado al cliente a lo largo de todo el proceso de manejo de quejas y utilizar la tecnología como una herramienta, no como un bien supremo.

UBICACION.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, deberá explicar con precisión la ubicación en textos, gráficos, verbalmente y asegurar que cualquier cambio de vías de acceso trazadas con nombres o numeración sean con las direcciones actualizadas.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, deberá señalar claramente la ubicación, y asegurar que todas las fachadas exteriores del edificio, entradas y todo el terreno del Complejo reflejen la imagen corporativa y transmitan empatía con los clientes.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, deberá proyectar seguridad y comodidad, proveer de iluminación y señalización suficiente en todos los estacionamientos y entrada, asegurar que todo el entorno interno cumpla con las reglamentaciones relevantes de salud, seguridad e higiene; asegurar que el espacio físico satisfaga la dinámica interacción humana.

El Complejo Turístico Sierra Tropical debe establecer consideraciones para clientes especiales, asegurarse de que nada discrimine a los grupos con necesidades especiales.

TIEMPO.

El Complejo Turístico Sierra Tropical prestará un servicio acorde a las necesidades de los clientes y no según la presencia o ausencia de competidores.

El Complejo Turístico Sierra Tropical ofrecerá una selección de servicios continuamente mejorados que sean relevantes para las necesidades de los patrones de compra.

El Complejo Turístico Sierra Tropical examinará continuamente la velocidad en las transacciones, asegurarse que el proceso sea tan corto como lo quieren los clientes.

CULTURA.

Las actividades del Complejo Turístico Sierra Tropical serán realizadas incuestionablemente basadas en la ley, siendo moral y transparente.

La conducta del Complejo Turístico Sierra Tropical, será imparcial, gustosamente servicial, objetivo, justo, irreprochable y auténticamente centrado en el cliente, y dispuesto a aprender de la crítica constructiva.

Las relaciones internas del Complejo Turístico Sierra Tropical harán gala de un tratamiento justo y equitativo de todos los empleados, sin diferencias injustificables entre el personal de rango superior e inferior; entender el concepto del cliente interno brindar oportunidades para el desarrollo multifuncional, propio y dirigido; confiar en la gente dándole al personal información y poder para la toma de decisiones, fomentar la participación, la identidad de equipo, y la contribución, y asegurarse de que cada uno entienda, acepte y realice su misión personal con relación al cliente.

El Complejo Turístico Sierra Tropical, desarrollará una relación externa, los socios con los proveedores y clientes, en lugar de actuar como si fuesen partes aisladas, deberían estar separados por el control ejercido por un superior sobre un subordinado, teniendo en cuenta que el poder lo tienen los clientes, es decir se debe observar que el superior, es el cliente.

4.12 REESTRUCTURACION TECNICA.

En base a la encuesta (Ver anexo No. 3), aplicada en el capítulo II a la población objetivo, solicitando sugerencias, que mejoren los servicios que ofrece el Complejo Turístico Sierra Tropical, se obtuvo varias alternativas de las cuales se analizó y estudió las más viables y de mayor preferencia para los clientes, de lo cual se ha visto la importancia de realizar las siguientes adecuaciones en su estructura técnica, las mismas que facilitarán las actividades de los clientes y de la empresa, tales como:

- Una remodelación de las baterías sanitarias.
- La creación de un punto de venta (bar).
- Implantar un sistema de cancelas.
- Habilitar una nueva piscina.
- Instalar juegos infantiles en el área verde.
- Adecuar canchas deportivas.
- Área de pesca deportiva

4.12.1 REMODELACION DE BATERIAS SANITARIAS

De acuerdo a las especificaciones para la construcción de locales públicos, no se cuenta con el número de baterías sanitarias necesarias, además lo más importante es que no existe la debida división entre damas y caballeros, lo cual impide que los clientes acudan a ellos, ya que no existe la suficiente privacidad. Ver anexo No.10.

Por lo que es necesaria una remodelación logrando de esta manera contar con baños separados, tanto para el local de recepciones como para el área de recreación. Para dicha

remodelación se requiere de los siguientes accesorios y presupuesto, lo cual se detalla a continuación, en el Cuadro No. 83.

CUADRO N ° 83
REQUERIMIENTOS PARA REMODELACION DE BAÑOS

REQUERIMIENTOS	Dólares
1Urinario	180.00
1Lava manos	98.00
2 inodoros completos	175.00
Cerámica en piso de 40*40	580.50
Cerámica en pared a 1,20m de altura de 20*2,30	620.30
Ventanas de hierro con vidrio oscuro	193.60
Pintura en paredes	87.60
Loza de 10 maciza armada	1.065.00
COSTO TOTAL	3.000.00

FUENTE: Arq. Hugo Herrera.

ELABORADO: Maribel Avila G.

4.12.2 LA CREACION DE UN PUNTO DE VENTA (BAR).

De quienes acuden un día domingo al Complejo Turístico Sierra Tropical, de acuerdo a entrevistas realizadas a los clientes, el 30% sale a comprar en la parte exterior del Complejo, compra allí por la mala ubicación actual del bar ya que este se encuentra en el centro del salón de recepciones y el área de recreación, y dado que la empresa prohíbe circular alrededor de la piscina con calzado, los clientes una vez que se encuentra vestidos para salir a su domicilio y que desean comprar, ya no lo pueden hacer, tendrían que salir y luego regresar por el salón de recepciones para adquirir un producto del bar, por lo que prefiere no comprar o comprar fuera del Complejo. Ver anexo No.11.

Para lograr una localización estratégica del punto de venta, se ha visto un espacio que permita eliminar las incomodidades presentadas para el cliente, por lo que se ha diseñado el nuevo punto de venta en la entrada al área de recreación, es decir por donde circula

tanto los clientes que ingresan como aquellos que salen, habilitando a la vez para que pueda atender a la parte externa, logrando con el nuevo punto de venta atender a las personas que se encuentran en las canchas deportivas o en los juegos infantiles, por la parte de afuera, sin tener que ingresar con calzado al área de recreación, a la vez la persona que atiende el bar será la encargada de recibir el ticket de ingreso a dicha área. Ver anexo No.12.

Se presenta el Cuadro No. 84, el presupuesto de la construcción del bar, similar al existente.

CUADRO No. 84
REQUERIMIENTOS CREACION DE PUNTO DE VENTA

REQUERIMIENTOS	DOLARES
Construcción de madera	350.00
Ventanas con vidrio	250.00
Acabados	150.00
Mano de obra	250.00
COSTO TOTAL	1000.00

FUENTE: Arq. Hugo Herrera.

ELABORADO: Maribel Avila G.

4.12.3 IMPLANTAR UN SISTEMA DE CANCELES

Con el objetivo de proyectar una mejor imagen del Complejo, y que el cliente se sienta con mayor seguridad, y facilidad para ejecutar sus actividades, dándole la responsabilidad del cuidado de sus pertenencias, se ha creído conveniente implantar un sistema de 225 cancelos, los cuales serán colocados, en lugar de las estanterías y las canastas que actualmente se utiliza. Ver anexo No. 13.

Este sistema a más de mejorar la estética del lugar, eliminará los costos de pérdidas de las pertenencias de los clientes, de igual manera se podrá ocupar a la persona que en la actualidad vigila las mismas, en otras actividades.

A continuación se presenta el cuadro No. 85 en el cual se detalla las características de los cancelos y su presupuesto.

Se buscó varias alternativas siendo la más óptima la construcción de los 225 cancelos en aluminio, se adjunta proforma de Aluvisa, Ver Anexo No. 14.

CUADRO No. 85
REQUERIMIENTOS PARA CANCELES

REQUERIMIENTOS	DOLARES
225 cancelos elaborados y colocados de 40cm* 40cm	
COSTO TOTAL	3.311

FUENTE: Aluvisa.

ELABORADO: Maribel Avila G.

