

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD

UNIDAD DE GESTIÓN DE POSTGRADOS



MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS PROMOCIÓN II

TESIS DE GRADO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL SECTOR QUILLÁN DEL CANTÓN PÍLLARO”

Tesis de grado presentada como requisito previo a obtener el Título de Magíster en Gestión Integrada de Proyectos.

DIRECTOR: CRNL. ING. MAURICIO CHÁVEZ

AUTORA: ING. WILMA PILCO

2012



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

*Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad
Unidad de Gestión de Postgrados*

CERTIFICADO DEL DIRECTOR DE TESIS

En mi calidad de Director del proyecto sobre el tema:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL SECTOR QUILLÁN DEL CANTÓN PÍLLARO”

Presentado por la Ing. Wilma Pilco con cédula de ciudadanía N° 180268206-0, egresada de la Maestría en Gestión Integrada de Proyectos, Promoción II de la Escuela Politécnica del Ejército; **CERTIFICO QUE:** esta investigación ha sido dirigida a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que esta investigación cumple con los requisitos establecidos por la institución, recomiendo su publicación en la biblioteca virtual de la ESPE.

Sangolqui, a 24 de septiembre de 2012

Cnrl. Ing. Mauricio Chávez

TUTOR



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad
Unidad de Gestión de Postgrados

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La abajo firmante, en calidad de egresada de la Maestría en Gestión Integrada de Proyectos, declaro que los contenidos de este Proyecto de Investigación Científica, requisito previo a la obtención del Grado de Magíster en Gestión de Proyectos, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora, restringiéndose la copia o utilización de cada uno de los productos de esta tesis sin previa autorización.

Sangolqui, a 24 de septiembre de 2012

Ing. Wilma Pilco Chiluiza

Autora



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad
Unidad de Gestión de Postgrados

AUTORIZACIÓN

Yo, Ing. Wilma Yolanda Pilco Chiluzia, con cédula de ciudadanía N° 180268206-0, autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación en la biblioteca virtual de la institución del proyecto de tesis titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL SECTOR QUILLÁN DEL CANTÓN PÍLLARO”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Autorizo al Ing. Danny Zambrano entregue en la Dirección de la Biblioteca, el documento del proyecto empastado y un disco compacto que contiene los archivos del proyecto en formato PDF.

Sangolqui, a 24 de septiembre de 2012

Ing. Wilma Pilco Chiluzia

Autora



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad
Unidad de Gestión de Postgrados

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal del grado destinado por el Honorable Consejo Académico, aprueban el proyecto de tesis titulado “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL SECTOR QUILLÁN DEL CANTÓN PÍLLARO**” de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Escuela Politécnica del Ejército, para títulos de postgrado del Programa de Maestría en Gestión Integrada de Proyectos de la maestrante, Ing. Wilma Yolanda Pilco Chiluiza.

Sangolqui, a 24 de septiembre de 2012

Para constancia firman:

CrnI. Ing. Mauricio Chávez
Director de Tesis

Ing. Guido Crespo
Profesor Oponente

Ing. Danny Zambrano
Coordinador MGP II

DEDICATORIA

Despues de todo el esfuerzo y, por ello, la satisfacción personal que al final me ha supuesto llevar a cabo este proyecto, quiero corresponder con una dedicación muy especial, a las personas más importantes que forman parte de mi vida.

*A mis padres,
a mi esposo,
a todos mis hermanos y sus familias,
con todo mi amor y todo mi afecto.*

*Gracias a todos por estar siempre pendientes
y ayudarme a ser feliz en esta vida que Dios me ha dado.*

Wilma Pilco

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Escuela Politécnica del Ejército por ayudarme con mi evolución en la formación académica al más alto nivel.

A mi tutor de tesis Crnl. Ing. Mauricio Chávez, por el compromiso prestado con todos sus consejos y su ayuda valiosa en este proyecto.

A mis compañeros de promoción por navegar juntos en este último viaje.

A todos con cariño.

Wilma Pilco

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL SECTOR QUILLÁN DEL CANTÓN PÍLLARO”

Escuela Politécnica Del Ejército, Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad, Unidad de Gestión de Postgrados, Maestría en Gestión de Proyectos.

RESUMEN

Autora: Wilma Pilco

En el presente estudio se analiza la factibilidad de Implementar un Complejo Turístico en el sector Quillán del Cantón Píllaro. Para ello, y después de analizar la falta de infraestructura en el sector para satisfacer la demanda de turistas que actualmente va en incremento, se realizó el estudio de mercado dirigido al segmento de población de edades comprendidas entre 15 a 74 años en las ciudades de Ambato y Píllaro. El tamaño de la muestra fue de 150 personas. De este estudio se desprendió que el 94,74% de los turistas ambateños están dispuestos a visitar un lugar turístico en la ciudad de Píllaro y que el 90,54% de los turistas de esta ciudad desean que se implemente un Complejo Turístico en el sector Quillán. Estos datos y otros relacionados con los servicios que prestará este proyecto y las expectativas de los turistas, condujeron a aceptar la hipótesis alternativa de dependencia entre los servicios turísticos del lugar y las expectativas de recreación de los turistas.

La demanda actual es de 547.208 turistas y la oferta actual es de 24.004 turistas de hoteles y restaurantes ubicados en el sector de estudio del Cantón Píllaro, dando una demanda insatisfecha de 537.257 turistas. Estos datos fueron proyectados hasta el año 2017, decidiendo satisfacer el 5% de esta demanda. Este porcentaje correspondió al tamaño del proyecto de acuerdo con el análisis de flujo de diferencias, a partir del cual se determina la capacidad de producción para cada servicio que ofrecerá el Complejo Turístico.

De conformidad con el estudio de localización, se determina que el sector Quillán “La Carolina” es el sitio idóneo donde se edificará el Complejo Turístico, debido que alcanza el mayor puntaje de ponderación (7,50 puntos) y siendo la cercanía a la fuente de abastecimiento de agua el factor de mayor peso.

La empresa se constituirá como una sociedad anónima cuya razón social será Complejo Turístico Las Cascadas S.A y se registrará según las leyes de turismo y ambientales y de la Constitución del Ecuador del año 2008.

Financieramente, el proyecto resultó viable. Los parámetros fueron analizados a una tasa de descuento del 17% para el proyectista y del 13% para el inversionista. El VAN arrojó valores superiores a cero, la TIR arrojó valores superiores a la tasa de descuento y el análisis de sensibilidad arrojó mejores resultados en el escenario de disminución de los costos de materiales directos y mano de obra directa e indirecta.

De conformidad con todos estos datos, el proyecto resulta rentable tanto para el proyectista como para el inversionista.

Palabras claves: turismo, complejo turístico, oferta-demanda, parámetros financieros.

"PROJECT FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF TOURIST COMPLEX IN SECTOR QUILLAN OF CANTON PILLARO"

Army Polytechnic School, Office of Research and Liaison with the Collective, Unit Management Graduate, Masters in Project Management.

SUMMARY

Author: Wilma Pilco

In this present study analyzes the feasibility of implement a Tourist Complex in sector Quillán, of Cantón Pillaro. To do this, and then of to analyze the lack of infraestructure tourist in the sector for to satisfy the demand of tourist that at present go in increment, was realized the study of market aimed to the segment of population aged between 15 at 74 years old, of the Ambato and Pillaro cities. The sample was of 150 people, this study showed that the 94,74% of the ambateños tourist are willing to visit places tourist in Pillaro city and that the 90,54% of tourists the Pillaro city want that is implemented a Tourist Complex in sector Quillan. This data and others related with the services that will lend this project and the expectation of the tourist, led to accept the hypothesis alternative of dependence between the service touring of a place and the expectation of recreation of the tourist.

The present demand is of 547.208 tourists and the present offer is of 24.004 tourists of hotels and restaurant located in the sector of study of canton Pillaro, giving a unmet demand of 537.257 tourist. This data were projects until year 2017, deciding to meet the 5% of this demand. This percentage corresponded the size the project in accordance with the analysis of differences flow, from which it was determined the capacities of production for every service that will offer the Tourist Complex.

Of conformity with the study of localization is determined that Quillan sector "La Carolina" is the place suitable where will build the Tourist Complex, because reached the score weighting elder (7,50 points), being the nearness to the fountain of the water supplying the factor of weight elder.

The enterprise will constitute as a stock company, whose firm name will be Tourist Complex "The cascades, S.A", and will function under the Ecuador constitution 2008 and the Tourist and environmental laws.

Financially, the project resulted viable. The financial parameters were analyzed with a discount rate of 17% for the projector and 13% for the investor. The VAN hurled values superior to cero, the TIR hurled values superiors at discount rate and the analysis of sensibility hurled better results for the diminution stage of the costs of direct materials and direct and indirect labor. According to these data, the project is profitable for both the projector as for the investor.

Keywords: tourism, Tourist Complex, supply and demand, financial parameters

Keywords: tourism, Tourist Complex, supply and demand, financial parameters

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICADO DEL DIRECTOR DE TESIS.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN.....	viii
SUMMARY.....	ix
ÍNDICE.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
JUSTIFICACIÓN.....	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
A.OBJETO DE ESTUDIO	4
B. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	4
C. OBJETIVOS.....	4
D. HIPÓTESIS.....	5
E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
F. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO.....	11
1.1Objetivos del Estudio de Mercado.....	11
1.2 Identificación del producto o servicio.....	11
1.3. Características del producto o servicio.....	11
1.3.1 Productos Sustitutos y/o Complementarios.....	15
1.4. Determinación de la Demanda Actual	18
1.4.1. Metodología de la investigación de campo	18
1.4.1.1 Segmento objetivo	19
1.4.1.2 Tamaño del universo.....	20
1.4.1.3 Tamaño de la muestra	20
1.4.1.4 Diseño de la encuesta.....	21
1.4.1.5 Presentación de Resultados	23
1.5. Análisis de la Demanda	50

1.5.1 Factores que afectan a la Demanda	50
1.5.2 Análisis histórico de la Demanda	51
1.5.3 Demanda actual del producto y/o servicio.....	52
1.5.4 Proyección de la Demanda	53
1.6. Análisis de la Oferta	55
1.6.1 Factores que afectan a la Oferta.....	55
1.6.2 Comportamiento histórico de la Oferta.....	62
1.6.3 Oferta Actual.....	63
1.6.4 Proyección de la Oferta	64
1.7 Estimación de la Demanda Insatisfecha.....	66
1.8 Análisis de Precios.....	67
CAPITULO II: ESTUDIO TÉCNICO.....	69
2.1.Tamaño del Proyecto	69
2.1.1. Factores determinantes del tamaño	69
2.1.1.1 El mercado.....	69
2.1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros	69
2.1.1.3 Disponibilidad de mano de obra	71
2.1.1.4 Disponibilidad de materia prima	71
2.1.1.5 Disponibilidad de recursos hídricos	72
2.1.1.6 Disponibilidad de Servicios Básicos	73
2.1.1.7 Disponibilidad de vías de acceso	73
2.1.1.8 Disponibilidad de atractivos turísticos.....	74
2.1.2 Optimización del tamaño	75
2.1.3 Definición de las Capacidades Instaladas.....	77
2.2. Localización del Proyecto.....	80
2.2.1 Macro localización	80
2.2.2. Micro localización.....	82
2.2.2.1 Criterios de selección de alternativas	82
2.2.2.2 Matriz Locacional	83
2.2.2.3 Selección de la Alternativa Óptima.....	83
2.3. Ingeniería del Proyecto	84
2.3.1 El proceso de servicio.....	84
2.3.2 Flujograma del proceso	85
2.3.3 Requerimiento de terreno	88
2.3.4. Requerimiento de Activos Fijos.....	88
2.3.4.1 Construcciones	88
2.3.4.2 Planta.....	89

2.3.4.3 Maquinaria	90
2.3.4.4 Equipos.....	90
2.3.4.5 Requerimiento de Muebles y Enseres.....	92
2.3.4.6 Requerimiento de Menaje	93
2.3.4.7 Requerimiento de Vehículo	95
2.3.4.8 Requerimiento de Plantas para áreas verdes.....	96
2.3.5 Requerimiento de materia prima	96
2.3.6 Requerimiento anual de insumos.....	101
2.3.7 Requerimiento de combustible.....	103
2.3.8 Servicios Básicos.....	103
2.3.9 Requerimiento de Mano de Obra	105
2.4. Estudio de Impacto Ambiental.....	105
2.4.1 Definición del ámbito de acción	105
2.4.2 Descripción del entorno ambiental del valle Quillán	106
2.4.3 Identificación de actividades (acciones) que pueden causar un impacto.....	108
2.4.5 Valoración de Impactos Ambientales	111
CAPÍTULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN.....	117
3.1. Base legal	117
3.1.1. Constitución de la empresa.....	117
3.1.1.1 Leyes que se aplican en la República de Ecuador para constituir.	117
3.1.1.2 Requisitos legales para constituir la empresa	125
3.1.2 Tipo de empresa (sector/actividad, CIU)	128
3.1.3 Razón social, logotipo, slogan.	129
3.2. Base Filosófica de la Empresa	131
3.2.1 Misión	131
3.2.2 Visión.....	131
3.2.3 Objetivos estratégicos.....	131
3.2.4 Principios y valores	131
3.2.5 Estrategia Empresarial.....	132
3.3. Estrategias de Mercadotecnia.....	132
3.3.1 Estrategia de Precio.....	132
3.3.2 Estrategia de Promoción.....	133
3.3.3 Estrategia de Servicio	133
3.3.4 Estrategia de Plaza –Distribución	133
3.4. La Organización.....	134
3.4.1 Estructura orgánica.....	134
3.4.2 Organigrama Estructural.....	134

3.4.3 Responsabilidades	135
3.4.4 Perfiles profesionales.....	137
3.4.5 Requerimiento de personal.....	145
CAPÍTULO IV: ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO.....	147
4.1. Presupuestos	147
4.1.1. Presupuesto de Inversión	147
4.1.1.1 Activos Fijos.....	147
4.1.1.2 Activos Intangibles	149
4.1.1.3 Capital de Trabajo.....	150
4.1.2. Presupuesto de Operación	152
4.1.2.1 Presupuesto de Ingresos.....	152
4.1.2.2 Presupuesto de Egresos	153
4.1.2.3 Estructura de Financiamiento.....	157
4.1.3 Puntos de Equilibrio	158
4.2. Estados Financieros proyectados	162
4.2.1. Del proyecto.....	162
4.2.1.1 Estado de Resultados	162
4.2.1.2 Flujo Neto de Fondos.....	163
4.2.2. Del inversionista	164
4.2.2.1 Estado de resultados	164
4.2.2.2 Flujo Neto de Fondos.....	164
4.3. Evaluación Financiera.....	166
4.3.1 Determinación de las tasas de descuento.....	166
4.3.2. Evaluación Financiera del proyecto y del inversionista.	167
4.3.2.1. Criterios de evaluación.....	167
4.4. Análisis de Sensibilidad	170
4.4.1 Variación de la variable ingresos	171
4.4.2 Variación de la variable Costos.....	173
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	180
5.1 Conclusiones: resultados del estudio.....	180
5.2 Recomendaciones	182
BIBLIOGRAFÍA.....	183

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.1. Resumen de Atractivos Turísticos de la comunidad Quillán	17
Cuadro 1.2. Precios de alimentación en los Paraderos Turísticos de Quillan.	55
Cuadro 1.3. Precios de los servicios ofertados por el Complejo Piscícola “El Porvenir”	56
Cuadro 1.4. Precios de los servicios ofertados por el Complejo Cultural “Monte Verde”	57
Cuadro 1.5. Características del Complejo Turístico “El Olimpo”.....	58
Cuadro 1.6. Características del Complejo Turístico “Monteverde”	59
Cuadro 1.7. Características del Complejo Piscícola “El Porvenir”	59
Cuadro 1.8. Características del Complejo Turístico “Wilson Alirio Gómez”	60
Cuadro 1.9. Características del Hotel “Chelos”	61
Cuadro 1.10. Características del Hostal “Novos”	61
Cuadro 1.11. Características del Hotel “La Casa de los Abuelos”	61
Cuadro 2.1. Características de financiamiento del Banco Internacional	70
Cuadro 2.2. Características de financiamiento de la Corporación Financiera Nacional.....	70
Cuadro 2.3. Jerarquización de Atractivos Turísticos del sector Quillán.....	74
Cuadro 2.4. Actividades que generan un alto impacto sobre componentes ambientales.....	137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. ¿Cuándo sale usted de paseo?*Ciudad donde se realizó la encuesta.....	23
Tabla 1.2. ¿Con quién realiza sus paseos? * Ciudad donde se realizó la encuesta.....	24
Tabla 1.3. Estadísticos descriptivos. N° de miembros de la familia.....	25
Tabla 1.4. Estadísticos descriptivos. N° de niños	25
Tabla 1.5. ¿Qué actividades realiza cuándo visita un sitio turísticos,	26
Tabla 1.6. Otro especifique * Ciudad donde se realizó la encuesta	27
Tabla 1.7. ¿Qué servicios considera usted necesarios para visitar un sitio turístico?	28
Tabla 1.8. ¿Le gustaría visitar un sitio turístico cercano al Cantón Píllaro?	29
Tabla 1.9. ¿Ha visitado el sector Quillán o le gustaría visitar?	30
Tabla 1.10. ¿Considera qué el caserío Quillán debe tener un Complejo Turístico?	31
Tabla 1.11. Comodidad	31
Tabla 1.12. Diversión.....	32
Tabla 1.13. Limpieza	33
Tabla 1.14. Precio	33
Tabla 1.15. Comida	34
Tabla 1.16. Seguridad	35
Tabla 1.17. ¿Qué actividades cree usted que debe ofrecer un complejo turístico?	36
Tabla 1.18. Si su respuesta es otro, describa la actividad aquí.....	37
Tabla 1.19. Frecuencia de usos	38
Tabla 1.20. Preferencia de comida típica.....	39
Tabla 1.21. ¿Cuántos días estaría dispuesto a hospedarse en las cabañas? *.....	40
Tabla 1.22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada al complejo turístico?	41
Tabla 1.23. Niños * Ciudad donde se realizó la encuesta	42
Tabla 1.24. Cabañas * Ciudad donde se realizó la encuesta	42
Tabla 1.25. ¿Cuánto dinero generalmente gasta durante su viaje por persona?	43
Tabla 1.26. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información del Complejo?.....	44
Tabla 1.27. Principales paraderos turísticos en el sector Quillán	46
Tabla 1.28. Preferencia de nombre para el Complejo Turísticos.....	58
Tabla 1.29. Contingencia ¿Qué servicios considera usted necesarios para visitar?	48
Tabla 1.30. Pruebas de chi-cuadrado	48
Tabla 1.31. Aproximación de la demanda de turistas al sector Quillán	52
Tabla 1.32. Demanda Actual.....	53
Tabla 1.33. Proyección de la demanda aproximada de turistas al sector Quillán	54
Tabla 1.34. Proyección de la Demanda Actual	54