4.12.4 HABILITAR UNA NUEVA PISCINA.

Aprovechando que se cuenta con el espacio, incluso con la excavación se ha visto oportuno dar paso a la sugerencia de ampliación de piscina que representa el 22% de preferencia para la población objetivo, la misma que será destinada para personas que requiere una área no profunda, sino de una profundidad que permita caminar en la piscina dado que el 75% de la población encuestada no sabe nadar, por lo que no requiere de una piscina con profundidad considerable. Ver anexo No. 15.

A continuación se detalla los requerimientos tanto de construcción Ver cuadro No. 86, como de equipos e implementos para su funcionamiento. Ver cuadro No. 87

CUADRO No. 86**REQUERIMIENTOS PARA CONSTRUCCION DE PISCINA**

REQUERIMIENTOS DE PISCINA	UNI	CANI.	V. UNI.	DOLARES
Relleno de hormigón armado con malla electrosoldada	m3	36	60	2.160
Cerámica de piso	m2	36	14	504
Cerámica de pared	m2	36	11	396
Filo de granito 1 metro	m2	26	10	260
TOTAL				3.320

FUENTE: Arq. Hugo Herrera.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO N° 87**REQUERIMIENTOS DE EQUIPO PARA INSTALACION DE PISCINA**

REQUERIMIENTOS	DOLARES
Equipo de recirculación filtración, y limpieza, para piscina de 4*4*1,30	1.230
TOTAL	1.230

FUENTE: Hidroclass.

ELABORADO: Maribel Avila G.

4.12.5 ADECUACION DE CANCHAS DEPORTIVAS Y JUEGOS INFANTILES

Considerando que el 45% de la población encuestada requiere de canchas deportivas y juegos infantiles, para lo cual se ha considerado el área disponible, en el cual se propone una cancha multifuncional, tanto para volley, básquet, y colocación de juegos infantiles, para la distracción de niños, ya que existen personas que acuden en busca de otras formas de entretenimiento.

A continuación se presenta, el presupuesto para la adecuación de las canchas deportivas, y juegos infantiles. Ver cuadro No. 88.

CUADRO No. 88

REQUERIMIENTOS CANCHAS DEPORTIVAS Y JUEGOS INFANTILES

REQUERIMIENTOS	DOLARES
Preparación de terreno	200
Implementos ²⁸	500
Juegos infantiles tubo de H. G 4" y 2"	2000
TOTAL	2700

FUENTE: Arq. Hugo Herrera

ELABORADO: Maribel Avila G.

4.12.6 AREA DE PESCA DEPORTIVA

Una de las alternativas sugeridas por la población objetivo, es la implantación de pesca deportiva, para lo cual se ha investigado sobre la implantación de truchas, teniendo en cuenta que existe una vertiente de agua en condiciones aptas para la crianza de esta especie, la misma que requiere de agua no contaminada y oxigenada.

En el lugar disponible se estima realizar dos posas de tres por dos metros, con la capacidad de 1000 alevines cada una, el costo de cada alevín es de seis centavos, se debe considerar que están listas para el consumo en cinco meses, dependiendo del alimento y sobre todo de la oxigenación del agua, dichos animales se alimentan cuatro veces al día para lo cual se utilizará tres tipos de balanceado así inicial los dos primeros meses, cuyo costo es el saco de 5 kilos 8.00 para 1000 alevines se necesita de 4 sacos. Para los siguientes dos meses se emplea balanceado de crecimiento, son sacos de 25 kilos y se utiliza cuatro sacos a un costo de 45 dólares cada uno. El último mes se alimentan con un saco de 25 kilos de balanceado de engorde cuyo costo es de 45 dólares.

En el cuadro No. 89, se detalla el costo de producción de una trucha, considerando la capacidad de 2.000 truchas, con un índice del 1% de mortandad de dicha especie

²⁸ Describe herramientas, balones, redes, accesorios de juego.

CUADRO No. 89
COSTOS DE PRODUCCION

REQUERIMIENTOS	DOLARES
Adecuación instalación posas	200
Costo de alevines 2000	120
Balanceado inicial	64
Balanceado crecimiento	360
Balanceado de engorde	45
TOTAL	789

FUENTE: Nelson Córdor (Productor).

ELABORADO: Maribel Avila G.

Para la venta de dichas truchas, cada una deberá pesar 0.50 libra, el precio de venta varia, a la fecha Abril del 2004, se encuentra en 1.90 dólares la libra, considerando que en el Complejo se comercializará cada trucha a 1 dólar. Ver cuadro No. 90.

CUADRO No. 90
INGRESOS NETOS EN DOLARES

DETALLE	TOTAL	INGRESO BRUTO ²⁹	INGRESO NETO ³⁰
Truchas	1980	1980	1191

FUENTE: Nelson Córdor

ELABORADO: Maribel Avila G.

Con la implementación de la pesca deportiva a más de ser un recurso, de genera ingresos para el Complejo Turístico Sierra Tropical, se logrará que el cliente, tenga varias formas de recreación y distracción familiar. Las diferentes reestructuras se han basado en las sugerencias dadas por los clientes que asisten al Complejo, así como de las encuestas destinadas a la población meta. Se detalla, el diseño del nuevo plano arquitectónico, en el cual constan las diferentes los cambios sugeridos. Ver anexo No. 16.

²⁹ Cálculo de multiplicar 1980 truchas por el precio de un dólar de cada una =1.980 dólares

³⁰ Cálculo de la resta del ingreso total y el costo de producción 1.980 – 789 = 1.191 dólares de ingresos netos.

4.13 REINGENIERIA DE PROCESOS.

Dando paso a la reestructuración técnica, los diferentes procesos que ejecuta el Complejo Turístico Sierra Tropical, no se ven afectados a excepción del proceso de recreación el mismo que cambia por la implementación de cancelas.

Se detalla a continuación la optimización de recurso humano, así como la facilidad para la ejecución de las actividades por parte del cliente. En el cuadro No.91 y Gráfico No. 90 se demuestra que el proceso de recreación se ha optimizado eficientemente tanto en el recurso humano, como tiempo, y de igual manera en funcionabilidad para el cliente.

Se observa que en el anterior proceso se requería de 10 minutos con 18 segundos para que el cliente pueda salir a disfrutar de las instalaciones, tiempo en el que debía existir una persona que coloque y vigile las pertenencias del mismo, con la reestructuración de la implementación de cancelas y el nuevo proceso de recreación se requiere de tres minutos 34 segundos, lo que corresponde a 214 segundos, disminuyéndolo considerablemente, además con el nuevo punto de venta la persona del bar será quien se encargue de recibir el ticket de entrada de los clientes.

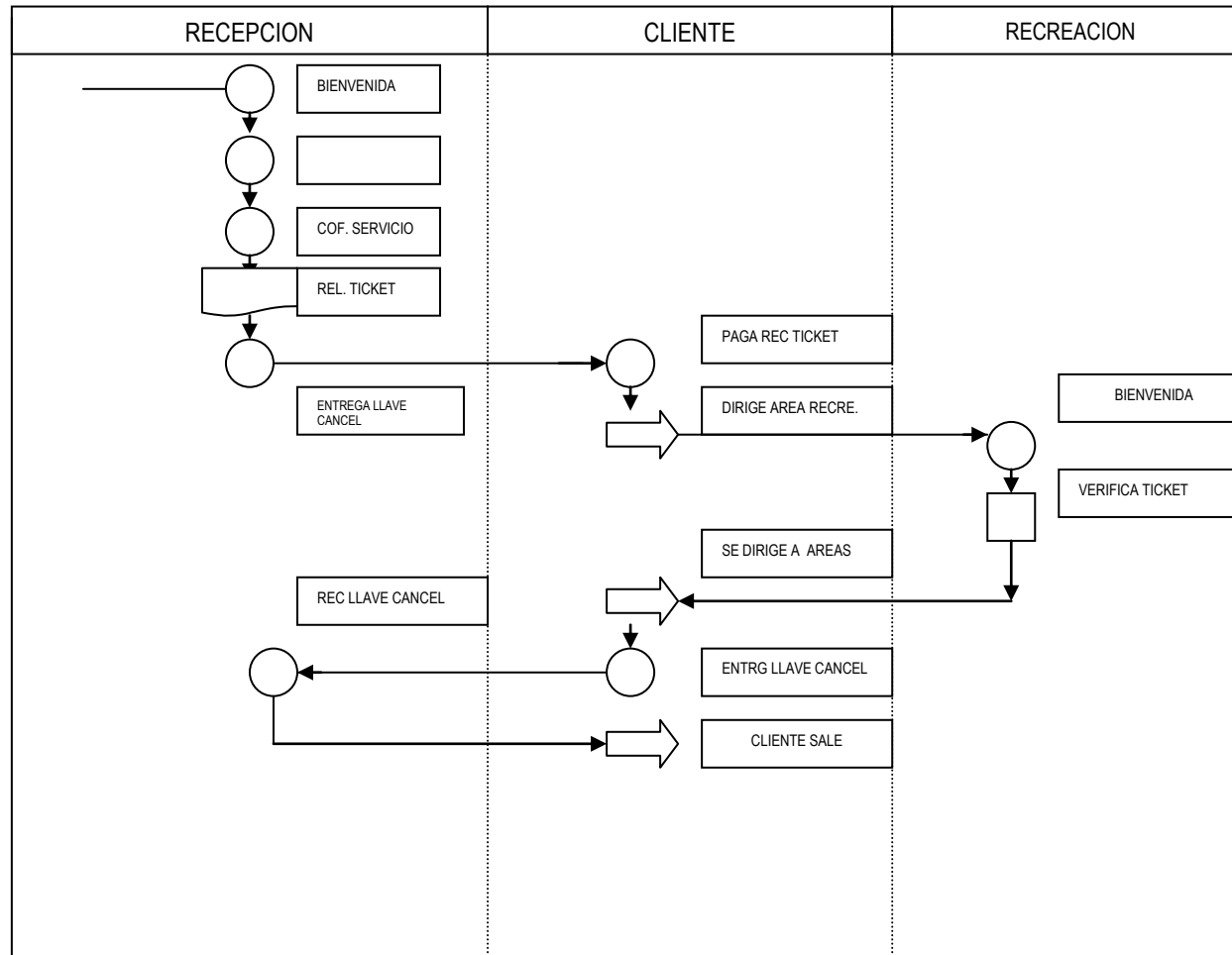
CUADRO No. 91
NUEVO PROCESO PRODUCTIVO DE RECREACION

RESPONSABLES		○	◻	□	D	▽	◇	◻	◻	Seg.	Mts.
RECEPCIÓN	BAR										
Bienvenida cliente		*								3	0
Informa los servicio y precios		*								5	0
Confirma servicio		*								5	0
Realiza ticket										10	0
Entrega llave cancel		*								3	0
Cliente se dirige área			*							180	43
	Bienvenida cliente	*								3	0
	Recibe ticket	*								2	0
	Verifica ticket			*						3	0
	Cliente dirige a las áreas		*								
El cliente entrega lave de cancel											
Sale											
TOTAL										214	43

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORAO: Maribel Avila G.

GRAFICO N° 20
NUEVO DIAGRAMA PROCESO PRODUCTIVO RECREACION



FUENTE: Investigación de Campo.
ELABORADO: Maribel Avila G..

CAPITULO V

REESTRUCTURACION Y EVALUACION FINANCIERA

5.1 INVERSIONES ACTIVO FIJO

En la presente reestructura financiera se ha determinado tanto los activos fijos existentes, como los que se requieren para continuar con las actividades el Complejo Turístico Sierra Tropical en sus próximos años de funcionamiento.

Los Activos Fijos se han clasificado de acuerdo a su área de destino, así tenemos área de Producción, Ventas y Administración a cada una de ellas se ha asignando un porcentaje respectivo, lo cual se presenta en el Cuadro No. 92.

5.2 PRONOSTICO DE VENTAS

En el cuadro No. 93 se detalla el pronóstico de ventas, de los diferentes servicio que ofrecerá el Complejo Turístico Sierra Tropical, para el servicio de piscina se ha considerado el 5% del total de la demanda esperada calculada en el capítulo II.

Para el servicio de bar se ha considerado que el 30% de quienes acuden al servicio de piscina.

Para el servicio de restaurante y contratos se ha estimado el 10% de quienes se proyecta acudan al servicio de piscina.

Para el servicio de la pesca deportiva se considera el 99% de la producción debido que el 1% restante corresponde al nivel de mortalidad de las mismas.

Los precios para los diferentes servicios que ofrece el Complejo Turístico Sierra Tropical, se verán afectados directamente por la inflación la misma que se ha considerado el 3% de incremento anual, de acuerdo a estadísticas del Banco Central, de igual manera en lo que se refiere a sus costo

CUADRO No. 92

INVERSION EN ACTIVO FIJO EN MILES DOLARES

CONCEPTO DE LA INVERSION	TOTAL	PRODUCC.	ADMIN.	VTAS.	% DEP.	DEPRE	DEPRE	DEPRE
	INVERSION					PROD.	ADMIN.	VTAS.
TERRENO E INSTAL.		90,00%	5,00%	5,00%		60.0%	20.0%	20.0%
TERRENO	50,20	45,18	2,51	2,51	-	-	-	-
CONSTRUCCIONES	71,55	64,40	3,58	3,58	0,05	3,22	0,18	0,18
INSTALACIONES	12,27	11,04	0,61	0,61	0,05	0,55	0,03	0,03
NUEVA CONSTRUCCIONES	13,33	12,00	0,67	0,67	0,05	0,60	0,03	0,03
SUMA	147,35	132,61	7,37	7,37	0,15	4,37	0,24	0,24
MAQUINARIA Y EQUIPO		1,00	-	-				
EQUIPO DE SAUNA	0,75	0,75	-	-	0,10	0,08	-	-
EQUIPO DE TURCO	0,75	0,75	-	-	0,10	0,08	-	-
EQUIPO DE HIDROMASAJE	1,50	1,50	-	-	0,10	0,15	-	-
EQUIPO DE RECIRCULACION	1,99	1,99	-	-	0,10	0,20	-	-
CALDEROS A GAS	5,20	5,20	-	-	0,10	0,52	-	-
CENTRALINA	0,75	0,75	-	-	0,10	0,08	-	-
TANQUE HIDROPNEUMATICO	0,73	0,73	-	-	0,10	0,07	-	-
CALEFONES YANG	0,98	0,98	-	-	0,10	0,10	-	-
ELECTRO BOMBA	0,73	0,73	-	-	0,10	0,07	-	-
NUEVO EQUIPO DE PISCINA	1,23	1,23	-	-	0,10	0,12	-	-
SUMA	14,60	14,60	-	-	1,00	1,46	-	-
EQUIPO DE OFICINA		-	0,800	0,200				
COMPUTADORA	1,31	-	1,05	0,26	0,33	-	0,35	0,09
IMPRESORA EPSON	0,20	-	0,16	0,04	0,33	-	0,05	0,01