Tabla 1.35. Comportamiento histórico de la Oferta. Complejos Turísticos.....	62
Tabla 1.36. Comportamiento histórico de la Oferta. Hoteles	62
Tabla 1.37. Crecimiento de la oferta de paraderos turísticos (restaurantes).....	63
Tabla 1.38. Oferta Actual de turistas en complejos turísticos y hoteles	64
Tabla 1.39. Proyección de Oferta de Turistas. Complejos turísticos	64
Tabla 1.40. Proyección de la Oferta Turística. Hoteles.....	65
Tabla 1.41. Proyección de Oferta de Turistas en el sector Quillán.....	65
Tabla 1.42. Proyección de demanda insatisfecha según datos de investigación de campo....	66
Tabla 1.43. Demanda Objetiva.....	66
Tabla 1.44. Precios de venta de los servicios ofertados por el Complejo Turístico.	68
Tabla 2.1. Demanda de turistas considerando los tres tamaños	75
Tabla 2.2. Flujo Neto de Fondos para los tres tamaños	75
Tabla 2.3. Flujo de Diferencias y VAN marginal.....	76
Tabla 2.4. Número de clientes proyectados.....	76
Tabla 2.5. Consumo aparente de los servicios a ofertarse.....	76
Tabla 2.6. Clientes proyectados para servicio de Restaurante.....	77
Tabla 2.7. Clientes proyectados para el servicio de piscina recreativa	78
Tabla 2.8. Clientes proyectados para servicio de Cabañas.....	79
Tabla 2.9. Clientes proyectados para servicios de canchas múltiples.....	79
Tabla 2.10. Clientes proyectados para servicio de juegos de recreación infantil	80
Tabla 2.11. Factores Locacionales	83
Tabla 2.12. Terreno y Construcciones	89
Tabla 2.13. Maquinaria.....	90
Tabla 2.14. Equipos.....	91
Tabla 2.15. Muebles y Enseres.....	92
Tabla 2.16. Menaje.....	93
Tabla 2.17. Vehículo.....	95
Tabla 2.18. Plantas.....	96
Tabla 2.19. Materia prima para el plato papas con cuy (4 platos	96
Tabla 2.20. Materia prima para trucha asada / frita (4 platos)	97
Tabla 2.21. Materia prima para caldo de gallina (8 platos).....	97
Tabla 2.22. Materia prima para el plato papas con conejo (8 platos)	98
Tabla 2.23. Materia prima para el plato típico Llapingacho	98
Tabla 2.24. Requerimiento anual de comida típica.....	99
Tabla 2.25. Materia prima para jugos (4 vasos).....	99
Tabla 2.26. Requerimiento anual de Jugo	99
Tabla 2.27. Requerimiento y costos anuales de materia prima para platos típicos.....	100
Tabla 2.28. Requerimiento y costos anuales de materia prima para jugos	100

Tabla 2.29. Insumos para Cocina	101
Tabla 2.30. Insumos para Restaurante	101
Tabla 2.31. Insumos para Cabañas	102
Tabla 2.32. Insumos para Piscina Recreativa.....	102
Tabla 2.33. Insumos para todas las áreas	102
Tabla 2.34. Costos anuales de insumos	103
Tabla 2.35. Requerimiento de combustible.....	103
Tabla 2.36. Consumo mensual aparente de energía eléctrica	104
Tabla 2.37. Consumo de servicios básicos.....	104
Tabla 2.38. Costos anuales de suministros	104
Tabla 2.39. Valoración de Impactos Ambientales.....	112
Tabla 2.40. Presupuesto de Medidas Ambientales.....	116
Tabla 3.1. Mano de Obra Directa para las operaciones turísticas.....	145
Tabla 3.2. Mano de obra indirecta.....	145
Tabla 3.3. Mano de obra para departamento administrativo y financiero.....	146
Tabla 3.4. Mano de obra departamento de promoción y ventas.....	146
Tabla 3.5. Requerimientos y costos anuales de mano de obra	146
Tabla 4.1. Resumen de Inversiones en Activos Fijos	147
Tabla 4.2. Porcentaje de Depreciación de Activos Fijos.....	148
Tabla 4.3. Depreciación de Activos Fijos	148
Tabla 4.4. Gastos de publicidad inicial.....	149
Tabla 4.5. Inversiones en Activos Intangibles.....	149
Tabla 4.6. Amortización de Activos Intangibles.....	150
Tabla 4.7. Capital de Trabajo	151
Tabla 4.8. Presupuesto de Inversión.....	152
Tabla 4.9. Presupuesto de Alimentación.....	152
Tabla 4.10. Presupuesto de Ingresos	152
Tabla 4.11. Presupuesto de Reparación y Mantenimiento	153
Tabla 4.12. Presupuesto de Contingencia	154
Tabla 4.13. Presupuesto de Egresos Anuales	155
Tabla 4.14. Estructura de Costos para la vida útil del proyecto.....	156
Tabla 4.15. Estructura del Financiamiento.....	157
Tabla 4.16. Amortización del préstamo.....	157
Tabla 4.17. Costos Fijos y Costos Variables.....	159
Tabla 4.18. Costos Fijos y Costos Variables.....	160
Tabla 4.19. Punto de Equilibrio	161
Tabla 4.20. Estado de resultados del proyecto	162
Tabla 4.21. Flujo Neto de Fondos del proyecto	163

Tabla 4.22. Estado de resultados del inversionista.....	164
Tabla 4.23. Flujo Neto de Fondos del Inversionista.....	165
Tabla 4.24. Datos para el cálculo de la tasa de descuento CAPM.....	166
Tabla 4.25. Precios de los servicios en diferentes escenarios	171
Tabla 4.26. Presupuesto de ingresos, escenario pesimista.....	171
Tabla 4.27. Presupuesto de ingresos, escenario optimista	172
Tabla 4.28. Presupuesto de Costos, escenario pesimista	174
Tabla 4.29. Presupuesto de Costos, escenario optimista.....	176
Tabla 4.30. Índices de evaluación financiera al variar la variable Ingresos.....	178
Tabla 4.31. Índices de evaluación financiera al variar la variable Costos	178

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Probabilidad de éxito y rechazo	21
Figura 1.2. ¿Cuándo sale usted de paseo?	23
Figura 1.3. ¿Con quien realiza sus paseos?.....	24
Figura 1.4. ¿Qué actividades prefiere realizar cuándo visita un sitio turístico?	27
Figura 1.5. ¿Qué servicios considera usted necesarios para visitar un sitio turístico?	28
Figura 1.6. ¿Le gustaría visitar un sitio cercano al Cantón Pillaro?.....	29
Figura 1.7. ¿Ha visitado el sector Quillan o le gustaria visitar?	30
Figura 1.8. ¿Considera qué el caserío Quillán debe tener un Complejo Turístico?	31
Figura 1.9. Comodidad	32
Figura 1.10. Diversión	32
Figura 1.11. Limpieza	33
Figura 1.12. Precio	34
Figura 1.13. Comida	34
Figura 1.14. Seguridad	35
Figura 1.15. ¿Qué actividades cree usted que debe ofrecer un Complejo Turístico?.....	37
Figura 1.16. Frecuencia de usos	38
Figura 1.17. Preferencia de comida típica.....	39
Figura 1.18. ¿Cuántos días estaría dispuesto a hospedarse en las cabañas?	40
Figura 1.19. Adultos	41
Figura 1.20. Niños	42
Figura 1.21. Cabañas	43
Figura 1.22. Disponibilidad de gasto	44
Figura 1.23. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información Complejo Turístico?	45
Figura 1.24. Preferencia de nombre para el Complejo Turístico.....	58
Figura 2.1. Mapa de macrolocalización del proyecto (Parroquias del Cantón Píllaro)	80
Figura 2.2. Mapa de micro localización.....	82
Figura 2.3. Flujograma de servicio de alimentación-Restaurante.....	85
Figura 2.4. Flujograma de servicio de Piscina Recreativa	86
Figura 2.5. Flujograma de servicio de Cabañas.....	87
Figura 2.6. Flujograma de servicio de canchas múltiples y juegos de recreación infantil	88
Figura 2.7. Plano del Complejo Turístico "Las Cascadas".....	110
Figura 3.1. Logotipo de la empresa.....	130
Figura 3.2. Organigrama Estructural	135

INTRODUCCIÓN

La investigación realizada para Implementar un Complejo Turístico en el sector Quillán del Cantón Píllaro, contiene los estudios necesarios para conocer la factibilidad de implementación del mismo.

Se empieza por realizar un estudio del problema general que se suscita con la demanda del turismo en la actualidad, el turismo en el Ecuador y, a lo particular, el problema de la demanda turística en el sector Quillán del Cantón Píllaro. A partir de ahí, se plantea la hipótesis de investigación y la fundamentación teórica en la cual se basa este estudio. Luego, se exponen los resultados del estudio de factibilidad por capítulos:

El Capítulo I contiene el estudio de mercado que comprende: la identificación del bien o servicio, la caracterización del complejo turístico y sus bienes complementarios enfocados en los atractivos naturales del valle Quillán. El análisis de la demanda y la oferta, la determinación de la demanda insatisfecha, demanda objetiva y el análisis de precios basados en los resultados de la investigación al segmento de estudio y el análisis de precios de la competencia.

En el capítulo II se hace referencia al estudio técnico, se empieza por analizar los factores determinantes del tamaño, el tamaño óptimo y a partir de ello las capacidades de producción que determinan las necesidades de la infraestructura. Se describe el flujograma de proceso de todos los servicios. El estudio de localización. Los requerimientos de: infraestructura, activos fijos, materia prima, insumos, combustible y servicios básicos. Finalmente, en este capítulo, se expone el estudio de impacto ambiental donde se detallan las actividades, los componentes ambientales y los posibles impactos ambientales.

El capítulo III contiene información sobre: la empresa y su organización, la base legal, base filosófica, estrategias de mercadotecnia y la organización que abarca las responsabilidades, los perfiles y la estructura de la organización.

La evaluación económica y financiera se expone en el Capítulo IV. Se detallan los presupuestos de inversión, de operación y el punto de equilibrio. Los estados financieros proyectados tanto para el proyecto como para el inversionista. La evaluación financiera, destacando el análisis de: Valor Actual Neto (VNA), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación de la Inversión (PRI), la relación Beneficio Costo y el Análisis de Sensibilidad.

En el capítulo V se exponen las conclusiones y las recomendaciones del estudio. Finalizando con la bibliografía y los anexos en los que se ha incorporado los instrumentos que se aplicaron en la investigación de campo y el detalle de la infraestructura de servicios del Complejo Turístico.

JUSTIFICACIÓN

El turismo actualmente es una actividad que, en el caserío Quillán de la parroquia San Miguelito, cada vez va progresando más. La demanda de turistas ha incrementado y los paraderos turísticos existentes actualmente no satisfacen al turista en sus expectativas de recreación.

Por todo ello, se hace necesario el fortalecimiento del turismo en este sector a través de la implementación de un Complejo Turístico que, en este caso, el caserío Quillán favorece implantar dado que es un lugar muy propicio para desarrollar proyectos turísticos gracias a su riqueza natural y a su gran capacidad de recursos hídricos.

Así, en este lugar, se ubicará el Complejo Turístico que procurará ofrecer al turista áreas recreacionales que les permitan disfrutar de aventuras emocionantes, a la par de deleitarse con los atractivos naturales del sector y la degustación de exquisitos platos gastronómicos preparados a base de trucha.

Siendo el turismo una actividad generadora de desarrollo y progreso, y el Ecuador un país privilegiado para generar diferentes formas de turismo, es muy importante fomentar esta actividad para que la economía del país se fortifique, los habitantes se beneficien y para que más inversionistas inviertan sus recursos en el turismo.

Con la apertura de éste complejo turístico se contribuirá a incrementar el comercio turístico del sector, creándose nuevas fuentes de empleo que beneficiarán a una cantidad de familias, mejorando su actual nivel de vida.

Además, el proyecto impulsará el potencial turístico, proporcionará apoyo y asesoramiento en el desarrollo de otros proyectos turísticos que beneficien exclusivamente a la comunidad, y los usuarios se recrearon disfrutando de las instalaciones y de los servicios pudiendo llevar a cabo actividades que potencien su bienestar y activen su forma de vida y el nivel de relación con los visitantes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los elementos que hacen del Ecuador un país turístico tienen que ver fundamentalmente con su biodiversidad y el valor de su patrimonio cultural. Según datos publicados por la Conservación Internacional, se estima que solo 17 países en el planeta, incluido el Ecuador, están dentro de esta categoría y estos albergan entre el 60 y el 70% de la biodiversidad del planeta (MINTUR , 2009).

El turismo interno en el país ha ido en incremento y las preferencias de los turistas son visitar sitios naturales. Para ello el Ministerio de Turismo ha desarrollado el Plan Estratégico de Turismo Sostenible del Ecuador (PLANDETUR 2020), como herramienta de planificación estructurada del desarrollo turístico que garantice un crecimiento ordenado, responsable y sostenible a largo plazo con objetivos y metas definidas a 2010, 2020 y posteriormente a 2030 (Segura, 2009).

Como se ha mencionado, el desarrollo del turismo en la actualidad es alentador. El Gobierno del Ecuador, a través de los medios de comunicación y oficinas turísticas de los Municipios, está dando a conocer al turista los diferentes lugares turísticos, la gastronomía, el folklore, los encantos y las características de parajes y ciudades del Ecuador. Los medios de comunicación y las agencias de viaje están invitando al turista a recorrer en cualquier época del año los más diversos rincones del país, gozar del sol, las playas y espacios naturales exóticos.

En la provincia de Tungurahua se han formulado ocho líneas estratégicas que procuran impulsar la actividad turística como una alternativa de desarrollo económico y que tienen como objetivo el incremento del volumen turístico orientado a actividades de corte alternativo y especializado mediante el fortalecimiento, la diversificación y la especialización de destinos y productos dirigidos hacia modalidades ambientales y culturalmente sostenibles (Gobierno Provincial de Tungurahua , 2010).

Dentro de la provincia de Tungurahua, el Cantón Santiago de Píllaro es una zona especialmente dotada para el diseño de opciones turísticas de corte alternativo, ecoturístico y de base comunitaria. Estas opciones no son aprovechadas debido a restricciones que dificultan el turismo. Estas restricciones son: la deficiente capacitación de prestadores de servicios turísticos y guías y la ausencia de infraestructura turística por parte del sector público y privado.

En los últimos años, en el sector Quillán perteneciente al Cantón Píllaro, se ha observado el crecimiento de la demanda de turistas que proceden de diferentes lugares del país y en especial de la Provincia de Tungurahua. Para atender esta demanda, algunas familias del sector se han dedicado a la crianza de truchas y a dar servicio de pesca deportiva y restaurante. Pero estos servicios no son suficientes para cumplir con las expectativas del turista y para cubrir la demanda turística al sector.

Con estas referencias, y dadas las características del sector que se describen en capítulos siguientes, el proyecto se sustenta en la idea de crear un Complejo Turístico recreacional y ecológico en este sector como una alternativa de paseo y recreación de

los turistas que llegan a visitar el lugar con la intención de desarrollar actividades turísticas recreacionales y de disfrutar de la naturaleza.

Este proyecto se ubicará en la línea estratégica siete: “fomento de inversiones y promoción de emprendimiento turístico” que busca establecer nuevos productos y servicios turísticos. Por lo tanto promueve la conformación de asociaciones que desarrollan actividades turísticas que plantea el Gobierno de la Provincia de Tungurahua junto con las Municipalidades e Instituciones Educativas para el desarrollo de la actividad turística en la provincia (Gobierno Provincial de Tungurahua , 2010).

A.OBJETO DE ESTUDIO

Debido a la falta de infraestructura turística para atender la demanda en uno de los nuevos destinos turísticos del Cantón Píllaro, se realizó un estudio de factibilidad de: mercado, técnica, legal, económica y financiera para la implementación de un Complejo Turístico en el sector Quillán perteneciente al Cantón Píllaro. A través del estudio realizado se consiguió información relevante respecto a estas factibilidades que le permitirán al inversionista decidir, si invertir o no, en este proyecto turístico.

B. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Los oferentes de paraderos turísticos en el sector Quillán, satisfacen toda la demanda de turistas que visitan el lugar?
- ¿Es viable la implementación de un Complejo Turístico en el sector Quillán?
- ¿El proyecto será financieramente viable?

C. OBJETIVOS

Objetivo General

- Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de un Complejo Turístico ecológico con actividades recreativas y de turismo en el sector Quillán.