CONCEPTO DE LA INVERSION	TOTAL	PRODUCC.	ADMIN.	VTAS.	% DEP.	DEPRE	DEPRE	DEPRE
	INVERSION					PROD.	ADMIN.	VTAS.
TELEFONO INALAMBRICO	0,02	-	0,02	0,00	0,10	-	0,00	0,00
UPS	0,15	-	0,12	0,03	0,10	-	0,01	0,00
SOFTWARE	0,45	-	0,36	0,09	0,10	-	0,04	0,01
ROTULO	0,65	-	0,52	0,13	0,10	-	0,05	0,01
EQUIPO NUEVO DE COMPUTACION	1,24	-	0,99	0,25	0,10	-	0,10	0,02
SUMA	4,02	-	3,22	0,80		-	0,60	0,15
MUEBLES Y ENSERES		0,800	0,100	0,100				
ESCRITORIO	0,05	0,04	0,01	0,01	0,10	0,00	0,00	0,00
SILLAS	1,44	1,15	0,14	0,14	0,10	0,11	0,01	0,01
MESAS	0,28	0,22	0,03	0,03	0,10	0,02	0,00	0,00
ESTANTERÍAS	0,15	0,12	0,02	0,02	0,10	0,01	0,00	0,00
VITRINAS	0,18	0,14	0,02	0,02	0,10	0,01	0,00	0,00
PIZARRA	0,02	0,02	0,00	0,00	0,10	0,00	0,00	0,00
SILLAS PLASTICA PERUGIA	0,46	0,36	0,05	0,05	0,10	0,04	0,00	0,00
PLANCHA OSTER	0,02	0,02	0,00	0,00	0,10	0,00	0,00	0,00
GAVETA METALICA	0,09	0,07	0,01	0,01	0,10	0,01	0,00	0,00
SILLON METALICO	0,06	0,05	0,01	0,01	0,10	0,00	0,00	0,00
ESCALERA ALUMINIO	0,23	0,18	0,02	0,02	0,10	0,02	0,00	0,00
TANQUE PLASTICO	0,17	0,14	0,02	0,02	0,10	0,01	0,00	0,00
CHORRERA DE PIEDRA	0,15	0,12	0,02	0,02	0,10	0,01	0,00	0,00
SUMA	3,29	2,63	0,33	0,33	1,30	0,26	0,03	0,03
EQUIPO DE COCINA		1,000	-	-				
COCINA INDUSTRIAL	1,20	1,20	-	-	0,10	0,12	-	-
HORNO ELECTRICO	1,50	1,50	-	-	0,10	0,15	-	-
REFRIGERADORA	0,39	0,39	-	-	0,10	0,04	-	-
LICUADORA	0,05	0,05	-	-	0,10	0,01	-	-

CONCEPTO DE LA INVERSION	TOTAL	PRODUCC.	ADMIN.	VTAS.	% DEP.	DEPRE	DEPRE	DEPRE
	INVERSION					PROD.	ADMIN.	VTAS.
VAJILLA Y MENAJE	0,67	0,67	-	-	0,10	0,07	-	-
SUMA	3,81	3,81	-	-		0,38	-	-
EQUIPO DE MUSICA		1,00	-	-				
MICROFONO INALAMBRICO	0,32	0,32	-	-	0,10	0,03	-	-
CONSOLA	0,70	0,70	-	-	0,10	0,07	-	-
COMPACTERA DENON	0,45	0,45	-	-	0,10	0,05	-	-
PEDESTALES	0,06	0,06	-	-	0,10	0,01	-	-
PARLANTES	2,60	2,60	-	-	0,10	0,26	-	-
SUMA	4,13	4,13	-	-	-	0,41	-	-
TOTAL	177,19	157,78	10,91	8,50	2,45	6,89	0,88	0,43

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO: Maribel Avila Gallo.

CUADRO No. 93

VENTAS POR AÑO MILES DE DOLARES

CONCEPTO	1	2	3	4	5
DEMANDA MERCADO	1.378	1.428	1.479	1.523	1.587
SERVICIO DE PISCINA	68,90	71,38	73,95	76,16	79,37
% PARTICIPACION MERCADO	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
PRECIO USD	3,00	3,09	3,18	3,28	3,38
VENTAS (MILES USD)	206,69	220,56	235,35	249,66	267,98
DEMANDA MERCADO (30%)	20,67	21,41	22,18	22,85	23,81
SERVICIO DE BAR	20,67	21,41	22,18	22,85	23,81
% PARTICIPACION MERCADO	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
PRECIO USD	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13
VENTAS (MILES USD)	20,67	22,06	23,54	24,97	26,80
DEMANDA MERCADO (10%)	6,89	7,14	7,39	7,62	7,94
SERVICIO DE RESTAURANTE	6,89	7,58	8,34	9,17	10,09
% PARTICIPACION MERCADO	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
PRECIO USD	2,00	2,06	2,12	2,19	2,25
VENTAS (MILES USD)	13,78	15,61	17,69	20,04	22,71
DEMANDA MERCADO (10%)	6,89	7,14	7,39	7,62	7,94
CONTRATOS	6,89	7,14	7,39	7,62	7,94
% PARTICIPACION MERCADO	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
PRECIO USD	5,00	5,15	5,30	5,46	5,63
VENTAS (MILES USD)	34,45	36,76	39,23	41,61	44,66
DEMANDA MERCADO	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
TRUCHAS	3,96	3,96	3,96	3,96	3,96
% PARTICIPACION MERCADO	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99
PRECIO USD	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13
OTROS INGRESOS	3,96	4,08	4,20	4,33	4,46
TOTAL	279,55	299,06	320,00	340,61	366,61

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 94
SUELDOS Y SALARIOS EN DOLARES

PUESTO	SUELDO	APORTE IESS	SUELDO MENSUAL	TOTAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL	SUELDO PRODU	SUELDO ADMINIST	SUELDOS VENTAS
GERENTE GENERAL	250,00	30,38	280,38	3.364,50	250,00	135,62	3.750,12		3.750,12	
JEFE DE RECREACIÓN	200,00	24,30	224,30	2.691,60	200,00	135,62	3.027,22	3.027,22		
JEFE DE SERVICIOS	200,00	24,30	224,30	2.691,60	200,00	135,62	3.027,22	3.027,22		
JEFE DE ABASTECIMIENTOS	200,00	24,30	224,30	2.691,60	200,00	135,62	3.027,22	3.027,22		
FINANZAS Y CONTABILIDAD	200,00	24,30	224,30	2.691,60	200,00	135,62	3.027,22		3.027,22	
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	146,83	17,84	164,67	1.976,04	146,83	135,62	2.258,49	2.258,49		
AYUDANTE DEPORTE Y JUEGOS	146,83	17,84	164,67	1.976,04	146,83	135,62	2.258,49	2.258,49		
RECEPCIONISTA	146,83	17,84	164,67	1.976,04	146,83	135,62	2.258,49			2.258,49
CAJERA	146,25	17,77	164,02	1.968,23	146,25	135,62	2.250,10	2.250,10		
CHEF	148,99	18,10	167,09	2.005,11	148,99	135,62	2.289,72	2.289,72		
AYUDANTE DE COCINA	146,25	17,77	164,02	1.968,23	146,25	135,62	2.250,10	2.250,10		
MESERO	146,83	17,84	164,67	1.976,04	146,83	135,62	2.258,49	2.258,49		
SUMAS	2.078,81	252,58	2.331,39	27.976,62	2.078,81	1.627,44	31.682,87	22.647,05	6.777,34	2.258,49

FUENTE: Tabla de Sueldos y Salarios por Categoría Registro Oficial No. 296.

ELABORADO: Maribel Avila G.