Objetivos Específicos

1. Objetivos del estudio de mercado

- Realizar el estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha.
- Identificar las necesidades de los usuarios respecto al servicio a ofrecer.

2. Objetivos del estudio técnico

- Determinar el tamaño del proyecto para establecer las necesidades de infraestructura.

- Definir la localización del Complejo Turístico dentro del sector Quillán.

3. Objetivos de la empresa y su organización

- Diseñar la estructura organizacional de la empresa.
- Establecer la base filosófica de la empresa.

4. Objetivos del estudio económico - financiero

- Elaborar el presupuesto de inversión e indicadores financieros.
- Analizar la factibilidad económica-financiera de implementar un complejo turístico en el sector Quillán.

D. HIPÓTESIS

Una hipótesis de investigación representa un elemento fundamental en el proceso de investigación. Después de formular un problema, el investigador enuncia la hipótesis que se prueba cuando existe la posibilidad de decidir en que medida es verdadera o falsa (Baena, 2004).

La hipótesis planteada en esta investigación fue la siguiente:

“La implementación de un Complejo Turístico en el sector Quillán prevé satisfacer las expectativas de distracción en un 5% de la demanda insatisfecha de turistas que visitan el sector”.

Variables:

Independiente: Implementación de un Complejo Turístico.

Dependiente: Satisfacer las expectativas de distracción en un 5% de la demanda insatisfecha.

Hipótesis nula (H₀): Los servicios que ofrezca un sitio turístico son independientes de las expectativas de distracción de los turistas.

Hipótesis alternativa (H₁): Los servicios que ofrezca un sitio turístico dependen de las expectativas de distracción de los turistas.

E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Implica el desarrollo organizado y sistemático del conjunto de ideas, conceptos y teorías que permiten sustentar la investigación y comprender el enfoque o perspectiva desde el cual parte el investigador y a través del cual interpreta sus resultados. En este apartado se presentan las directrices teóricas que guían el estudio, describiendo el panorama global de teorías que abordan el tema y que están dentro de la bibliografía nacional e internacional.

Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (2009) “El turismo comprende todas las actividades realizadas por las personas durante sus viajes a lugares diferentes de su residencia habitual por un período de tiempo inferior a un año y para ir de vacaciones, trabajar u otras actividades”.

“Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal” (Biblioteca Salvat, citado por Molina & Rodriguez, 1991).

¿Qué es un proyecto?

Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver entre tantos, una necesidad humana. Es un esfuerzo temporal llevado a cabo para crear un producto, servicio o resultado único (Sapag, 2008).

El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio útil al ser humano o a la sociedad en general (Baca, 2000).

Para tomar una decisión sobre un proyecto es necesario que sea sometido al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas y estará basado en un sinnúmero de antecedentes con la aplicación de una metodología lógica que abarque la consideración de todos los factores que participan y afectan al proyecto

Complejo Turístico

Un complejo turístico es un entorno diseñado específicamente para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en todo momento y poniendo a su disposición una amplia gama de servicios turísticos tales como alojamiento, alimentación, actividades deportivas y de ocio en general. Todo un abanico de posibilidades que harán de su estancia en nuestra región un recuerdo inolvidable (Hotel Bienestar , 2000).

Estudio de Factibilidad

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse tomando en cuenta que cualquier proyecto individual o grupal es una empresa.

Es el análisis amplio del los resultados de estudios de mercado, técnico, organizacional, social, ambiental, económico y financiero de una inversión.

Estudio de mercado

Es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda o de los precios de un proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. El mismo análisis puede realizar la política de distribución del producto final. La cantidad y calidad de los canales que se seleccionan afectarán al calendario de desembolsos del proyecto. La importancia de este factor se manifiesta al considerar su efecto sobre la relación oferta-demanda del proyecto (Sapag, 2008).

Metodológicamente los aspectos que deben estudiarse son cuatro:

1. El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
2. La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
3. La comercialización del producto o servicio generado por el proyecto.
4. Los proveedores y la disponibilidad y el precio de los insumos, actuales y proyectados.

El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado (Baca, 2000).

En el ámbito del turismo, se presenta la confluencia de demanda efectiva y demanda real, identificándose con la primera al turismo comercial, tanto interno como receptivo y egresivo. Para la segunda, se han manejado distintas denominaciones como las de turismo subvencionado y turismo social (Hernández, 1994).

Análisis de la Demanda

La demanda podría entenderse como la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. El propósito que se persigue en un análisis de demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda (Baca, 2000).

Análisis de la Oferta

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

Estudio Técnico

Este tiene por objeto realizar un análisis acerca de la viabilidad financiera del proyecto, recogiendo para ello toda la información necesaria para cuantificar el total de las inversiones y de los costos de operación pertinentes. Dentro de este estudio se debe definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del servicio del proyecto, a partir de aquí se obtiene la información de la necesidad de todo el capital, mano de obra y recursos materiales. Con el estudio técnico se determina que equipos de fábrica se requieren para la operación y el monto de la inversión correspondiente (Sapag, 2008).

La descripción del proceso productivo, conocer las materias primas y los insumos restantes que éste demandará. La definición del tamaño del proyecto es fundamental para determinar la inversión y el costo que se derivan del estudio técnico.

En la determinación de la localización óptima del proyecto, es necesario tomar en cuenta no solo factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte, de materia prima y el producto terminado, sino también los factores cualitativos tales como el clima, apoyos fiscales y la actitud de la comunidad (Baca, 2000).

Estudio organizacional-administrativo-legal

En cada proyecto se define la estructura organizativa que más se adapta a la operación, conocer la estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y saber la precisión de los costos indirectos de mano indirecta ejecutiva (Sapag, 2008).

En una empresa la administración consiste en la manera como se alcanzan las metas u objetivos, con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de funciones esenciales como planeación, organización, dirección y control, llamado en su conjunto proceso administrativo (De la Peña, 2005).

En el estudio legal, uno de los efectos más directos son los aspectos tributarios, normalmente existen disposiciones que afectan de manera diferente a los proyectos, dependiendo del bien o servicio que produzcan.

Esto se manifiesta en el otorgamiento de servicios y patentes, en las tasas arancelarias diferenciadas para distintos tipos de materia prima o productos terminados, o incluso en la constitución de la empresa que llevará a cabo el proyecto, la cual tiene exigencias impositivas distintas según sea el tipo de organización que se seleccione.

Dentro de la organización del proyecto de una empresa, existen una serie de principios y leyes que permiten la asignación más eficiente de los recursos empresariales para alcanzar los objetivos programados. Estos principios asumidos son: jerarquía y autoridad, descentralización, unidad de mando, unidad de objetivo,

especialización y división del trabajo, motivación y participación y comunicación (De la Peña, 2005)

Estudio económico-financiero

Es la última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.

La evaluación del proyecto se realiza sobre la estimación del flujo de caja de los costos y beneficios. El resultado de la evaluación se mide por medio de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre si. La improbabilidad de tener certeza de la ocurrencia de los acontecimientos considerados en la preparación del proyecto, hacen necesario considerar el riesgo de invertir en él (Sapag, 2008).

Para complementar la información de acuerdo con quien debe tomar una decisión para invertir en un proyecto es el financiamiento. Cuando se incluye su efecto en un flujo de caja deja de medirse la rentabilidad del proyecto y se determina la rentabilidad de los recursos propios invertidos en él, la cual puede ser sustancialmente distinta a la del proyecto. Lógicamente, el inversionista tomará una decisión sobre bases más documentadas si se le proporcionan ambas rentabilidades (Sapag, 2008).

Estudio de Impacto Ambiental

Este estudio sugiere introducir en la evaluación del proyecto las normas ISO 14000, las cuales consisten en una serie de procedimientos asociados con dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporcionará la inversión, asociada con los menores costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente. El manejo de las diferentes formas de impacto ambiental causadas por el turismo requiere de medidas como la realización del Estudio de Impacto Ambiental (EIA), previos a la implementación de programas o proyectos de turismo.

Los métodos cualitativos identifican, analizan y explican los impactos positivos y negativos que podrían ocasionarse en el medio ambiente con la implantación del proyecto. Tanto la jerarquización como la valoración de estos efectos se basan

comúnmente en criterios subjetivos, por lo que su uso está asociado con estudios de viabilidad que se realizan en el estudio de perfil (Sapag, 2008).

Los métodos cuantitativos determinan tanto los costos asociados como las medidas de mitigación total o parcial como los beneficios de los daños evitados, incluyendo ambos efectos dentro de los flujos de caja del proyecto que se evalúa. Según estos métodos, las medidas de mitigación de daños ambientales, se adelantan hasta el punto en que el valor marginal del daño evitado se iguala con el costo marginal del control de los daños (Sapag, 2008).

F. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este estudio se aplica la metodología de investigación científica, empleando el concepto de “saber hacer” para producir ideas nuevas, procesos de innovación, evidencias teóricas y empíricas que contribuyan a una mejor comprensión de la realidad y facilite la resolución del problema.

La investigación, está vinculada a la realidad, al campo de aplicación, al contexto cultural, ambiental y político. Durante el desarrollo del estudio, se analiza cuidadosamente la información obtenida y se interpreta mediante relaciones y argumentaciones teóricamente coherentes que ilustran la realidad estudiada.

La descripción y argumentación de las principales decisiones metodológicas adoptadas para el desarrollo de este estudio, se encuentran detalladas en cada uno de los capítulos que contienen el estudio de factibilidad.

CAPITULO I

ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Objetivos del Estudio de Mercado

- Determinar la cantidad de demanda que justifique la puesta en marcha del servicio de Complejo Turístico en el sector Quillán del Cantón Pillaro.
- Identificar las necesidades de los usuarios respecto al servicio a ofrecer.
- Estimar el precio probable y, a través de ello cuantificar el volumen de recursos que el proyecto podría generar como ingresos.

1.2 Identificación del producto o servicio

Un complejo turístico es un lugar diseñado para las actividades turísticas orientadas a la relajación y a la recreación, especialmente durante las vacaciones. Generalmente, un complejo turístico se distingue por una gran selección de actividades como las relacionadas con la hostelería (comida, bebida, alojamiento), el ocio, el deporte, el entretenimiento y las compras (WIKIPEDIA , 2011).

El Complejo Turístico a implementarse en el sector Quillán, se clasifica como un bien normal ya que al aumentar la renta del consumidor también aumenta la demanda de este bien. Éste, ofrecerá al turista un turismo ecológico el cual se privilegiará de la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio natural que tanto acoge y sensibiliza al turista local y nacional.

El proyecto del Complejo Turístico aspira a ofrecer a los turistas los siguientes servicios:

- Servicio de restaurante.
- Servicio de hospedaje en cabañas.
- Servicio de piscina recreativa, sauna, turco, hidro masaje.
- Recorridos por áreas verdes.
- Servicio de juegos infantiles y canchas deportivas para adultos.

1.3. Características del producto o servicio

Para caracterizar al servicio se empieza por relatar aspectos importantes del turismo en el Ecuador, en la Provincia de Tungurahua, en el Cantón Píllaro y a continuación se describe el turismo en el sector Quillán donde se implementará el Complejo Turístico. Aquí se detalla las características del servicio, producto del presente proyecto.

El turismo en el Ecuador

El Ecuador se encuentra ubicado en el noreste de América del Sur, atravesado por la línea ecuatorial que hace que su territorio se encuentre dividido entre dos hemisferios: Norte-Sur, otorgándole así una posición única en el mundo.

Sin duda es el país de la mega diversidad y posiblemente uno de los más ricos del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular, que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. Pero el Ecuador no sólo es rico en naturaleza también es rico en su gente, pues su territorio es padre de 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones múltiples (MINTUR , 2009)

El Ecuador ocupa la posición N° 19 de los principales destinos de América. Es por ello que el país es cada vez más visitado por turistas extranjeros. De acuerdo a la Dirección Nacional de Migraciones en el año 2010, la llegada de turistas internacionales alcanzaron los 1.046.968 en comparación con los 968.499 en el año 2009, el crecimiento en el número de llegadas en el año 2010 fue de 16% en comparación con el año 2006, y de 8,10% en relación al año 2009.

En lo referente al turismo interno, según una encuesta realizada por el MINTUR en junio de 2002 a julio de 2003 el volumen de turismo interno en el Ecuador alcanza casi los diez millones de visitantes, de los cuales 3.504.131(36%) son excursionistas y 6.354 (64%) con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual.

En vista de este crecimiento, el Ecuador, durante los últimos años mantiene una política de promoción e incentivo para el turismo a largo plazo, por lo que el Ministerio de Turismo (MINTUR) ha desarrollado un Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible (PLANDETUR, 2020), buscando potenciar en los próximos años, un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida.

El turismo en la Provincia de Tungurahua

La región Sierra del Ecuador cuenta con un sinnúmero de atractivos turísticos tanto naturales como culturales, que evidencian el desarrollo en el ámbito turístico de esta región. La provincia de Tungurahua con su capital Ambato, no puede ser la excepción. En términos geográficos, Tungurahua ocupa la parte central del corredor interandino, que comparte con Cotopaxi y Chimborazo en una zona de valle que va desde las estribaciones Sur del volcán Cotopaxi hasta las correspondientes del norte del Chimborazo (Gobierno Provincial de Tungurahua , 2010).

Cuenta por lo menos tres sistemas importantes de cuencas hídricas: la del río Patate, río Pastaza y la del río Ambato. Además de zonas de páramo como el Parque Nacional Llanganates. Existen tres grandes categorías de atractivos en la provincia:

los vinculados a la naturaleza, a la cultura y a la actividad económico-productiva (Gobierno Provincial de Tungurahua , 2010)

Dando una visión general de la oferta turística provincial, la actividad turística presenta una apreciable bipolaridad turística que gira alrededor del entorno de dos ciudades: Baños de Agua Santa y Ambato; sin embargo, a través del impulso del Ministerio de Turismo y del Gobierno Provincial, se ha impulsado grandemente la oferta turística en el resto de cantones de la provincia, destacándose el turismo en los Cantones de: Patate, Píllaro, Tisaleo y Mocha.

Respecto a la demanda turística, se pueden mencionar datos aproximados de estudios que ha realizado el Gobierno Provincial de Tungurahua a través del Ministerio de Turismo. Según estos cálculos, el volumen estimado anual de turismo en el año 2007 fue de 659.935 visitas a la ciudad de Baños de Agua Santa y de 864.004 visitas a la ciudad de Ambato.

Actualmente, el Gobierno Provincial conjuntamente con el Ministerio de Turismo y las Direcciones de Turismo de cada cantón de la provincia, están implementando estrategias de desarrollo turístico en crecimiento que incluyen especialmente espacios circundantes a las áreas protegidas, estas zonas corresponden a los cantones de Tisaleo, Mocha y sección suroccidental de Ambato, vinculadas a la Reserva Chimborazo y especialmente al Carihuairazo, los Cantones Píllaro, Patate y sección centro-norte del Cantón Baños, vinculados al Parque Nacional Llanganates. La estrategia apunta a desarrollar segmentos de ecoturismo especializado y turismo cultural, ambos asentados especialmente en modalidades de base comunitaria (Gobierno Provincial de Tungurahua , 2010).

El turismo en el Cantón Santiago de Píllaro

El Cantón Santiago de Píllaro limita por el norte con la provincia de Cotopaxi, al sur con los Cantones de: Patate y Pelileo, al este con la Provincia de Napo, y al Oeste con el Cantón Ambato. Al estar ubicado en el extremo nororiental de la provincia, Píllaro mantiene una posición geográfica particular, muy cercana al acceso norte de la provincia y por tanto en contacto con el Cantón Salcedo de la Provincia de Cotopaxi, y al oriente adentrándose en el Parque Nacional Llanganates.

Esta cercanía tanto con el eje vial panamericano, así como con la zona de reserva y preservación ambiental, dotan al cantón de una apreciable variedad de atractivos y características proclives al turismo. Destacan entre otras, la riqueza de festividades y tradiciones culturales como: la Diablada Pillareña y los toros de pueblo. Posee además una variedad de alternativas para actividades ecoturísticas: caminatas y exploración hacia área protegida, observación de fauna, turismo comunitario, etc.

El actual perfil de actividades turísticas ubica a Píllaro como una zona especialmente dotada para el diseño de opciones turísticas de corte alternativo, ecoturístico y de base comunitaria. De esta manera se puede mencionar también el

sector Quillán ubicado en la Parroquia San Miguelito de Píllaro que actualmente se encuentra en crecimiento actividad turística (Gobierno Provincial de Tungurahua , 2010).

El turismo en el sector Quillán

El sector Quillán se encuentra en la Parroquia de San Miguelito en la rivera del río Quillán a 2.224 msnm. Localizándose al suroeste del Cantón Santiago de Píllaro en la Provincia de Tungurahua. Los centros urbanos más cercanos a los atractivos son la cabecera cantonal a 9.5.Km de distancia y Ambato, capital provincial a 14 Km.

Posee un clima agradable con una temperatura que oscila entre 18°c y 22°c. Pertenece a una zona de vegetación correspondiente a Matorral Húmedo Montano, la vegetación nativa generalmente forma matorrales y sus remanentes se pueden encontrar en barrancos o quebradas y en otros sitios poco accesibles a lo largo de todo el sector. Ocasionalmente, se pueden encontrar remanentes de bosques asociados a estos matorrales (Andino, Lligalo, & Chiluzza, 2004).

La composición florística de estos matorrales o pequeños remanentes de bosques puede variar entre las localidades dependiendo del grado de humedad y el tipo de suelo.

El sector Quillán se ha ido constituyendo en el nuevo destino turístico de la provincia y del país porque desde hace diez años microempresas familiares se han dedicado a la crianza de truchas que ofrecen servicios de alimentación con el plato más representativo, la trucha frita. Y principalmente, sus encantos naturales como: grutas, cascadas, ruinas, río y paseo ecológico que han atraído a los turistas a visitarlo con mayor frecuencia.

Este sector, actualmente, es el mayor potencial turístico del Cantón Píllaro, tanto es así que la Jefatura de Cultura, Recreación y Promoción Turística del Ilustre Municipio del Cantón Píllaro viene promocionando una ruta turística que termina en el sector Quillán. La ruta comprende: la visita a la Granja Agroecoturística del cantón, máscaras de la Diablada, Museo de Rumiñahui y Plaza de la resistencia indígena en Huaynacury y el valle Quillán, donde los turistas disfrutan de la visita a las cascadas: Siete Chorros, Pugyo Uco y la gastronomía del lugar.

En este sector indicado, es donde se ubicará el Complejo Turístico que se caracterizará por ser de tipo ecológico y tenderá a promocionar el turismo sustentable procurando ofrecer al turista áreas recreacionales que le permitan disfrutar de entretenimientos a la vez de deleitarse con los atractivos naturales del sector y de la gastronomía de la zona.

Al ubicar el Complejo Turístico en la proximidad de las cascadas “Siete Chorros”, los turistas, además, disfrutarán de este atractivo natural.

El Complejo Turístico ofrecerá al turista local, regional y nacional la posibilidad de realizar paseos a través de senderos, degustación de gastronomía típica, observación de paisajes naturales y áreas recreacionales. Este Complejo Turístico se diferenciará de los paraderos turísticos del sector, porque ofrecerá servicios de calidad, procurando que el turista quede satisfecho del servicio ofrecido.

1.3.1 Productos Sustitutos y/o Complementarios

Bienes sustitutos

Si tenemos dos bienes de características similares y el precio de uno de ellos aumenta, consumiremos más del otro. Elegimos entre los dos (Pakin, 1998).

Los bienes sustitutos serán, en este caso, las facilidades turísticas con que cuenta el sector conocidos con el nombre de Paraderos Turísticos. Dentro de ellos se encuentran:

- Restaurante “El Descanso”.
- Comedor “Doña Inés”.
- Complejo Piscícola “Quillán”.
- Paradero Turístico “Quinta María Soledad”.
- Paradero “El Mirador”.
- Paradero “La Casita de Bernard”.

Bienes complementarios

Son aquellos bienes que deben utilizarse conjuntamente para satisfacer alguna necesidad. La relación que se establece entre bienes complementarios es tal que el consumo de unos va directamente vinculado al de aquéllos que lo complementan (Sabino, s.f).

Las oportunidades de mercado para este proyecto se presume que serán mayores porque existe en la zona, productos complementarios constituidos por los atractivos naturales del lugar. Los turistas además de visitar el Complejo Turístico, visitarán aquellos lugares con más riqueza natural y exuberante que proporciona el sector.

Estos sitios turísticos son:

Gruta de la Virgen Niña María de Jerusalén

La Gruta se encuentra ubicada en una de las laderas que circundan el sector Quillán. Ésta, consiste en una pared construida a base de piedra plancha extraída del sector donde se encuentra dibujada la imagen de la Virgen y decorada con flores de varios colores.

Cascada “Pogyo Uku”

La cascada se encuentra a 1.5 km. del sector “La Planta” y el acceso hasta este lugar se realiza a pie por un sendero ecológico que se encuentra en buenas condiciones, el recorrido dura aproximadamente 30 minutos. La Cascada “Pogyo Uku” debe su nombre al significado kichwa Pogyo (vertiente) y Uku (cueva), pues se trata de un conjunto de pequeños chorros de agua de aproximadamente 2 m. de altura que brotan de varios ojos de agua localizados en una pared de roca perteneciente al Monte de Agua Quinuales. Su estructura rocosa es de color rojizo y su atractivo es más interesante por constituir un verdadero manantial de agua completamente pura y cristalina (Andino y otros, 2004).

Junto a este atractivo, se localiza una caída de agua de aproximadamente 23 m. de altura llamada Cascada de “Pogyo Uku”, su caudal proviene de la Cascada “Los Siete Chorros” que se encuentra cercana al lugar y su agua es cristalina. Es un lugar muy apto para respirar aire puro y disfrutar del paisaje (Andino y otros, 2004).

Cascada “Los Siete Chorros”

La cascada se encuentra en el sector Quillán “La Carolina” y constituye el límite de las parroquias de San Miguelito y Emilio María Terán. Para visitar el atractivo, se debe seguir el camino que conduce a Quillán “La Planta” hasta llegar a la escuela y tomar un camino empedrado a mano izquierda que se encuentra en buen estado. La cascada está aproximadamente a 500 m.

Río Culapachán

El río Culapachán atraviesa todo el sector Quillán, sus orillas pueden ser observadas desde cualquier punto de la comunidad. Para acceder al pie del río, se debe caminar cinco minutos por un sendero que se inicia a 100 m. del sector “La Planta”. El río Culapachán se origina a partir de los deshielos y vertientes del volcán Cotopaxi, recorre las ciudades de: Latacunga y Salcedo donde se lo conoce como río Cutuchi y al ingresar a la Provincia de Tungurahua toma el nombre de Culapachán. El caudal es alimentado con el agua de varias quebradas que se encuentran a su paso, atraviesa todo el cantón Píllaro hasta llegar al sector de Quillán (MINTUR, 2007).

Comunidad Quillán

La comunidad Quillán se encuentra a 30 minutos del centro de la ciudad de Píllaro. Para acceder a la comunidad se debe tomar la vía intercantonal Píllaro-Patate hasta la Parroquia de Emilio María Terán (7 km.) y seguir por un camino de segundo orden a mano derecha que conduce a la comunidad (5 km.)(MINTUR, 2007).

La comunidad Quillán se encuentra asentada en el valle del mismo nombre, en medio de montañas y un paisaje dominado por cultivos y vertientes naturales. Su

población es campesina y proviene de la Parroquia San Miguelito. Ésta se dedica a la agricultura, especialmente al cultivo de aguacate, producto del cual depende su economía. Su actividad se complementa con otras como: la ganadería, la crianza de truchas y especies menores, la artesanía y el turismo.

Cuadro 1.1. Resumen de Atractivos Turísticos de la comunidad Quillán

1. Gruta de la Niña María				
Categoría	Tipo	Subtipo	Uso turístico actual	Uso turístico potencial
- Manifestación cultural - Sitio natural	- Histórica - Montaña	- Arquitectura religiosa - Colina	- Sitio de peregrinación	- Trekking - Video-Fotografía - Observación de flora y fauna
2. Cascada Pogyo Uku				
- Sitio Natural	- Río	- Manantial	- Recreación	- Trekking - Fotografía - Baño en la cascada - Observación de flora
3. Cascada Siete Chorros				
- Sitio natural	- Río	- Manantial	- Recreación - Baños curativos	- Trekking. - Fotografía. - Observación de flora
4. Río Culapachán				
- Sitio natural	- Río	- Rápidos o raudales	- Pesca - Recreación	- Observación de flora y fauna - Recorrido por el sendero - Video-Fotografía
5. Comunidad Quillán				
- Manifestaciones culturales				- Visita a huertos agrícolas y frutales - Degustación de comida típica - Elaboración de artesanías

Fuente: Diseño de un programa de desarrollo eco turístico para la comunidad Quillán (Torres, 2007).

1.4. Determinación de la Demanda Actual

1.4.1. Metodología de la investigación de campo

Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación se enmarcó en la perspectiva cuali-cuantitativo, cualitativa porque se realizó una investigación exploratoria y cuantitativa porque se recuperó información numérica en el estudio de mercado y en el estudio económico-financiero.

Modalidad de investigación

Documentación bibliográfica: se realizó con el apoyo de fuentes de carácter documental, consulta de: libros, artículos o ensayos de revistas y periódicos e internet.

Investigación de campo: el estudio se apoyó en informaciones que provienen de: entrevistas, encuestas y observaciones tomadas en el campo.

Nivel de la investigación

La primera fase se centró en una investigación exploratoria de tipo cualitativa que proporcionó los conocimientos esenciales sobre el tema de investigación mediante entrevistas a personas involucradas en el ámbito turístico y la búsqueda de datos secundarios.

La segunda fase se centró en una investigación descriptiva de tipo cuantitativa que proporcionó resultados precisos sobre la viabilidad de la idea de negocio mediante encuestas dirigidas al mercado potencial.

Recopilación de la información

Se utilizó la técnica de la encuesta; la encuesta piloto se aplicó a los turistas que visitan el sector Quillán y la encuesta definitiva se aplicó a los informantes del segmento seleccionado en las ciudades de Ambato y Píllaro. Las entrevistas estuvieron enfocadas a recopilar información de la competencia, así se entrevistó a los propietarios de los paraderos turísticos del sector Quillán y a los propietarios de complejos turísticos ubicados en el Cantón Píllaro, simultáneamente se realizó una entrevista al Jefe del Departamento de Cultura, Recreación y Promoción Turística del Cantón Píllaro.

Se diseñó el cuestionario de encuesta en base a los objetivos del estudio de mercado, las variables apropiadas para este estudio fueron definidas a partir de la encuesta piloto.

Procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información que se obtuvo en la investigación de mercado, se utilizó el programa estadístico SPSS 18. Los resultados se presentan en táblas y figuras estadísticas. El análisis económico-financiero se realizó en Microsoft Excel 2007. Para la elaboración de los planos del Complejo Turístico, se contó con el apoyo de profesionales en Ingeniería Civil y Arquitectura.

1.4.1.1 Segmento objetivo

Para este estudio, se consideró a las ciudades de Ambato y Píllaro en base a los resultados que arrojó la encuesta piloto. De ello, se obtuvo que el 85,7% de turistas que visitan el sector Quillán para realizar actividades turísticas provienen de estas ciudades.

Segmentación geográfica

La segmentación geográfica para este estudio corresponde a los centros urbanos de las ciudades de Ambato y Píllaro.

Segmentación demográfica

Corresponde a la población de las ciudades de Ambato y Píllaro, en un rango de edad comprendido entre 15 a 74 años. Estos datos fueron tomados del Censo de Población y Vivienda del año 2010, los datos de población son los siguientes:

Población urbana de la ciudad de Píllaro: 7.444 habitantes

Población de 15 a 74 años: 5.185 habitantes

Población urbana de la ciudad de Ambato. 165.185 habitantes

Población de 15 a 74 años: 116.864 habitantes

Segmentación socio demográfica

Esta segmentación está dada por la población que pertenece al quintil 3, con un promedio de ingreso corriente de 537,00 USD y al quintil 4, con un promedio de ingreso corriente de 749,00 USD, según género y grupos de edad de 15 años a 74 años.

De acuerdo con los datos de la encuesta de Condiciones de Vida, ronda 2005 a 2006, la población que pertenece al quintil 3 y 4 es igual a 1.654.643 habitantes, esta población se ha proyectado al año 2010 considerando la tasa de crecimiento poblacional de 1,95, dando una población de 1.787.530 habitantes, que representa el

41,97% de la población de la Región Sierra (4.259.069 habitantes de 15 a 74 años en el año 2010) (Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2010).

La población que corresponde al quintal 3 y quintal 4 es de 2.174 habitantes de la ciudad de Píllaro (5.185 habitantes x 41,97%).

La población que corresponde al quintal 3 y quintal 4 es de 48.989 habitantes de la ciudad de Ambato (116.864 habitantes x 41,97%).

1.4.1.2 Tamaño del universo

Píllaro: 2.174 habitantes

Ambato: 48.989 habitantes

1.4.1.3 Tamaño de la muestra

Para esta investigación se consideró el muestreo estratificado debido a que se ha detectado que poblaciones de dos ciudades de la provincia de Tungurahua, visitan mayoritariamente el sector Quillán para realizar actividades de turismo.

Hoel (1965), manifiesta que: “en este tipo de muestreo la población se divide en grupos o estratos, y se toman muestras al azar separadamente de cada uno de los grupos” (p.150).

Fórmula para determinar el tamaño de muestra de poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N= tamaño del universo

Z = constante. Para un nivel de confianza del 92% = 1,75

E = error muestral = 0,08

P = probabilidad de éxito 0,80

Q= probabilidad de rechazo 0,20

La probabilidad de éxito (P) y la probabilidad de rechazo (Q) fueron determinadas a través de los resultados de la encuesta piloto, realizada a 30 personas en el sector Quillán.

La pregunta que se planteó para determinar este factor fue:

¿Considera usted qué el caserío Quillán debe tener un Complejo Turístico?

Para esta pregunta, el 80% de los encuestados manifestaron que este sector debe tener un complejo turístico y el 20% de encuestados manifestaron que este sector no debería tener un complejo turístico, argumentando que en este sector más bien es necesario impulsar el turismo comunitario.

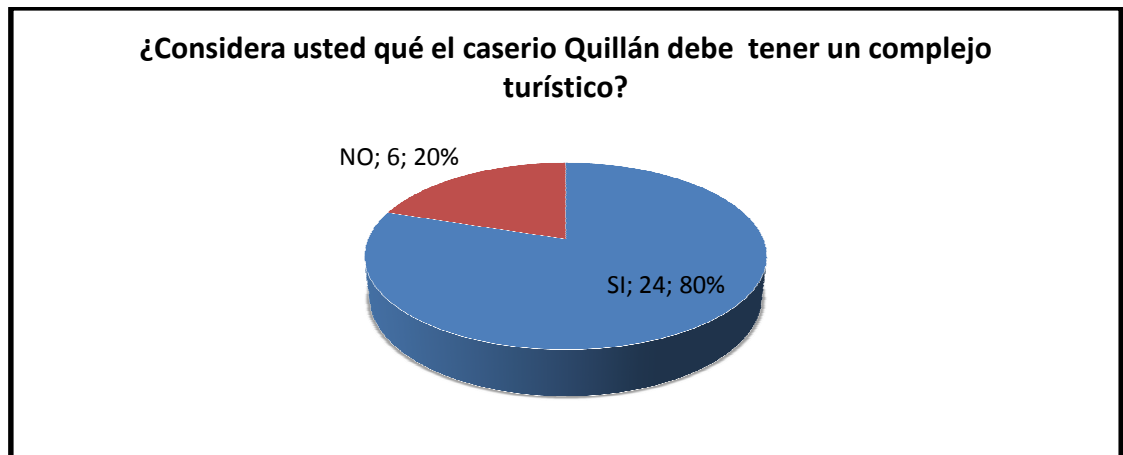


Figura 1.1. Probabilidad de éxito y rechazo

Fuente: Investigación de mercado. Encuesta piloto

Cálculo de la muestra:

Estrato 1: Píllaro

$$n = \frac{(1,75)^2 2.174 * 0,80 * 0,20}{(0,08)^2 (2.174 - 1) + (1,75)^2 * 0,80 * 0,20}$$

n = 74 personas a ser encuestadas

Estrato 2: Ambato

$$n = \frac{(1,75)^2 48.989 * 0,80 * 0,20}{(0,08)^2 (48.989 - 1) + (1,75)^2 * 0,80 * 0,20}$$

n = 76 personas a ser encuestadas

1.4.1.4 Diseño de la encuesta

En base a los objetivos de la investigación, se diseñó un cuestionario dirigido al mercado potencial que para este caso fueron los turistas provenientes de las ciudades de Ambato y Píllaro que más visitan el sector Quillán.

Los objetivos de la encuesta fueron los siguientes:

General

- Evaluar el grado de aceptación que tiene el turista para la creación de un Complejo Turístico en el sector Quillán del Cantón Píllaro.

Específicos

- Conocer las preferencias de los turistas para realizar actividades turísticas.
- Determinar la aceptación de los turistas para la creación de un Complejo Turístico en el sector Quillán.
- Indagar las características que el turista considera importantes para el lanzamiento de un servicio de recreación.
- Averiguar la disposición que tiene el turista cuando paga un servicio de recreación.
- Establecer la preferencia de promoción de los turistas para esta actividad.
- Realizar un breve análisis de la competencia para el servicio a ofertarse.

Elaboración del cuestionario

Para definir las preguntas que conformaron el cuestionario, se realizó una simulación piloto de 30 encuestas a los turistas que visitaron el sector Quillán un día domingo. Estos datos permitieron definir, a priori, el mercado potencial de investigación, la probabilidad de éxito y rechazo, así como las preguntas que debían conformar el cuestionario para obtener un estudio que abarque los objetivos de mercado. Para el diseño del cuestionario de investigación, las escalas de medición que se emplearon fueron las siguientes:

Escala nominal.- Los números sirven como etiquetas para identificar y clasificar objetos, así fueron etiquetados los encuestadores en las dos ciudades donde se realizó la investigación.

Escala ordinal.- Se utilizó jerarquías en la que se asignaron números a las características relevantes que permitan describir el alcance relativo de cada una de ellas, así se midió las características generales de actividades turísticas.

Escala de intervalo.- Se utilizó esta escala para conocer cuánto estaría dispuesto a pagar el turista por los servicios turísticos que ofrecerá el Complejo Turístico.

Se utilizó, además, escalas no comparativas, siendo la escala de Likert la que se adaptó a las necesidades de la investigación, sobre todo, en la medición de las características más importantes que debe ofrecer el Complejo Turístico, con una escala de 1 al 5, siendo 1 el de menor importancia y 5 el de mayor importancia.

Se procedió a recopilar información mediante encuestas realizadas en las ciudades de Ambato y Píllaro, en sitios de concurrencia turística como: parques, mercados y encuestas en las calles. El periodo en que se realizó las encuestas fue en el mes de diciembre del año 2011. (Ver formulario de encuesta en Anexo 2 y 3).

1.4.1.5 Presentación de Resultados

Los datos obtenidos en la investigación de campo, fueron procesados en el programa estadístico SPSS18, a partir del cual, se obtuvieron los resultados de las siguientes preguntas:

¿Cuándo sale usted de paseo?