**CUADRO No. 95
COSTO DIRECTO EN DOLARES**

DETALLE	PROD. MES	TOTAL	INSUMOS		TOTAL	TOTAL	COSTO
		M.O	UNIDADES	IMPORTE	TOTAL	MATERIA	DIRECTO
				USD	USD	PRIMA	TOTAL
PISCINA	5.741						
RESTAURANTE	574						
BAR	1.722						
CONTRATOS	574						
TRUCHAS	330						
PISCINA							
SUELDO DE PRODUCCION		376,41					
KILOS POLIMERO			300,00	2,00	600,00	600,00	
CILINDROS COMBUSTIBLE			900,00	1,70	1.530,00	1.530,00	
KILOVATIOS ELECTRICIDAD			5.580,00	0,25	1.395,00	1.395,00	
TACHOS 15 KL. CLORO HTH			10,00	150,00	1.500,00	1.500,00	
TACHOS 10 KL. ADVANTAGE			10,00	65,00	650,00	650,00	
GALONES DESINFECTANTE			45,00	6,00	270,00	270,00	
SUMINISTROS(PAPEL HIGIENICO – FUNDAS)			100,00	0,25	25,00	25,00	
COSTO TOTAL		376,41			5.970,00	5.970,00	6.346,41
COSTO TOTAL UNITARIO		0,07				1,04	1,11
RESTAURANTE- ALMUERZO							
COSTO MANO OBRA		566,53					
LIBRAS DE ARROZ			100,00	0,29	29,00	29,00	
CUBETAS HUEVOS			1,00	1,80	1,80	1,80	
ATADOS CILANTRO			3,00	1,00	3,00	3,00	
QUINTAL PAPAS			2,00	10,00	20,00	20,00	
LIBRAS ARVEJAS			20,00	1,00	20,00	20,00	
POLLOS			58,00	3,65	211,70	211,70	
ACEITE CAJA 12 LTS.			3,00	12,00	36,00	36,00	
CAJA TOMATE			1,00	7,50	7,50	7,50	

		TOTAL	INSUMOS		TOTAL	COSTO	
DETALLE	PROD.	M.O	UNIDADES	IMPORTE	TOTAL	MATERIA	DIRECTO
	MES			USD	USD	PRIMA	TOTAL
LECHUGA			30,00	0,20	6,00	6,00	
LIBRAS ARROCILLO			8,00	0,20	1,60	1,60	
QUINTAL ZANAHORIA			0,50	5,00	2,50	2,50	
QUINTAL CEBOLLA PAITEÑA			0,50	7,00	3,50	3,50	
ATADO CEBOLLA BLANCA			5,00	1,00	5,00	5,00	
LIBRAS AZÚCAR			24,00	0,30	7,20	7,20	
BLOQUE DE HELADO			4,00	13,50	54,00	54,00	
CAJAS FRUTAS FRESCAS			3,00	5,00	15,00	15,00	
SUMINISTROS (FUNDAS- TARRINASPAPEL HIGIENICO)			50,00	0,25	12,50	12,50	
COSTO TOTAL		566,53	313,00	69,69	436,30	436,30	1.002,83
COSTO TOTAL UNITARIO		0,99				0,76	1,75
BAR							
SUELDO DE PRODUCCION		187,51					
CERVEZAS			800,00	0,50	400,00	400,00	
COLAS			300,00	0,50	150,00	150,00	
HELADOS			400,00	0,75	300,00	300,00	
SNACK			150,00	0,25	37,50	37,50	
COSTO TOTAL		187,51			887,50	887,50	1.075,01
COSTO TOTAL UNITARIO		0,11	-	-	-	0,52	0,62
CONTRATOS							
SUELDO DE PRODUCCION		566,53					
LIBRAS ALBERJA			25,00	1,00	25,00	25,00	
QUINTAL CEBOLLA PAITEÑA			0,50	7,00	3,50	3,50	
ATADO CEBOLLA BLANCA			10,00	1,00	10,00	10,00	
QUINTAL ZANAHORIA			0,50	7,00	3,50	3,50	
QUINTAL ARROCILLO			10,00	0,20	2,00	2,00	
LIBRAS MENUDECENCIA POLLO			60,00	0,75	45,00	45,00	
ATADO CILANDRO			6,00	1,00	6,00	6,00	
CHOCLOS			600,00	0,13	78,00	78,00	
QUINTALES PAPAS			3,00	11,00	33,00	33,00	

		TOTAL	INSUMOS		TOTAL	COSTO	
DETALLE	PROD.	M.O	UNIDADES	IMPORTE	TOTAL	MATERIA	DIRECTO
	MES			USD	USD	PRIMA	TOTAL
CAJA TOMATE DE RIÑÓN			1,00	7,50	7,50	7,50	
LECHUGA			30,00	0,20	6,00	6,00	
FUNDA DE 5 KL. CHORIZO CHANCHO			15,00	5,00	75,00	75,00	
FUNDA DE 5 KL. CHORIZO TERNERA			15,00	5,00	75,00	75,00	
POLLOS			72,00	3,65	262,80	262,80	
LIBRAS CHULETA			200,00	1,50	300,00	300,00	
LIBRAS LOMO			150,00	1,50	225,00	225,00	
CUBETASHUEVOS			1,00	1,80	1,80	1,80	
ACEITE CAJA 12 LTS.			4,00	12,00	48,00	48,00	
SAL			1,00	0,55	0,55	0,55	
HELADO			4,00	13,50	54,00	54,00	
SUMINISTROS			300,00	0,10	30,00	30,00	
COSTO TOTAL		566,53	732,00	34,60	922,15	922,15	1.488,68
COSTO TOTAL UNITARIO		0,99				1,61	2,59
TRUCHAS							
SUELDO DE PRODUCCION							
BALANCEADO			130,19	1,00	130,19	130,19	
FUNDAS			660,00	0,00	1,32	1,32	
COSTO TOTAL		-	-	49,75	131,51	131,51	131,51
COSTO TOTAL UNITARIO					0,40	0,40	0,40
TOTAL MENSUAL		1.696,97			8.347,46	8.347,46	10.044,43
		2,15	-	-	-	4,32	6,47
% S/TOTAL		0,17			-	0,83	1,00

RUBRO	U.S.D.	%
M.O.D.	1.696,97	0,17
MATERIA PRIMA	8.347,46	0,83

FUENTE: Investigación de campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 96
ANALISIS DE GASTOS MENSUALES –MILES DOLARES

CONCEPTOS	GASTOS		
	PRODUCCION	ADMIN.	VENTA
GASTOS DE PAPELERIA		0,02	
SUELDOS MANTENIMIENTO	0,25		
SUELDO ABASTECIMIENTO	0,25		
SUELDO JEFE SERVICIOS	0,25		
SUELDOS ADMINISTRACION		0,56	
SUELDOS DE VENTAS			0,19
TELEFONO		0,08	
IMPUESTOS DE FUNCIONAMIENTO			0,03
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA			0,70
IMPUESTO PREDIAL		0,03	
TOTAL FIJOS	0,76	0,69	0,92
TOTAL FIJOS ANUALES EN MILES USD	9,08	8,31	10,99
ENERGIA		0,02	
MANTENIMIENTO	1,20		
AGUA	0,03		
TOTAL VARIABLES MENSUAL	1,23	0,02	-
TOTAL VARIABLES ANUALES EN MILES	14,70	0,24	-
TOTAL MENSUAL	1,98	0,71	0,92
TOTAL ANUALES EN MILES USD	23,78	8,55	10,99

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 97
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO MILES DOLARES

DETALLE	1	2	3	4	5
VENTAS EN UNIDADES					
SERVICIO PISCINA	68,90	71,38	73,95	76,16	79,37
SERVICIO DE BAR	20,67	21,41	22,18	22,85	23,81
SERVICIO DE RESTAURANTE	6,89	7,58	8,34	9,17	10,09
CONTRATOS	6,89	7,14	7,39	7,62	7,94
TRUCHAS	3,96	3,96	3,96	3,96	3,96
PRECIO (MILES USD)	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
servicio piscina	3,00	3,09	3,18	3,28	3,38
SERVICIO DE BAR	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13
SERVICIO DE RESTAURANTE	2,00	2,06	2,12	2,19	2,25
CONTRATOS	5,00	5,15	5,30	5,46	5,63
TRUCHAS	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13
VENTAS	279,55	299,06	320,00	340,61	366,61
COSTO DIRECTO					
COSTO PISCINA	76,16	81,27	84,19	86,71	90,36