Tabla 1.1. ¿Cuándo sale usted de paseo?*Ciudad donde se realizó la encuesta

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Píllaro	
Entre semana	Recuento	2	4	6
	%	2,6%	5,4%	4,0%
Fines de semana	Recuento	44	33	77
	%	57,9%	44,6%	51,3%
Días feriado	Recuento	22	25	47
	%	28,9%	33,8%	31,3%
Períodos de vacaciones estudiantiles	Recuento	8	12	20
	%	10,5%	16,2%	13,3%
Total	Recuento	76	74	150
	%	100,0%	100,0%	100,0%

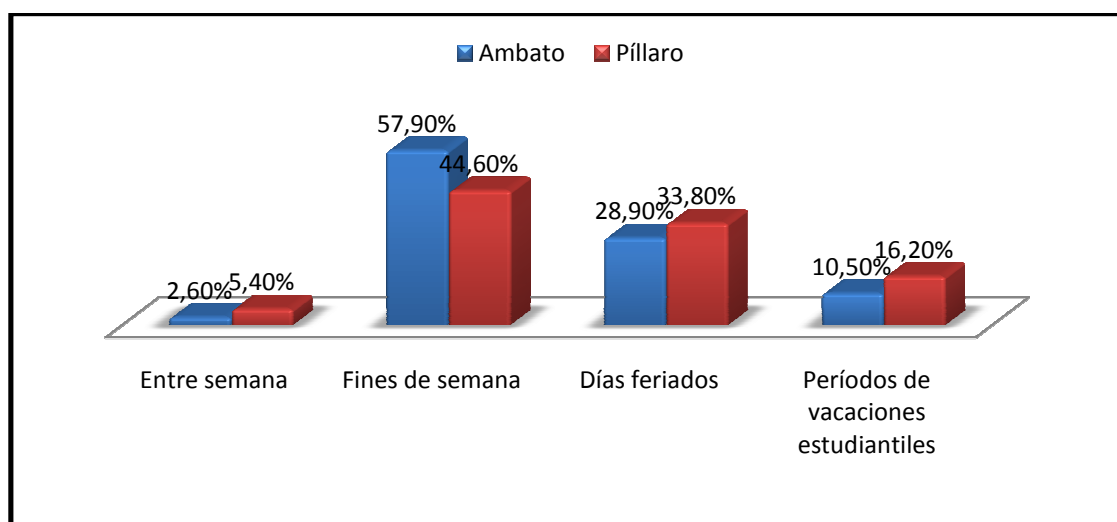


Figura 1.2. ¿Cuándo sale usted de paseo?

Análisis.- De conformidad con los resultados de la encuesta, se determina que los turistas salen de paseo los fines de semana en mayor porcentaje, siendo más

relevante el porcentaje dado para los turistas de la ciudad de Ambato 57,90%; así también los días feriados, seguido de los períodos de vacaciones estudiantiles, son idóneos para que los turistas salgan de paseo a visitar los lugares turísticos dentro de la Provincia de Tungurahua.

¿Con quién realiza sus paseos?

Tabla 1.2. ¿Con quién realiza sus paseos?*Ciudad donde se realizó la encuesta

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
Solo	Recuento	2	1	3
	%	2,6%	1,4%	2,0%
Pareja	Recuento	12	4	16
	%	15,8%	5,4%	10,7%
Familiares	Recuento	55	59	114
	%	72,4%	79,7%	76,0%
Amigos	Recuento	7	4	11
	%	9,2%	5,4%	7,3%
Grupo organizado de agencias de viaje	Recuento	0	6	6
	%	,0%	8,1%	4,0%
Total		76	74	150
		100,0%	100,0%	100,0%

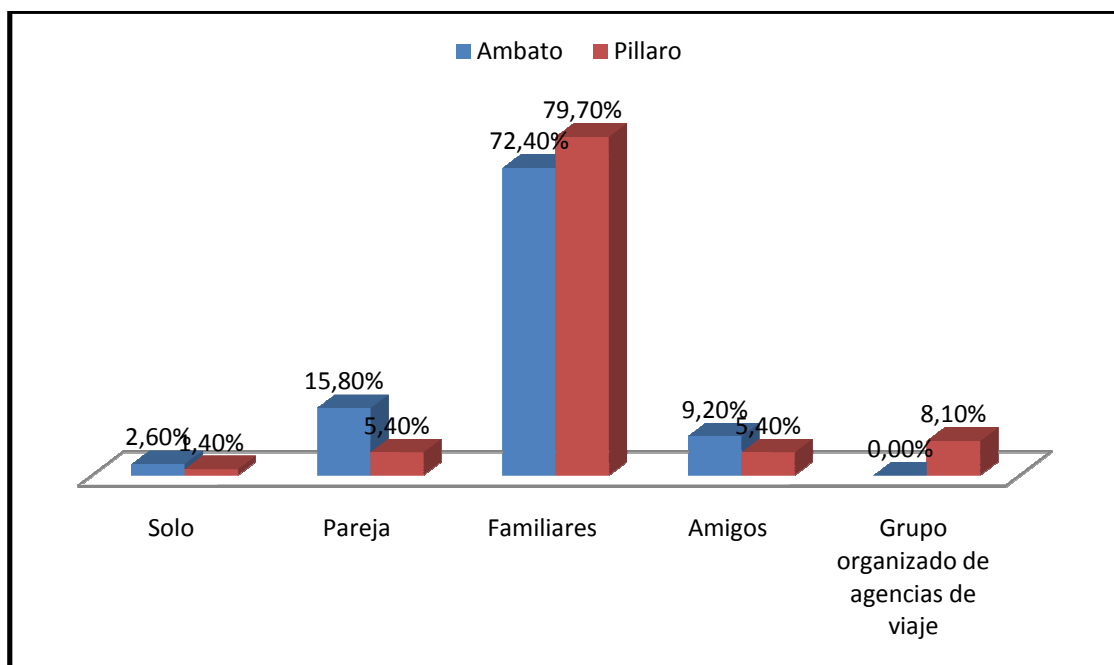


Figura 1.3. ¿Con quien realiza sus paseos?

Análisis.- El más alto porcentaje está dado para viajes con familiares en las dos ciudades en estudio, se nota una relevancia de viajes en pareja 15,80% para los

turistas de la ciudad de Ambato, los viajes con grupos organizados por agencias de viajes solo se da en la ciudad de Píllaro con un 8,10%. Esto nos da una idea de las actividades que se pueden dar en el Complejo Turístico en función de sus acompañantes.

Si su respuesta es FAMILIA. ¿Indique el número de integrantes de su Familia, y de ellos cuántos niños?

Tabla 1.3. Estadísticos descriptivos. N° de miembros de la familia

	N°	Mínimo	Máximo	Suma	Media	Desv. típ.
Si la respuesta es familia, indique el número de integrantes de la familia	112	2	10	553	4,94	1,866
N válido (según lista)	112					

Tabla 1.4. Estadísticos descriptivos. N° de niños

	N°	Mínimo	Máximo	Suma	Media	Desv. típ.
Indique el número de niños	94	0	5	176	1,87	1,138
N válido (según lista)	94					

Análisis.- Los grupos de familiares realizan sus paseos en un promedio de 5 miembros por familia, siendo un máximo de 10, en cuanto a los niños dentro del grupo de familias, se obtuvo un promedio de 2 niños por familia, siendo un máximo de 5 niños.

El mercado potencial de niños podrían utilizar las facilidades de áreas recreacionales que ofrecerá el Complejo Turístico, llevando consigo al mercado las personas adultas que son sus familiares.

¿Qué actividades prefiere realizar cuándo visita un sitio turístico? Ubique las tres más importantes.

Tabla 1.5. ¿Qué actividades realiza cuándo visita un sitio turísticos, indique las tres más importantes * Ciudad donde se realizó la encuesta

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
Caminatas, visitar atractivos turísticos, recreación	Recuento	8	4	12
	%	10,5%	5,4%	8,0%
Observar flora y fauna, recreación, visitar atractivos turísticos	Recuento	5	6	11
	%	6,6%	8,1%	7,3%
Recreación, gastronomía, caminatas	Recuento	4	4	8
	%	5,3%	5,4%	5,3%
Caminatas, recreación, visitar atractivos turísticos	Recuento	2	4	6
	%	2,6%	5,4%	4,0%
Visitar atractivos turísticos, observar flora y fauna, recreación	Recuento	12	2	14
	%	15,8%	2,7%	9,3%
Recreación, gastronomía, observar flora y fauna	Recuento	4	3	7
	%	5,3%	4,1%	4,7%
Visitar atractivos turísticos, observar flora y fauna, gastronomía	Recuento	14	20	34
	%	18,4%	27,0%	22,7%
Visitar atractivos turísticos, gastronomía, recreación	Recuento	10	6	16
	%	13,2%	8,1%	10,7%
Visitar atractivos turísticos, recreación, caminatas	Recuento	9	11	20
	%	11,8%	14,9%	13,3%
Recreación, visitar atractivos turísticos, Observar flora y fauna	Recuento	2	5	7
	%	2,6%	6,8%	4,7%
Caminatas, recreación, gastronomía	Recuento	2	4	6
	%	2,6%	5,4%	4,0%
Recreación, gastronomía, otro	Recuento	3	1	4
	%	3,9%	1,4%	2,7%
Recreación, gastronomía, visitar atractivos turísticos	Recuento	1	4	5
	%	1,3%	5,4%	3,3%
Total	Recuento	76	74	150
	%	100,0%	100,0%	100,0%

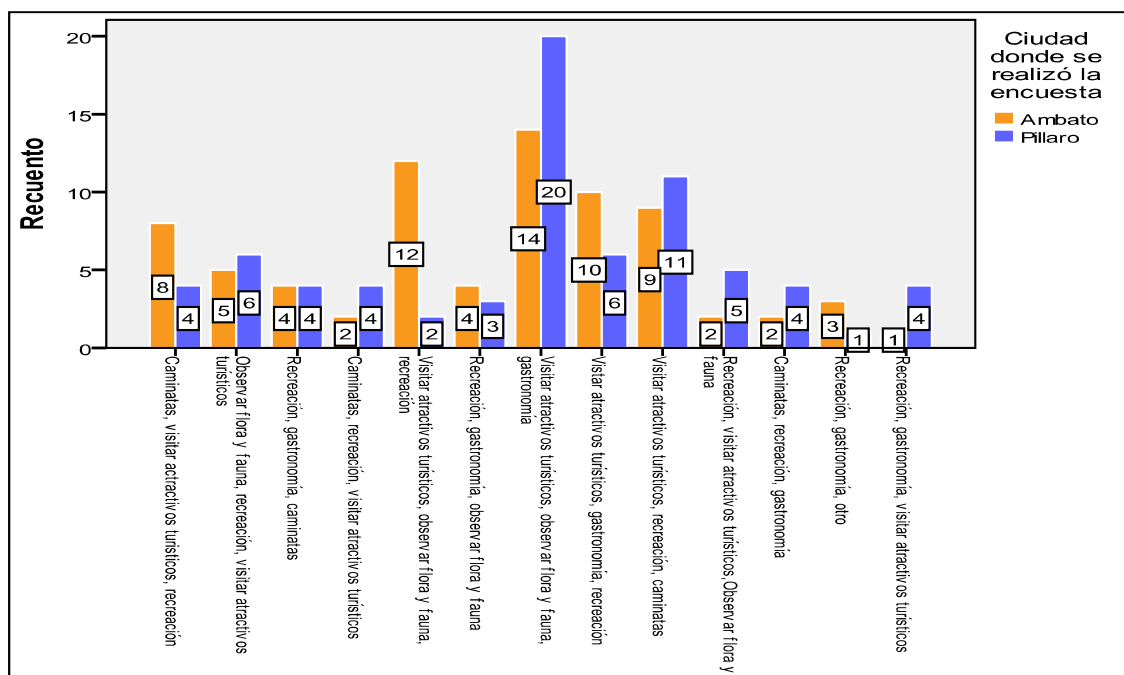


Figura 1.4. ¿Qué actividades prefiere realizar cuándo visita un sitio turístico?

Análisis.- El 18,4% de los turistas de la ciudad de Ambato y el 27% de turistas de la ciudad de Píllaro, en orden de importancia prefieren visitar atractivos turísticos como: cascadas, ríos, paseos ecológicos; observar flora y fauna; y gastronomía. El 15,8% de los turistas de la ciudad de Ambato prefieren en orden de importancia: visitar atractivos turísticos, observar flora y fauna y recreación. El 14,9% de los turistas de la ciudad de Píllaro prefieren: visitar atractivos turísticos, recreación y caminatas. Como se observa, estos son los porcentajes más relevantes, se destaca especialmente la actividad de visitar atractivos turísticos, lo que favorecerá al Complejo Turístico porque estará ubicado cerca de los atractivos naturales preferidos por los viajeros. La recreación y degustación de gastronomía tienen también un alto nivel de aceptación.

Tabla 1.6. Otro especifique * Ciudad donde se realizó la encuesta

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Píllaro	
Recuento		73	73	146
		96,1%	98,6%	97,3%
Complejos recreacionales	Recuento	1	0	1
		1,3%	,0%	,7%
Deportes extremos	Recuento	0	1	1
		,0%	1,4%	,7%
Montar a caballo	Recuento	2	0	2
		2,6%	,0%	1,3%
Total	Recuento	76	74	150
		100,0%	100,0%	100,0%

Análisis.- Algunos informantes se inclinaron en manifestar otro tipo de actividades no incluidas en el listado, mencionando que las actividades que prefieren realizar son: visitar complejos recreacionales, deportes extremos y montar a caballo; se destacan

más altos porcentajes en las opiniones vertidas por los turistas de la ciudad de Ambato. Las actividades de montar a caballo y deportes extremos, pueden ser actividades que en un futuro implementará el Complejo Turístico, dada su situación geográfica.

¿Qué servicios considera usted necesarios para visitar un sitio turístico?

Tabla 1.7. ¿Qué servicios considera usted necesarios para visitar un sitio turístico? * Ciudad donde se realizó la encuesta

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
Alimentación, alojamiento	Recuento	14	4	18
	%	18,4%	5,4%	12,0%
Alojamiento, Actividades de recreación	Recuento	9	16	25
	%	11,8%	21,6%	16,7%
Alimentación, Actividades de recreación	Recuento	14	10	24
	%	18,4%	13,5%	16,0%
Guianza, alojamiento	Recuento	3	0	3
	%	3,9%	,0%	2,0%
Alojamiento, alimentación	Recuento	10	12	22
	%	13,2%	16,2%	14,7%
Guianza, alimentación	Recuento	4	4	8
	%	5,3%	5,4%	5,3%
Alojamiento, transporte	Recuento	10	10	20
	%	13,2%	13,5%	13,3%
Alimentación, transporte	Recuento	8	9	17
	%	10,5%	12,2%	11,3%
Transporte, Guianza	Recuento	2	9	11
	%	2,6%	12,2%	7,3%
Actividades de Recreación, Transporte	Recuento	2	0	2
	%	2,6%	,0%	1,3%
Total	Recuento	76	74	150
	%	100,0%	100,0%	100,0%

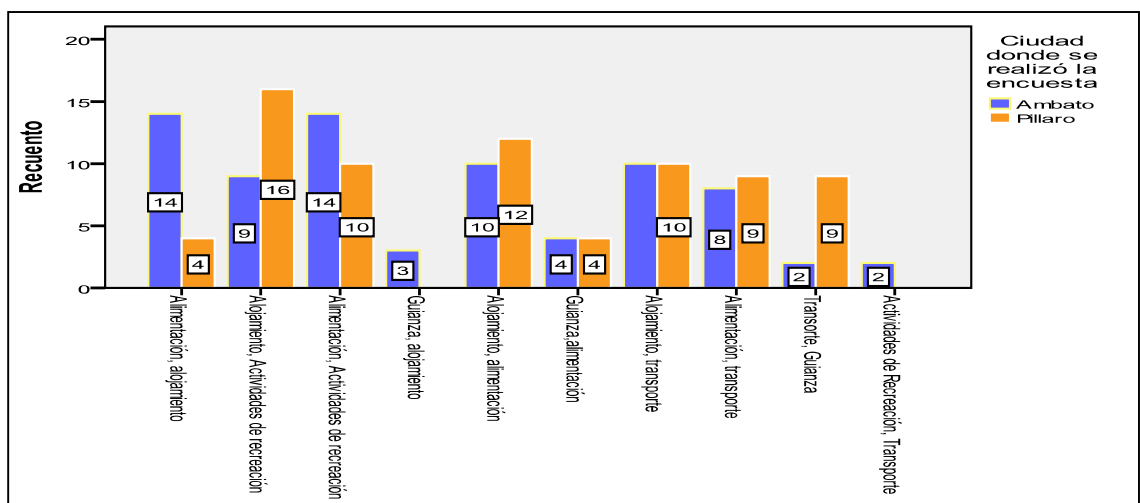


Figura 1.5. ¿Qué servicios considera usted necesarios para visitar un sitio turístico?

Análisis.- Los turistas de las dos ciudades, opinan que: la alimentación, el alojamiento, las actividades de recreación y el transporte, son servicios necesarios con los que un sitio turístico debe contar para ofrecer al turista condiciones de comodidad y satisfacción. Además, los turistas de la ciudad de Píllaro ponen énfasis en que la guianza también es importante en un sector turístico.

Todos estos factores deben ser tomados en cuenta al momento de implementar el Complejo Turístico. Un aspecto muy importante a considerar es el transporte, que deberá ser implementado en asociación con los habitantes de la comunidad, ya que esté sector no dispone de transporte público y los turísticas que no disponen de vehículo deben utilizar el transporte privado, incrementando el costo de su paseo.