COSTO BAR	36,10	38,52	39,91	41,10	42,84
COSTO RESTAURANTE	12,03	13,63	15,00	16,50	18,15
DETALLE	1	2	3	4	5
COSTO CONTRATOS	17,86	19,06	19,75	20,34	21,20
COSTO TRUCHAS	1,58	1,63	1,63	1,63	1,63
TOTAL COSTO DIRECTO	143,73	154,11	160,47	166,28	174,17
GASTOS PRODUCCIÓN	23,78	24,50	25,23	25,99	26,77
DEPRECIACIÓN	6,89	6,89	6,89	6,89	6,89
COSTO DE LO VENDIDO	174,40	185,49	192,59	199,15	207,82
UTILIDAD BRUTA	105,14	113,57	127,41	141,46	158,79
GASTOS DE ADMINST.	8,55	8,81	9,07	9,35	9,63
GASTOS S/VENTA	10,99	11,32	11,66	12,01	12,37
DEPRECIACIONES	1,31	1,31	1,31	1,31	1,31
GASTOS DE OPERACIÓN	20,85	21,44	22,04	22,66	23,30
UTILIDAD DE OPERACIÓN	84,29	92,13	105,37	118,79	135,49
GASTOS FINANCIEROS	4,85	3,23	1,62	-	-
UTIL. ANTES IMP. RENTA	79,44	88,90	103,75	118,79	135,49
IMP. RENTA EJERCICIO	12,72	15,08	18,80	22,56	26,73
PART RABAJADORES	11,92	13,33	15,56	17,82	20,32
UTILIDAD NETA	54,81	60,48	69,39	78,42	88,43

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados. Desde el punto de vista práctico se representa por el capital adicional con el que hay que contar para que inicie las actividades la empresa, permite financiar la materia prima, pagar la mano de obra, otorgar crédito y contar con una liquidez, lo que constituye el activo circulante, y el pasivo circulante en lo que se refiere al crédito otorgado por los proveedores. Se debe considerar cuatro rubros importantes:

5.3.1 EFECTIVO – BANCOS

El Complejo Sierra Tropical debe mantener el suficiente dinero en efectivo para cubrir los gastos de producción y administrativos, y gastos de ventas desde el primer día de operación, hasta que reciba el dinero por las ventas, por lo que se ve afectado por los días de crédito que se otorgue.

Para el caso el Complejo Turístico Sierra Tropical por tratarse de una empresa de servicios no se concede crédito, debiéndose mantener valores para un día como se muestra a continuación.

CUADRO No. 98

EFECTIVO BANCO MILES DOLARES

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2
COSTO DIRECTO	143.73	154.11
GASTO DE PRODUCCION	23.78	24.50
GASTO DE ADMINISTRACION	8.55	8.81
GASTO DE VENTA	10.99	11.32
TOTAL	187.05	198.74

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

PERIODO DE RECUPERACION

TOTAL EFECTIVO BANCOS AÑO 1=(187.05/240)*1=779 dólares.

TOTAL EFECTIVO BANCOS AÑO 2= (198.74/240)*1=828 dólares.

Se requiere para cubrir diariamente los gastos de producción, administrativos y de ventas un valor de 779 dólares, durante el año 1.

5.3.2 INVENTARIOS

Es necesario contar con un inventario de materias primas, que intervienen en cada uno de los servicios que presta el Complejo Turístico Sierra Tropical, el como política de la empresa el inventario se mantendrá por 15 días con la finalidad de abaratar costos de transporte al adquirir materia prima para este lapso de tiempo, descuentos por el volumen de compra etc.

AÑO 1: MATERIALES PISCINA

$$5970/5741.42=1.04$$

$$1.04*68897=71.64 \text{ al año}$$

$$(71.64/360)*15=2985.54 \text{ Dólares}$$

AÑO 1: MATERIALES RESTAURANTE

$$436.300/574.14=0.76$$

$$0.76*6889=5.24 \text{ al año}$$

$$(5.24/360)*15=218.15 \text{ Dólares}$$

Se requiere mantener un costo de materia prima para el servicio de piscina de 2985.54 dólares para mantener el inventario para 15 días, de igual manera para el inventario del restaurante es necesario 218.15 dólares.

CUADRO No. 99
COSTO MATERIA PRIMA MENSUAL

COSTO MENSUAL MATERIA PRIMA	DOLARES
COSTO MENSUAL MATERIA PRIMA PISCINA	5970
COSTO MENSUAL MATERIA PRIMA RESTAURANTE	436,3
COSTO MENSUAL MATERIA PRIMA BAR	887,5
COSTO MENSUAL MATERIA PRIMA CONTRATO	922,15
COSTO MENSUAL MATERIA PRIMA TRUCHAS	131,51
NUMERO DE PERSONAS MENSUAL	NUMERO
NUMERO DE PERSONAS MENSUAL PISCINA	5741
NUMERO DE PERSONAS MENSUAL RESTAURANTE	574
NUMERO DE PERSONAS MENSUAL BAR	1722
NUMERO DE PERSONAS MENSUAL CONTRATO	574
NUMERO MENSUAL TRUCHAS	330
NUMERO DE PERSONAS ANUAL	NUMERO
NUMERO DE PERSONAS ANUAL PISCINA	68892
NUMERO DE PERSONAS ANUAL RESTAURANTE	6888
NUMERO DE PERSONAS ANUAL BAR	20664
NUMERO DE PERSONAS ANUAL CONTRATO	6888
NUMERO ANUAL TRUCHAS	3960

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

5.3.3 CUENTAS POR COBRAR

Esta cuenta básicamente se lo realiza cuando existe la venta del bien o servicio a crédito, corresponde al tiempo que se otorgue, en este caso el Complejo Turístico Sierra Tropical no realiza ventas a crédito.

5.3.4 PROVEEDORES.

Se refiere básicamente al tiempo que financian los proveedores, en este caso la empresa cuenta con proveedores que otorgan en promedio de 8 días de crédito de los diferentes insumos que se deben adquirir para los servicios que se ofrece.

CUENTAS POR PAGAR PISCINA:	5970/5741=1.04 $(1.04*68897)=71.63/365*8$ =1.592 dólares
CUENTAS POR PAGAR RESTAURANTE:	436.30/574=0.76 $(0.76*6888)=5235.6/365*8$ =114.75 dólares
CUENTAS POR PAGAR BAR:	887.5/1722=0.515 $(0.515*20664)=10650/365*8$ =233.42 dólares
CUENTAS POR PAGAR CONTRATOS:	922.15/574=1.61 $(1.61*6888)=11089.68/365*8$ =243.06 dólares
CUENTAS POR PAGAR TRUCHAS:	131.51/330=0.398 $(0.398*3960)=1578.12/365*8$ =34.58 dólares

En el cuadro No.100, se detalla el capital de trabajo necesario para los próximos cinco años de funcionamiento del Complejo Turístico Sierra Tropical.

5.3.5 POLITICAS DE INVERSION

- Las utilidades serán repartidos a partir del segundo año, el 30% entre los accionistas de la empresa, proporcionalmente a sus aporte individuales, para el siguiente año partir se incrementará un 10% es decir el 40%, para el siguiente el 50% en el cual se mantendrá para los siguientes años.
- La tasa bancaria aplicada corresponde al 18%, la misma que se obtuvo a través de una ponderación de las tasas de interés contraídas, de la siguiente manera:

Banco Pichincha tasa de interés del 17%

Cooperativa Amazonas tasa de interés del 27%.

Monto Banco Pichincha 15.065.99 + 10.000 nuevo préstamo =25.065.99 dólares

Monto Cooperativa Amazonas 1.875 dólares.

Total de deuda = 26.940.99 dólares

% monto Banco Pichincha 93%

% monto Cooperativa Amazonas 7%

% tasa de interés Banco Pichincha $0.17 \times 0.93 = 15.81\%$

% tasa de interés Cooperativa Amazonas $0.27 \times 0.07 = 1.89\%$

Tasa ponderada 17.70% aproximadamente se tomará para la proyección el 18%

El tiempo para la amortización de la deuda se la realizará para tres años.

El monto del crédito bancario del Complejo Turístico Sierra Tropical, es la suma de la deuda que mantiene a diciembre 2003, más el nuevo préstamo de 10 mil dólares lo cual se utilizará para el pago de las cuentas por pagar a corto plazo.

CUADRO No. 100
CAPITAL DE TRABAJO EN MILES DE DOLARES

CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4
EFFECTIVO BANCOS	0,78	0,83	0,86	0,89	0,93
+CUENTAS POR COBRAR	-	-	-	-	-
INVENTARIOS:					
INSUMOS PISCINA	2,99	3,09	3,20	3,30	3,44
INSUMOS RESTAURANTE	0,22	0,24	0,26	0,29	0,32
INSUMOS BAR	0,44	0,46	0,48	0,49	0,51
INSUMOS TRUCHAS	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
INSUMOS CONTRATOS	0,46	0,48	0,49	0,51	0,53
+ TOTAL INVENTARIO	4,17	4,34	4,50	4,66	4,87
PROVEEDORES:					
INSUMOS PISCINA	1,59	1,65	1,71	1,76	1,83
INSUMOS RESTAURANTE	0,12	0,13	0,14	0,15	0,17
INSUMOS BAR	0,24	0,25	0,25	0,26	0,27
INSUMOS TRUCHAS	0,04	0,04	0,04	0,04	0,00
INSUMOS CONTRATOS	0,25	0,25	0,26	0,27	0,28
- PROVEEDORES	2,23	2,31	2,40	2,48	2,56
CAPITAL DE TRABAJO	2,73	2,85	2,96	3,06	3,23
CAMBIOS CAP. TRAB.	2,73	0,12	0,11	0,10	0,17

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 101
AMORTIZACION CREDITO MILES DE DOLARES

CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3
CREDITO AL INICIO	26,94	26,94	17,96	8,98
PAGO CAPITAL	-	8,98	8,98	8,98
CREDITO AL FINAL	26,94	17,96	8,98	-
CREDITO PROMEDIO	26,94	22,45	13,47	4,49
PAGO INTERESES	6,79	4,85	3,23	1,62
PAGO COMISION	-	-	-	-
GASTOS FINANCIEROS	6,79	4,85	3,23	1,62

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Avila G.

CUADRO No. 102

BALANCE GENERAL PROYECTADO MILES DE DOLARES

CONCEPTOS/AÑOS	-	1	2	3	4	5
<i>ACTIVO CIRCULANTE</i>						
CAJA Y BANCOS	1,59	42,53	81,65	121,33	174,60	233,48
CLIENTES	-	-	-	-	-	-
INVENT. MAT. PRIMAS	-	4,17	4,34	4,50	4,66	4,87
TOTAL A. CIRCULANTE	1,59	46,70	85,99	125,84	179,26	238,34
<i>ACTIVO FIJO:</i>						
TERRENO	50,20	50,20	50,20	50,20	50,20	50,20
CONSTRUCCIONES	84,88	84,88	84,88	84,88	84,88	84,88
INSTALACIONES	12,27	12,27	12,27	12,27	12,27	12,27
MAQUINARIA Y EQUIPO	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60
EQUIPO DE OFICINA	4,02	4,02	4,02	4,02	4,02	4,02
MUEBLES Y ENSERES	3,29	3,29	3,29	3,29	3,29	3,29
EQUIPO DE MUSICA	4,13	4,13	4,13	4,13	4,13	4,13
EQUIPO DE COCINA	3,81	3,81	3,81	3,81	3,81	3,81
SUBTOTAL	177,19	177,19	177,19	177,19	177,19	177,19
DEPREC. ACUM.	(6,04)	(14,23)	(22,43)	(30,62)	(38,82)	(47,01)
TOTAL ACTIVO FIJO	171,15	162,96	154,76	146,57	138,38	130,18
TOTAL ACTIVO	172,74	209,66	240,75	272,41	317,63	368,53
PASIVO CORTO PLAZO						
CREDITOS BANCARIOS	8,98	8,98	8,98	-	-	-
CUENTAS POR PAGAR	11,31	-				
PTU POR PAGAR	4,09	11,92	13,33	15,56	17,82	20,32
PROVEEDORES	-	-	-	-	-	-
IMPUESTO LA RENTA	1,70	12,72	15,08	18,80	22,56	26,73

CONCEPTOS/AÑOS	-	1	2	3	4	5
TOTAL PASIVO CP.	26,08	33,62	37,40	34,36	40,38	47,05
CREDITOS LARGO PLAZO	17,96	8,98	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	44,04	42,60	37,40	34,36	40,38	47,05
CAPITAL CONTABLE						
CAPITAL SOCIAL	107,23	107,23	107,23	107,23	107,23	107,23
RESERVA LEGAL	-	2,15	7,63	13,68	20,61	28,46
UTILIDAD ACUMULADA	-	2,88	28,02	47,75	70,99	97,35
UTIL. DEL EJERCICIO	21,47	54,81	60,48	69,39	78,42	88,43
TOTAL CAPITAL	128,70	167,06	203,35	238,05	277,26	321,47
PASIVO + CAPITAL	172,74	209,66	240,75	272,41	317,63	368,53

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORADO: Maribel Ávila G.

5.4 EVALUACION FINANCIERA

5.4.1 TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO.

Para la evaluación de un proyecto se debe considerar la tasa mínima aceptable de rendimiento, la cual es utilizada para la actualización de los flujos de caja, el calculo se lo realiza considerándolos las siguientes variables:

EL COSTO DE CAPITAL

“El costo de capital corresponde a aquella tasa que se utiliza para determinar el valor actual neto de los flujos futuros que genere un proyectos y representa la rentabilidad que se le debe exigir a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos en proyectos de riesgos similares.

Toda empresa o inversionista espera ciertos retornos por la implementación del proyecto de inversión, los recursos que el inversionista destina al proyecto proviene de dos fuentes generales; de recursos propios y de prestamos de terceros. El costo de utilizar los fondos propios corresponde a su costo de oportunidad (o lo que deja de ganar por no haberlos invertido en otro proyecto alternativo de similar nivel de riesgo). El costo de los prestamos de terceros corresponde al enteres de los prestamos corregidos por su efecto tributario, puesto que son deducibles de impuesto.”³¹.

EL COSTO DE LA DEUDA.

“La medición del costo de la deuda, ya sea que la empresa utilice Bonos o préstamo, no determinación del costo de la deuda se fundamenta en el hecho de que estos deben

³¹ Preparación y Evaluación de Proyectos-Nassir Sapag Chain, Pág 326.

reembolsarse en una fecha futura específica, en un monto generalmente mayor que el obtenido originalmente.

La diferencia constituye el costo que se debe pagar por la deuda.

El costo de la deuda se simboliza con **K_d** y representa el costo antes de impuestos, dado que al endeudarse los intereses del préstamo se deduce de las utilidades y permiten una menor tributación, es posible incluir directamente en la tasa de descuento el efecto sobre los tributos, que obviamente serán menores, ya que los intereses son deducibles para el cálculo de impuestos.³²

El costo de la deuda después de impuestos será: $k_d(1-t)$

Donde

K_d = costo del préstamo

T = representa la tasa de impuestos

Costo de la deuda = **18%(1-0.25)=13.50%**.

EL COSTO DEL CAPITAL PROPIO O PATRIMONIAL.

Se considera como costo del capital patrimonial en la evaluación de un proyecto a aquella parte de la inversión que debe financiarse con recursos propios, el inversionista asigna sus recursos si la rentabilidad esperada compensa los resultados que podría obtenerse si destinara esos recursos a otra alternativa de inversión de igual riesgo.

El rendimiento del mercado está conformado por la tasa de los documentos de inversión colocados en el mercado de capitales por los gobiernos que es 10% más 5 puntos como un premio de riesgo. Por tanto es 15%.

³² Preparación y Evaluación de Proyectos-Nassir Sapag Chain, Pàg. 329.

El Beta es un índice establecido y publicado por Standart & poor's que sirve de referencia para los inversionistas.

CUADRO No. 103
BETAS INDUSTRILES

Industria	Bi
Financieras	1,80
Servicios Varios	0,97
Servicio Salud	1,12
Farmacéuticas	0,83
Textileras	0,67
Plásticos	0,78

FUENTE: www.standardandpoor.com

ELABORADO: Maribel Avila G.