¿Le gustaría visitar un sitio turístico cercano al Cantón Píllaro, con diversos atractivos naturales, clima agradable, ubicado a las riveras de un río, dónde usted puede realizar actividades recreativas y de turismo?

Tabla 1.8. ¿Le gustaría visitar un sitio turístico cercano al Cantón Píllaro?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	72	47,7	94,7	94,7
	NO	4	2,6	5,3	100,0
	Total	76	50,3	100,0	
Perdidos	Sistema	75	49,7		
Total		151	100,0		

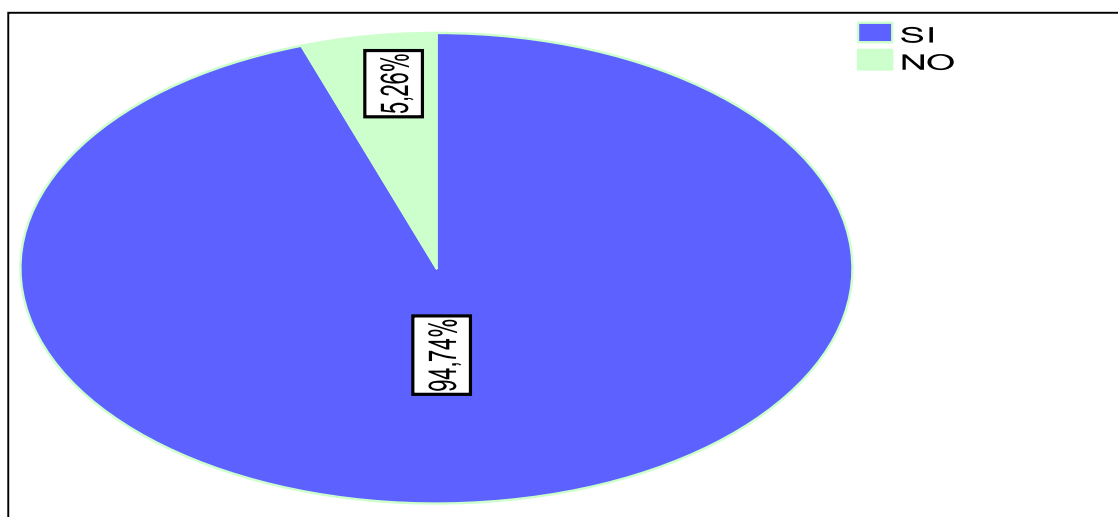


Figura 1.6. ¿Le gustaría visitar un sitio cercano al Cantón Píllaro?

Análisis.- Esta pregunta fue dirigida al segmento de la ciudad de Ambato, como se observa en el gráfico. De ello, se desprende que existe alta aceptación a querer visitar un sitio agradable dentro de la ciudad de Píllaro.

La provincia de Tungurahua además de Baños, tiene otros atractivos turísticos que a las personas les gustaría visitar, lugares donde pueden realizar ecoturismo y disfrutar del contacto con la naturaleza. “El actual perfil de actividades turísticas ubica a Píllaro como una zona especialmente dotada para el diseño de opciones turísticas de corte alternativo, ecoturístico y de base comunitaria” (Gobierno Provincial de Tungurahua , 2010). Este porcentaje de segmento de mercado es el que será captado como cliente del Complejo Turístico.

El caserío Quillán, ubicado en la parroquia San Miguelito del Cantón Píllaro, es un hermoso valle, ubicado a las riveras de un río, con clima agradable y atractivos naturales realmente encantadores, ¿ha visitado este sector, si no lo ha hecho, le gustaría visitarlo?

Tabla 1.9. ¿Ha visitado el sector Quillán o le gustaría visitar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	69	45,7	93,2	93,2
	NO	5	3,3	6,8	100,0
	Total	74	49,0	100,0	
Perdidos	Sistema	77	51,0		
Total		151	100,0		

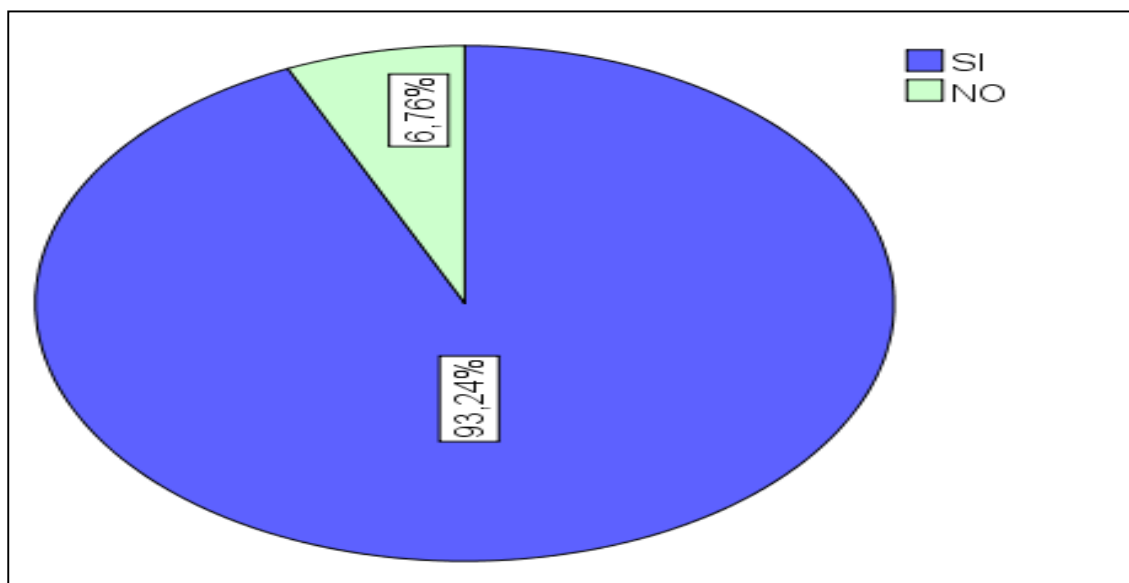


Figura 1.7. ¿Ha visitado el sector Quillan o le gustaria visitar?

Análisis.- Esta pregunta fue dirigida al segmento de turistas de la ciudad de Píllaro, se observa que el 93,24% de encuestados han visitado el sector o les gustaría visitar, de este porcentaje, tan solo el 2,7% no ha visitado el sector Quillán pero le gustaría visitar y disfrutar de los servicios y atractivos del mismo.

¿Considera usted que el caserío Quillán debe tener un Complejo Turístico?

Tabla 1.10. ¿El caserío Quillán debe tener un Complejo Turístico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	67	44,4	97,1	97,1
	NO	2	1,3	2,9	100,0
	Total	69	45,7	100,0	
Perdidos	Sistema	82	54,3		
Total		151	100,0		

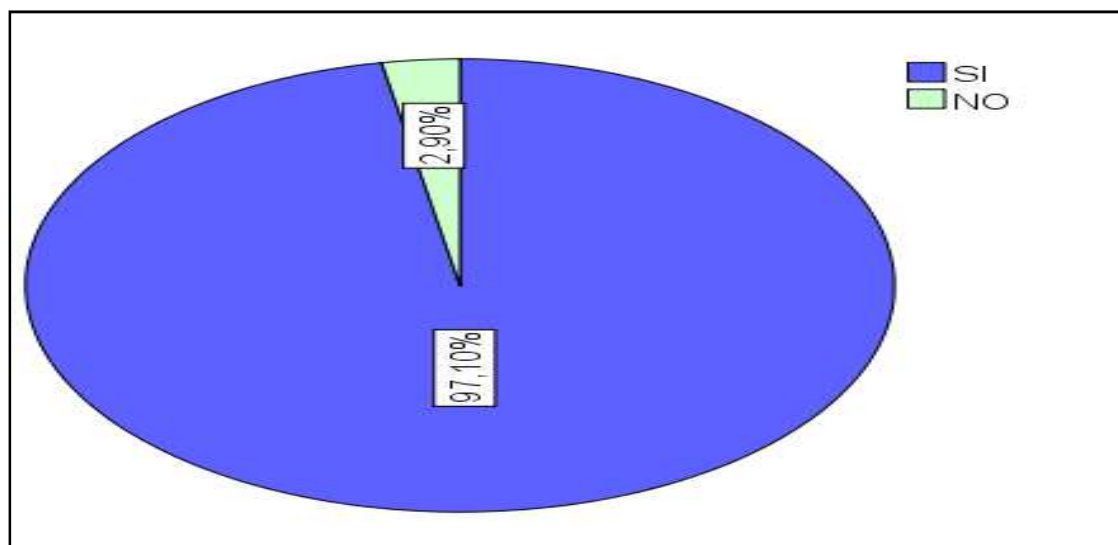


Figura 1.8. ¿El caserío Quillán debe tener un Complejo Turístico?

Análisis.- Existe una alta aceptación del turista para que en el sector Quillán se implemente un Complejo Turístico, aceptación que representa el 90,54% del total de turistas encuestados en la ciudad de Píllaro.

¿Cuáles de estas características considera importante al momento de escoger un Complejo Turístico? Siendo 1 menor importancia y 5 mayor importancia.

Tabla 1.11. Comodidad

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Píllaro	
Poco importante	Recuento	2	2	4
	%	2,8%	3,0%	2,9%
Indiferente	Recuento	10	10	20
	%	13,9%	14,9%	14,4%
Casi importante	Recuento	17	16	33
	%	23,6%	23,9%	23,7%
Muy importante	Recuento	43	39	82
	%	59,7%	58,2%	59,0%
Total		72	67	139
		100,0%	100,0%	100,0%

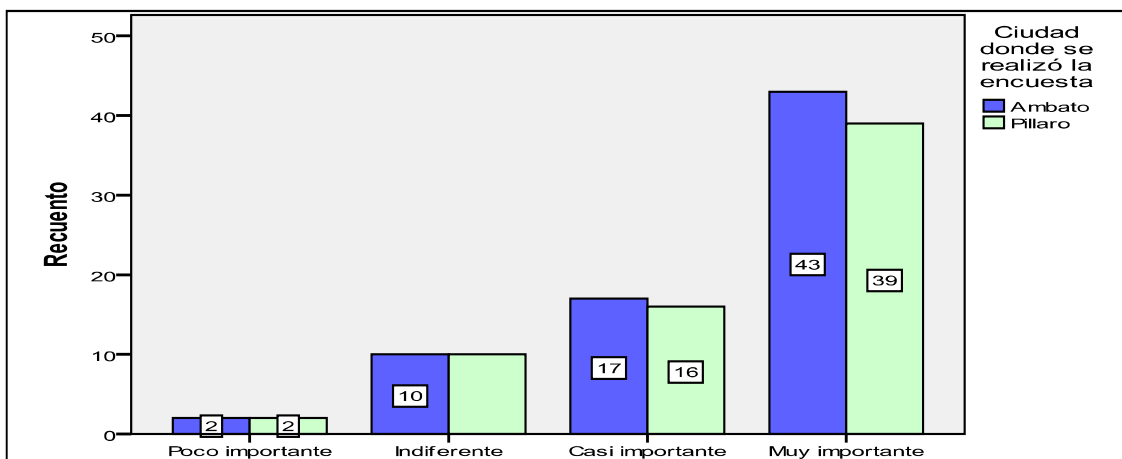


Figura 1.9. Comodidad

Análisis.- Se puede observar que el 59% de los encuestados al momento de elegir un Complejo Turístico, considera como un factor muy importante la comodidad que debe ofrecer sus instalaciones.

Tabla 1.12. Diversión

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
Nada importante	Recuento	1	0	1
	%	1,4%	,0%	,7%
Poco importante	Recuento	2	0	2
	%	2,8%	,0%	1,4%
Indiferente	Recuento	12	8	20
	%	16,7%	11,9%	14,4%
Casi importante	Recuento	12	14	26
	%	16,7%	20,9%	18,7%
Muy importante	Recuento	45	45	90
	%	62,5%	67,2%	64,7%
Total	Recuento	72	67	139
	%	100,0%	100,0%	100,0%

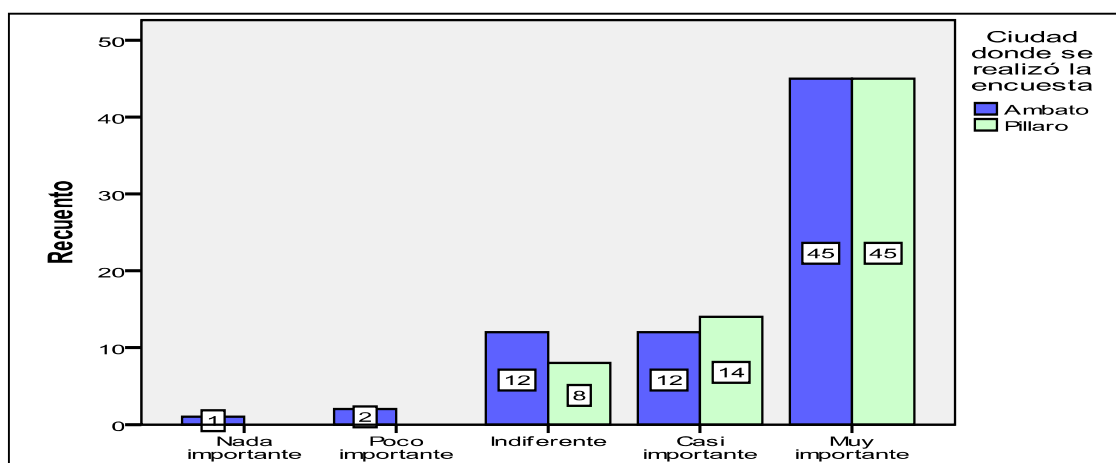


Figura 1.10. Diversión

Análisis.- El 64,7% de los informantes, consideran a la diversión como un factor muy importante al momento de decidir visitar un Complejo Turístico.

Tabla 1.13. Limpieza

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
Nada importante	Recuento	1	0	1
	%	1,4%	,0%	,7%
Indiferente	Recuento	3	2	5
	%	4,2%	3,0%	3,6%
Casi importante	Recuento	2	6	8
	%	2,8%	9,0%	5,8%
Muy importante	Recuento	66	59	125
	%	91,7%	88,1%	89,9%
Total	Recuento	72	67	139
	%	100,0%	100,0%	100,0%

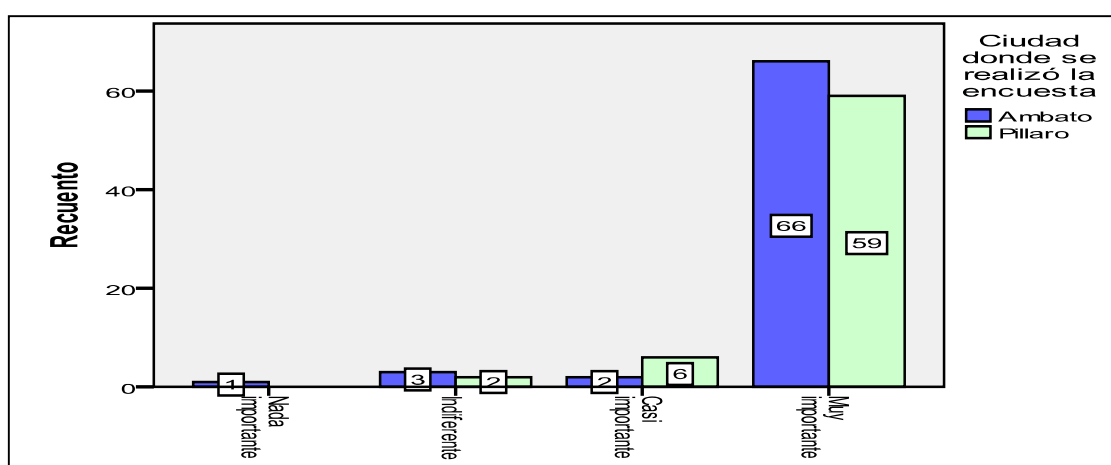


Figura 1.11. Limpieza

Análisis.- Esta alternativa alcanza un mayor porcentaje en la calificación muy importante, el 89,9% de los informantes manifiestan que es muy importante la limpieza que reflejen las instalaciones en el momento de decidir utilizar sus instalaciones y servicios.

Tabla 1.14. Precio

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
Nada importante	Recuento	3	0	3
	%	4,2%	,0%	2,2%
Poco importante	Recuento	4	4	8
	%	5,6%	6,0%	5,8%
Indiferente	Recuento	24	19	43
	%	33,3%	28,4%	30,9%
Casi importante	Recuento	14	20	34
	%	19,4%	29,9%	24,5%
Muy importante	Recuento	27	24	51
	%	37,5%	35,8%	36,7%
Total	Recuento	72	67	139
	%	100,0%	100,0%	100,0%

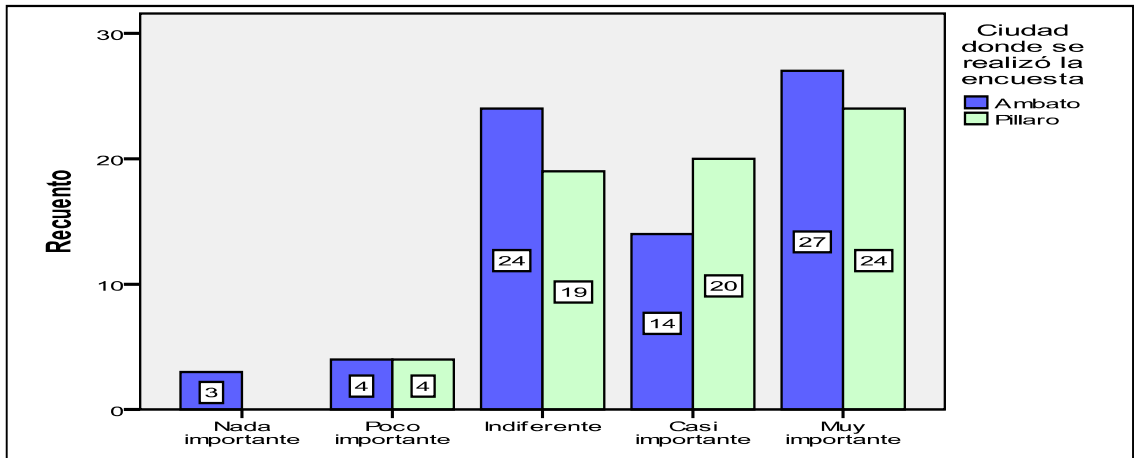


Figura 1.12. Precio

Análisis.- Los informantes manifiestan que calificar al precio que oferte un Complejo Turístico no es muy relevante, ellos están dispuestos a pagar precios altos, siempre que el servicio sea de calidad, siendo así para el 36,7% de los encuestados donde el precio si es muy importante y para el 30,9% de los encuestados es indiferente.