Para la determinación de la beta de la empresa se debe aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{BETA AJUSTADO} = \frac{\text{Bi}}{(1 + (1 - t) * (\text{PASIVO TOTAL} / \text{PATRIMONIO}))}$$

Donde:

Bi = Beta industrial.

t: impuesto a la renta

CUADRO No. 104
BETA SIERRA TROPICAL

Beta SIERRA TROPICAL	
Bi	0,970
t = impuesto	25,00%
Pasivo Total	47,05
Patrimonio	321,47
Beta AJUSTADO	0,874

FUENTE: Datos tomados Del Balance General

ELABORADO: Maribel Avila G.

Por lo tanto:

TLR = Riesgo país	9,32%
B = Beta	87,40%
Rm = costo capital propio	15,00%

COSTO PONDERADO DE CAPITAL

Una vez definido del préstamo **Kd** y la rentabilidad exigida al capital propio, **Ke** se debe calcularse un tasa de descuento ponderada, **Ko** que incorpore los dos factores en la proporción adecuada.

El costo ponderado del capital es un promedio de los costos relativos a cada una de las fuentes de fondos que la empresa utiliza, los que se ponderan de acuerdo a la proporción de los costos dentro de la estructura del capital:

$$WACC = Kd \frac{D}{V} + Ke \frac{P}{V}$$

Donde:

D = monto de la deuda

P = monto del patrimonio

V = la suma del monto de la deuda y patrimonio

CUADRO No. 105

TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

	<i>Monto</i>	<i>porcentaje</i>	<i>Ke</i>	<i>Imp. (1-t)</i>	<i>Tasa real</i>	<i>WACC</i>
D	47,05	12,77%	18,00%	75,00%	13,50%	1,72%
P	321,47	87,23%	14,28%		14,28%	12,46%
Costo Promedio de Capital						14,18%

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO: Maribel Avila G.

siendo positivo lo que afirma que el proyecto es viable y se debe continuar con su implementación.

5.4.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La tasa interna de retorno TIR, es la cantidad ganada en proporción directa al capital invertido e indica el porcentaje máximo que el proyecto rendirá en cuanto a su manejo financiero, evalúa el proyecto en función de una tasa de rendimiento por periodo con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos en moneda actual, es lo mismo que calcular la tasa que hace al VAN del proyecto de inversión igual a cero.

La TIR para el Complejo turístico Sierra Tropical es de 0.40% esta comparada con la tasa mínima de rendimiento se puede ver que es mayor por lo que nos indica que el proyecto es rentable.

5.4.4 RELACION BENEFICIO COSTO.

Corresponde a la comparación del Valor Actual sobre la Inversión, en este caso:

VAN: \$156.957

Inversión: \$ 179.920

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{156.957}{179.920} = 0.87 \text{ USD}$$

De manera que considerando una tasa de descuento del 14.18% para el presente proyecto tengo una relación de 0.87 dólares, lo que significa que por cada dólar de egreso descontado tendré 0.87 dólares de ingreso.

5.4.5 RECUPERACION DEL CAPITAL

Un concepto atractivo de la inversión es el de “recuperar el dinero”, los inversionistas desean una estimación del tiempo que requieren para recibir de vuelta su desembolso inicial. El período de recuperación se determina simplemente sumando todos los flujos de efectivo esperados (sin descontarlos) en secuencia hasta que la suma iguala al desembolso inicial.

CUADRO No. 107

PERIODO DE RECUPERACION MILES DE DOLARES

AÑOS	FLUJO FONDOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	-179.92	
1	67.73	67.73
2	71.79	*139.52
3	79.10	218.62
4	86.44	305.06
5	230.04	535.10

FUENTE: Datos Flujo de Caja

ELABORADO: Maribel Ávila G.

La inversión es de 179.92 miles de dólares, se le resta el flujo de acumulado que más de aproxime a la inversión en este caso es en el año dos con 139.52 miles de dólares y se divide para el último flujo proyectado que es 230.04 miles de dólares, igual a 0.1756 equivale a 2 meses

De manera que el Complejo Turístico Sierra Tropical, recuperará su inversión en dos años dos meses aproximadamente.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- a) El Ecuador es un país que por naturaleza es Turístico, así en la ciudad de Latacunga debe ser explotada sus riquezas turísticas con las que cuenta, a través de la creación de centros turísticos que permitan la recreación, distracción, tanto para nacionales como para extranjeros.

- b) Al determinar una demanda insatisfecha en el mercado, permite que se realice y reestructure el Complejo Turístico Sierra Tropical, para que cumpla con las necesidades y expectativas de la población meta

- c) Se ha diseñado una estructura tanto administrativa, técnica, financiera del Complejo Turístico Sierra Tropical, con la finalidad de crear bases técnicas las mismas que permitirán, posicionarse y mantenerse en el mercado, constituyéndose en una empresa líder dentro de la ciudad de Latacunga.

- d) El Complejo Turístico Sierra Tropical, es un proyecto viable, además con la reestructuración presentada, se logrará ofrecer a la ciudadanía una alternativa para la recreación, y redistribuir a los accionistas una mejor utilidad.

- e) La forma de medir la rentabilidad global del proyecto es a través de la Tasa Interna de Retorno, que para el presente caso se estima en un rendimiento del 40%, la misma que comparada con el costo de capital 14.18% es mayor por lo que el proyecto es atractivo.

- f) La mezcla de marketing utilizado para la comercialización del servicio contempla el establecimiento del precio, de acuerdo a los diferentes competidores del mercado.

- g) La calidad del servicio constituirá el valor primordial , para el Complejo Turístico Sierra Tropical, la misma que en conjunto con la publicidad, promoción y las relaciones publicas facilitarán la satisfacción del cliente.

- h) Las inversiones del proyecto ascienden a 179.920 dólares, el mismo que se encuentra financiado por instituciones financieras el 26% y el Capital aportado por los accionistas de la empresa representa el 74%.

- i) El Valor Actual Neto es 156.933, es mayor a cero, por lo que el proyecto es aceptable, ya que el Complejo Turístico Sierra tropical, percibirá un rendimiento superior a su costo de capital, lo cual contribuirá a incrementar el caudal económico de los propietarios de la mismo.

- j) El beneficio que el proyecto generará se estima en 0.87 dólares por cada dólar invertido en el proyecto. Además se prevé un tiempo de recuperación de la inversión en dos años cinco meses aproximadamente.

6.2 RECOMENDACIONES

- a) Exigir a las instituciones dedicadas al control de las actividades turísticas, (CAPTUR) Cámara Provincial de Turismo Cotopaxi, mantener estadísticas, información actualizada, que permita tomar decisiones; a la vez solicitar la promoción turística de la provincia y de sus establecimientos.

- b) El presente proyecto es factible y viable, por lo tanto se recomienda continuar con sus actividades. Es conveniente la materialización de la reestructuración la cual permitirá que este se sustente técnicamente y de esta manera se logre una alta rentabilidad.

- c) El Precio del servicio debe ser monitoreado habitualmente de acuerdo a los cambios del entorno, sin descuidar que lo más importante para la satisfacción del cliente no es el precio sino la calidad del servicio.

- d) Estar siempre a la vanguardia de la tecnología, buscar nuevas formas de ofrecer los servicios que dispone el Complejo Turístico Sierra Tropical.

- e) Investigar otras actividades que incrementen el valor agregado para el cliente.

- f) Programar el mantenimiento preventivo para lograr el uso óptimo de la maquinaria y preservar su vida útil.

- g) Realizar posteriormente un estudio de inversión en nuevos servicios tales como de alojamiento.

- h) Se deberá realizar investigaciones de mercado para conocer las nuevas necesidades y expectativas del cliente.
- i) Todos quienes conforman el sector turístico de nuestro país deberían crear una campaña de concientización sobre la explotación del turista nacional y extranjero.
- j) Crear alianzas estratégicas entre las diversas ramas del sector turístico, de tal forma que permita brindar un mejor servicio de acuerdo a las exigencias de los turistas y/ o clientes