Tabla 1.15. Comida

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
Nada importante	Recuento	2	0	2
	%	2,8%	,0%	1,4%
Poco importante	Recuento	4	0	4
	%	5,6%	,0%	2,9%
Indiferente	Recuento	5	15	20
	%	6,9%	22,4%	14,4%
Casi importante	Recuento	22	7	29
	%	30,6%	10,4%	20,9%
Muy importante	Recuento	39	45	84
	%	54,2%	67,2%	60,4%
Total	Recuento	72	67	139
	%	100,0%	100,0%	100,0%

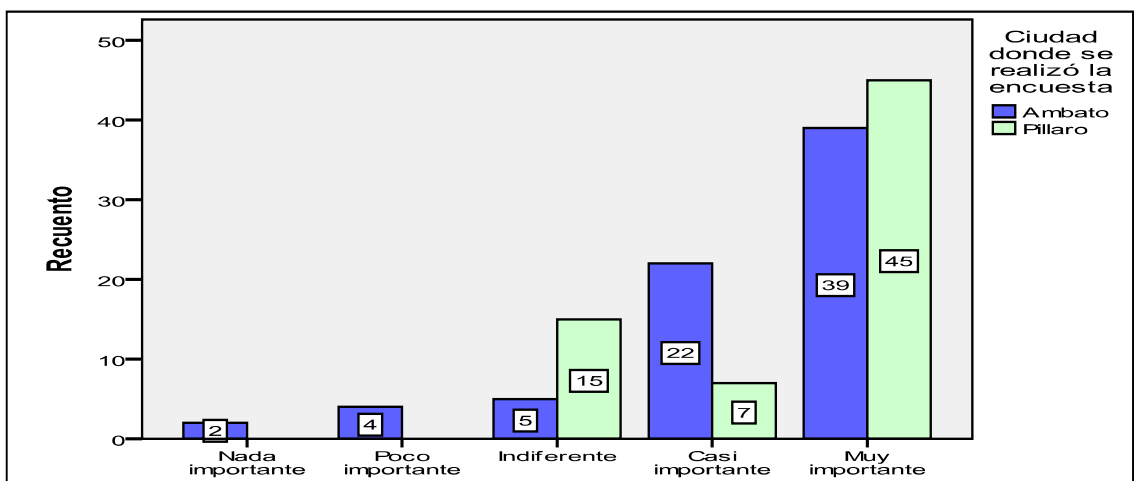


Figura 1.13. Comida

Análisis.- La comida que ofrezca el Complejo Turístico también es muy importante para los turistas, ellos manifiestan que la comida debe ser típica de la zona.

Tabla 1.16. Seguridad

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
Nada importante	Recuento	1	0	1
	%	1,4%	,0%	,7%
Indiferente	Recuento	2	7	9
	%	2,8%	10,4%	6,5%
Casi importante	Recuento	2	6	8
	%	2,8%	9,0%	5,8%
Muy importante	Recuento	67	54	121
	%	93,1%	80,6%	87,1%
Total		72	67	139
		100,0%	100,0%	100,0%

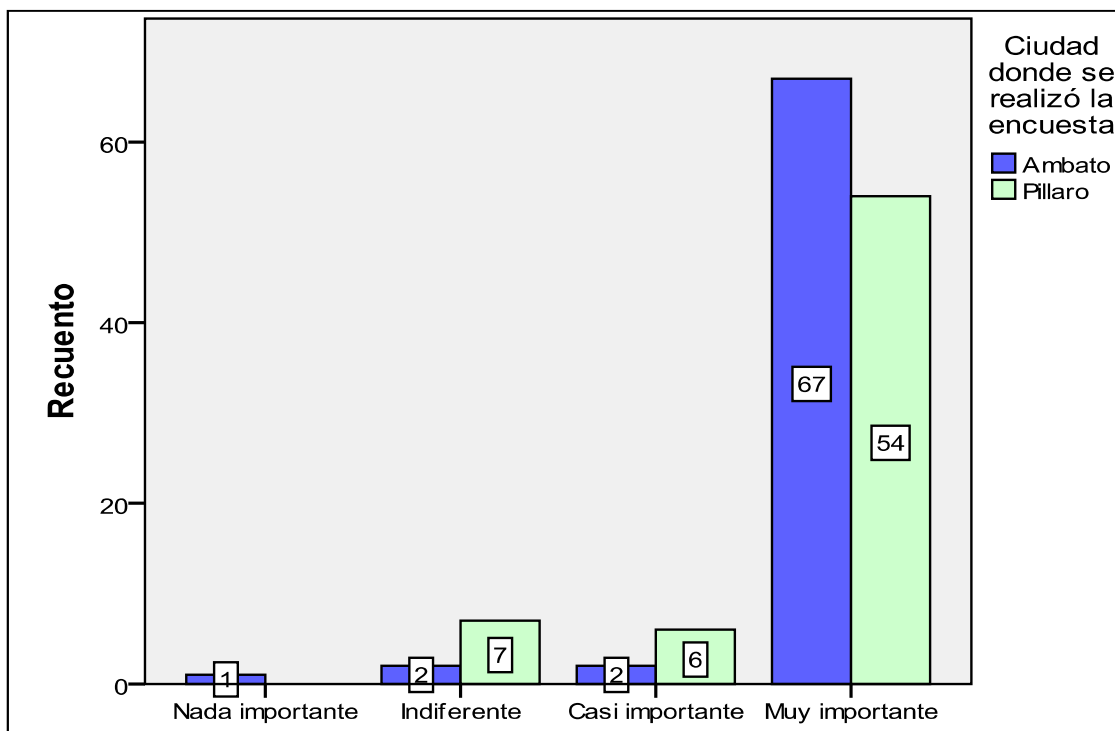


Figura 1.14. Seguridad

Análisis.- El factor seguridad también alcanza un porcentaje alto de importancia. Este aspecto debe ser considerado en el momento de que el Complejo Turístico comience a ofrecer sus servicios.

¿Qué actividades cree usted que debe ofrecer un Complejo Turístico? Marque las tres opciones más importantes.

Tabla 1.17. ¿Qué actividades cree usted que debe ofrecer un complejo turístico? Marque las tres opciones más importantes * Ciudad donde se realizó la encuesta

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
Comidas típicas, juegos de recreación infantil, canchas múltiples	Recuento %	1 1,4%	0 ,0%	1 ,7%
Piscina recreativa, juegos de recreación infantil, comidas típicas.	Recuento %	1 1,4%	0 ,0%	1 ,7%
Piscina recreativa, comidas típicas, cabaña	Recuento %	6 8,3%	1 1,5%	7 5,0%
Piscina recreativa, juegos de recreación infantil, cabañas	Recuento %	3 4,2%	1 1,5%	4 2,9%
Todas las anteriores	Recuento %	43 59,7%	40 59,7%	83 59,7%
Piscina recreativa, comidas típicas, juegos de recreación infantil	Recuento %	2 2,8%	0 ,0%	2 1,4%
Juegos de recreación infantil, cabañas, comidas típicas	Recuento %	1 1,4%	4 6,0%	5 3,6%
Piscina recreativa, canchas múltiples, cabañas	Recuento %	4 5,6%	2 3,0%	6 4,3%
Canchas múltiples, cabañas, comidas típicas	Recuento %	4 5,6%	5 7,5%	9 6,5%
Cabañas, piscina recreativa, canchas múltiples	Recuento %	5 6,9%	9 13,4%	14 10,1%
Comidas Típicas, cabañas, otros	Recuento %	2 2,8%	5 7,5%	7 5,0%
Total	Recuento %	72 100,0%	67 100,0%	139 100,0%

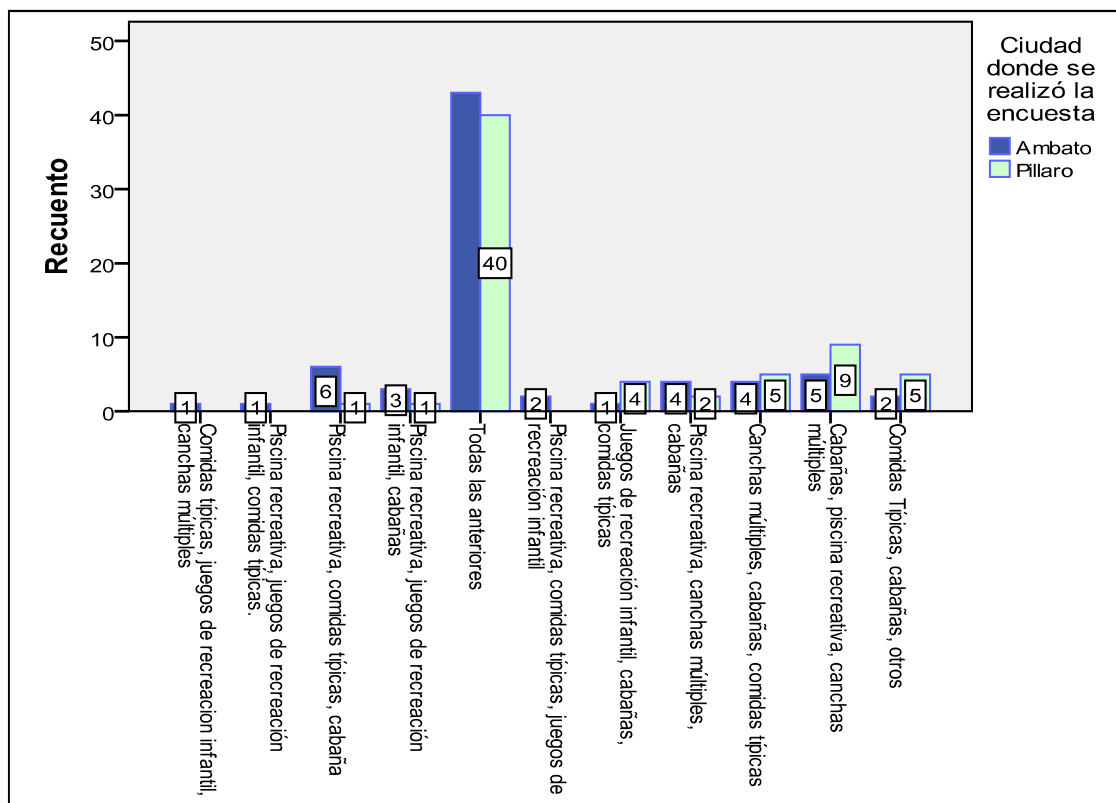


Figura 1.15. ¿Qué actividades cree usted que debe ofrecer un Complejo Turístico?

Análisis.- El 59,7% de los encuestados considera que se debería implementar las siguientes actividades: canchas múltiples, piscina recreativa, juegos recreacionales, comidas típicas y cabañas. Estos servicios podrían cubrir parte de las expectativas de los turistas.

Si su respuesta fue Otro. Describa la actividad aquí.

Tabla 1.18. Si su respuesta es otro, describa la actividad aquí

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	144	95,4	95,4	95,4
Espacios verdes	2	1,3	1,3	96,7
Paseo ecológico	2	1,3	1,3	98,0
salvavidas	1	,7	,7	98,7
Senderos	2	1,3	1,3	100,0
Total	151	100,0	100,0	

Análisis.- Adicionalmente, los turistas consideran que se deberían implementar espacios verdes, paseo ecológico y senderos para complementen el servicio del Complejo Turístico. Bajo estas opiniones de los informantes, es menester apoyar a la comunidad en el mantenimiento del sendero ecológico, conservando la flora y la

fauna; e implementar espacios verdes dentro de las instalaciones del Complejo Turístico.

Frecuencia de uso de servicios

Tabla 1.19. Frecuencia de usos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Restaurante	34	22,5	41,0	41,0
	Piscina Recreativa	30	19,9	36,1	77,1
	Cabañas	4	2,6	4,8	81,9
	Canchas Múltiples	8	5,3	9,6	91,6
	Juegos de recreación infantil	7	4,6	8,4	100,0
	Total	83	55,0	100,0	
Perdidos	Sistema	68	45,0		
	Total	151	100,0		

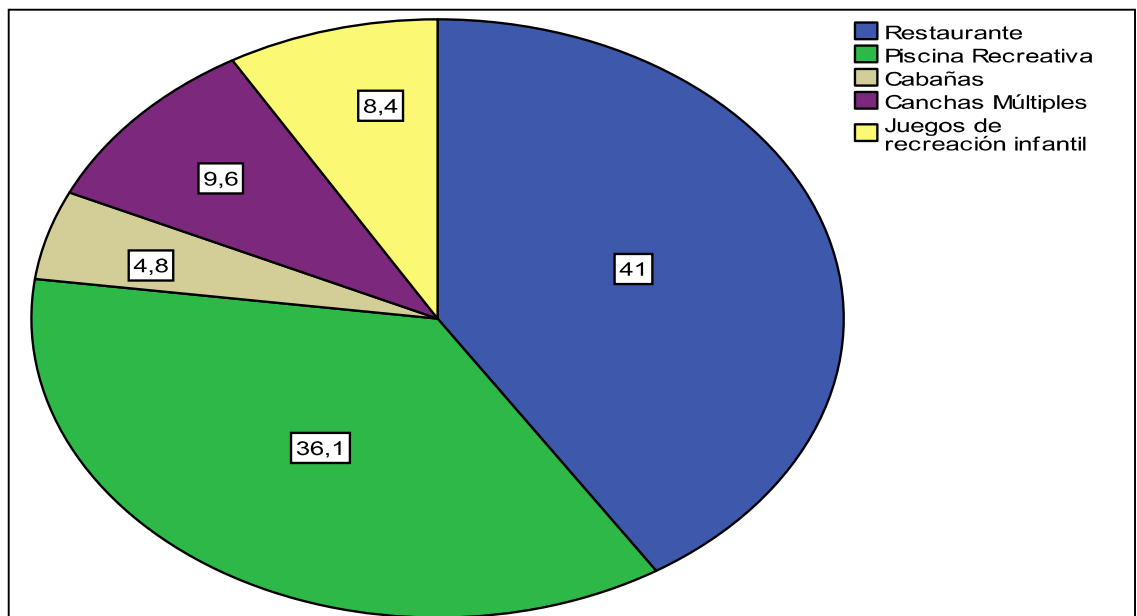


Figura 1.16. Frecuencia de usos

Análisis.- El mayor grado de preferencia de los servicios a ofertarse es para comidas típicas y piscina recreativa, y en menor grado para cabañas.

Preferencia de comida típica

Tabla 1.20. Preferencia de comida típica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Trucha asada o frita	15	9,9	44,1	44,1
	Papas con cuy	7	4,6	20,6	64,7
	Papas con conejo	5	3,3	14,7	79,4
	Llapingachos	7	4,6	20,6	100,0
	Caldo de Gallina (SI)	17	11,2	50,00	50,00
	Caldo de Gallina (No)	17	11,2	50,00	100,00
	Total	34	22,5	100,0	
Perdidos	Sistema	117	77,5		
	Total	151	100,0		

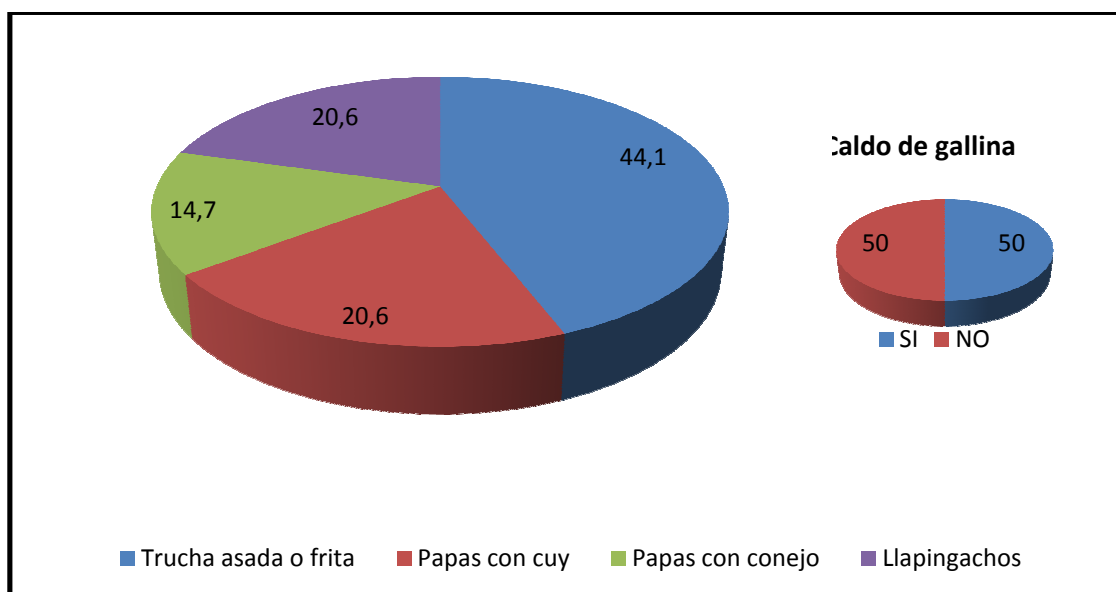


Figura 1.17. Preferencia de comida típica

Análisis.- El 44,1% de turistas indican que prefieren que se oferte trucha asada o frita, las papas con cuy y los llapingachos tienen una preferencia igual de 20,6%, en tanto que el plato típico, papas con conejo, es preferido por el 14% de los encuestados.

Adicionalmente, el 50% de los informantes de un total de 34 encuestados, manifiestan que consumirán caldo de gallina.

¿Cuántos días estaría dispuesto a hospedarse en las cabañas?

Tabla 1.21. ¿Cuántos días estaría dispuesto a hospedarse en las cabañas? * Ciudad donde se realizó la encuesta.

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
1	Recuento	13	13	26
	%	18,1%	19,4%	18,7%
2	Recuento	43	36	79
	%	59,7%	53,7%	56,8%
3	Recuento	14	14	28
	%	19,4%	20,9%	20,1%
5	Recuento	0	4	4
	%	,0%	6,0%	2,9%
8	Recuento	2	0	2
	%	2,8%	,0%	1,4%
Total	Recuento	72	67	139
	%	100,0%	100,0%	100,0%

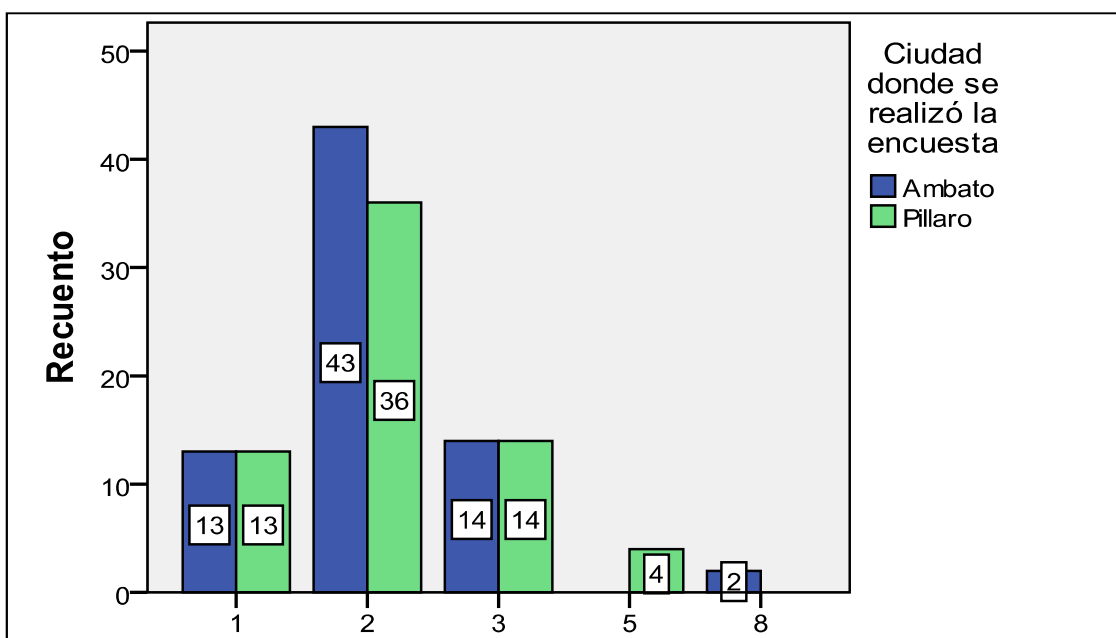


Figura 1.18. ¿Cuántos días estaría dispuesto a hospedarse en las cabañas?

Análisis.- El 56,8% de turistas de un total de 139 encuestados, estarían dispuestos a hospedarse en las cabañas por dos días, y el 20,1% de los turistas estaría dispuesto a hospedarse por tres días en las cabañas.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada al Complejo Turístico?

Tabla 1.22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada al complejo turístico? adultos * Ciudad donde se realizó la encuesta

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Píllaro	
\$ 1,00 a \$2,00	Recuento	14	17	31
	%	19,4%	25,4%	22,3%
\$3,00 a \$4,00	Recuento	21	38	59
	%	29,2%	56,7%	42,4%
\$4,00 - \$5,00	Recuento	37	12	49
	%	51,4%	17,9%	35,3%
Total	Recuento	72	67	139
	%	100,0%	100,0%	100,0%

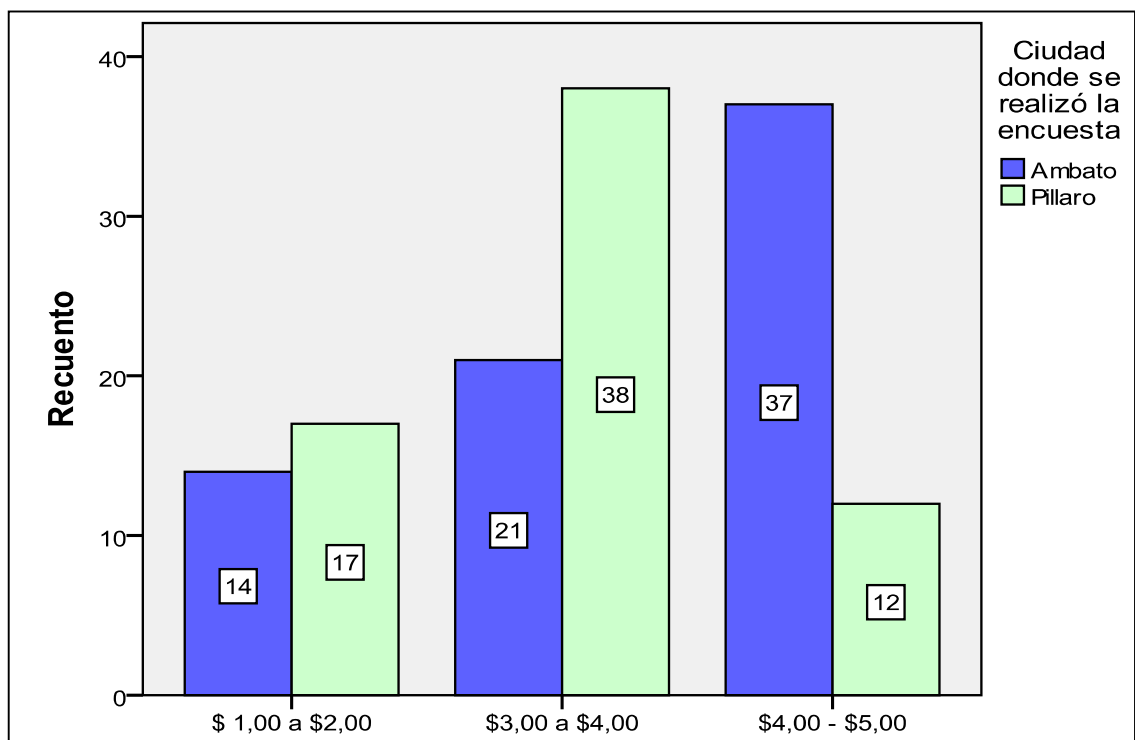


Figura 1.19. Adultos

Análisis.- Es importante destacar que el turista Ambateño está dispuesto a pagar un mayor precio por el servicio que ofrezca el Complejo Turístico, así el 51,4% de este segmento está dispuesto a pagar por este servicio entre 4 a 5 dólares americanos. En tanto que el 56,7% de turistas de la ciudad de Píllaro, están dispuestos a pagar entre 3 a 4 dólares americanos por la entrada al Complejo Turístico.

Tabla 1.23. Niños * Ciudad donde se realizó la encuesta

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
\$0,50 - \$1,00	Recuento	18	22	40
	%	25,0%	32,8%	28,8%
\$1,00 a \$2,00	Recuento	40	32	72
	%	55,6%	47,8%	51,8%
\$2,00 a \$3,00	Recuento	14	13	27
	%	19,4%	19,4%	19,4%
Total	Recuento	72	67	139
	%	100,0%	100,0%	100,0%

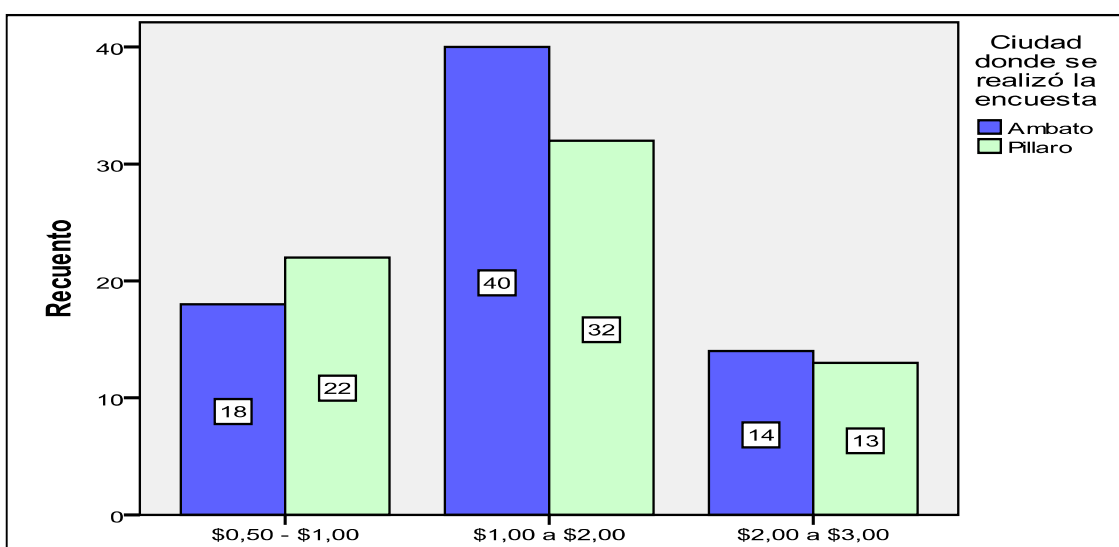


Figura 1.20. Niños

Análisis.- El mayor porcentaje de los informantes (51,8%) de las dos ciudades están dispuestos a pagar entre 1 a 2 dólares americanos por la entrada al complejo turístico. Este precio está considerado para los niños en edades comprendidas entre 5 a 12 años.

Tabla 1.24. Cabañas * Ciudad donde se realizó la encuesta

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
\$ 10,00 a \$15,00	Recuento	47	63	110
	%	65,3%	94,0%	79,1%
\$16,00 a \$20,00	Recuento	25	4	29
	%	34,7%	6,0%	20,9%
Total	Recuento	72	67	139
	%	100,0%	100,0%	100,0%

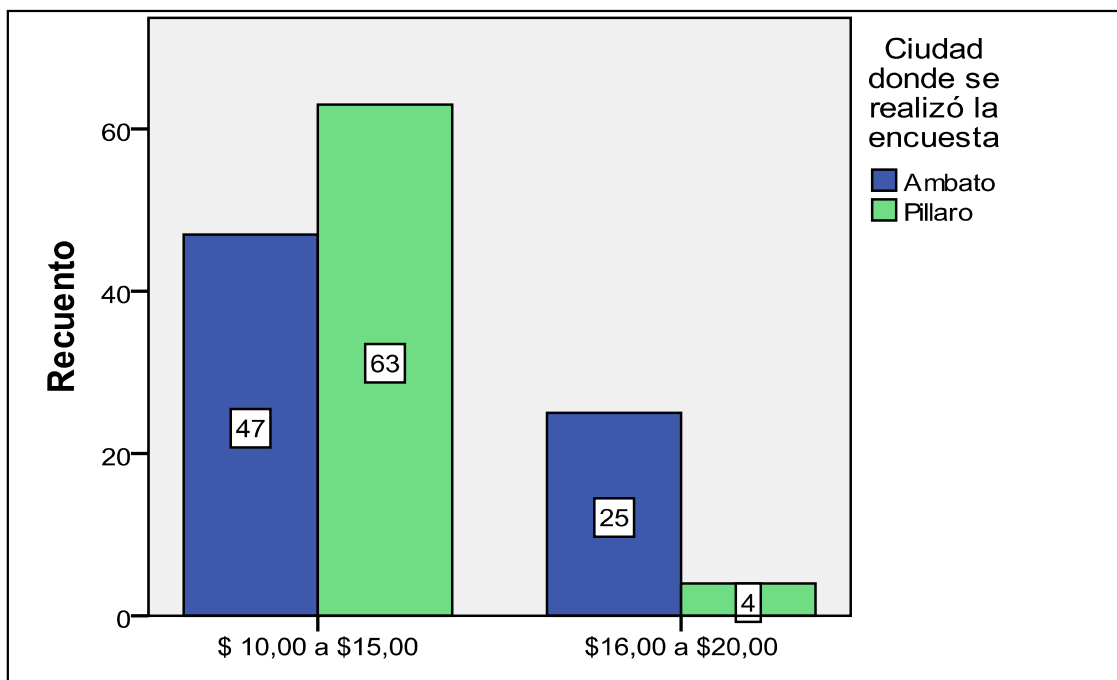


Figura 1.21. Cabañas

Análisis.- En esta pregunta, se observa la disposición del turista Ambateño a pagar el valor más alto por el servicio de cabañas de 16 a 20 dólares americanos, frente al 6% de los turistas de la ciudad de Píllaro. Sin embargo la aceptación más alta se da a la alternativa de 10 a 15 dólares americanos, llevándose el porcentaje más alto el turista de la ciudad de Píllaro.

¿Cuánto dinero generalmente gasta durante su viaje por persona?

Tabla 1.25. ¿Cuánto dinero generalmente gasta durante su viaje por persona? * Ciudad donde se realizó la encuesta.

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Píllaro	
De 5 a 15 USD	Recuento	24	30	54
	%	33,3%	44,8%	38,8%
de 16 a 25 USD	Recuento	35	32	67
	%	48,6%	47,8%	48,2%
de 26 a 35 USD	Recuento	6	4	10
	%	8,3%	6,0%	7,2%
De 36 a 45 USD	Recuento	4	1	5
	%	5,6%	1,5%	3,6%
Más de 45 USD	Recuento	3	0	3
	%	4,2%	,0%	2,2%
Total	Recuento	72	67	139
	%	100,0%	100,0%	100,0%

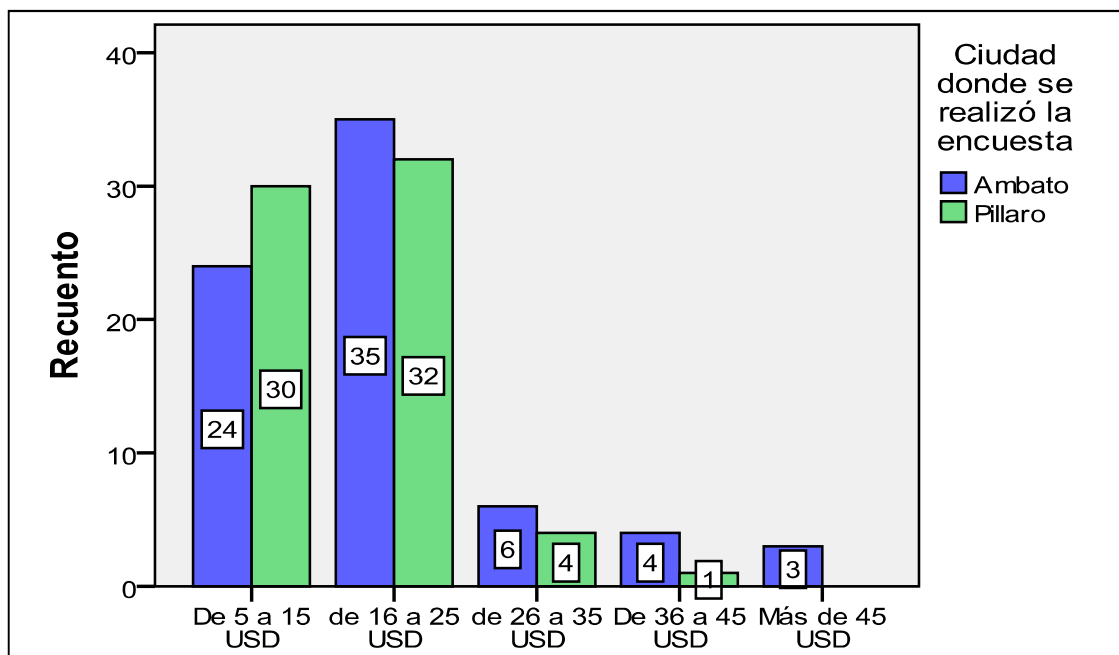


Figura 1.22. Disponibilidad de gasto

Análisis.- Los porcentajes más relevantes son, para el 48,2% de los encuestados que manifiestan que generalmente gastan durante su viaje por persona de 16 a 25 dólares americanos y el 38,8% de encuestados manifiestan que gastan de 5 a 15 dólares americanos por persona.

¿A través de qué medios le gustaría recibir información del Complejo Turístico?

Tabla 1.26. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información del Complejo Turístico? * Ciudad donde se realizó la encuesta

		Ciudad donde se realizó la encuesta		Total
		Ambato	Pillaro	
Radio	Recuento	7	14	21
	%	9,7%	20,9%	15,1%
Televisión	Recuento	23	17	40
	%	31,9%	25,4%	28,8%
Prensa escrita	Recuento	8	0	8
	%	11,1%	,0%	5,8%
banner publicitario	Recuento	4	5	9
	%	5,6%	7,5%	6,5%
Volantes	Recuento	10	2	12
	%	13,9%	3,0%	8,6%
internet	Recuento	20	29	49
	%	27,8%	43,3%	35,3%
Total	Recuento	72	67	139
	%	100,0%	100,0%	100,0%

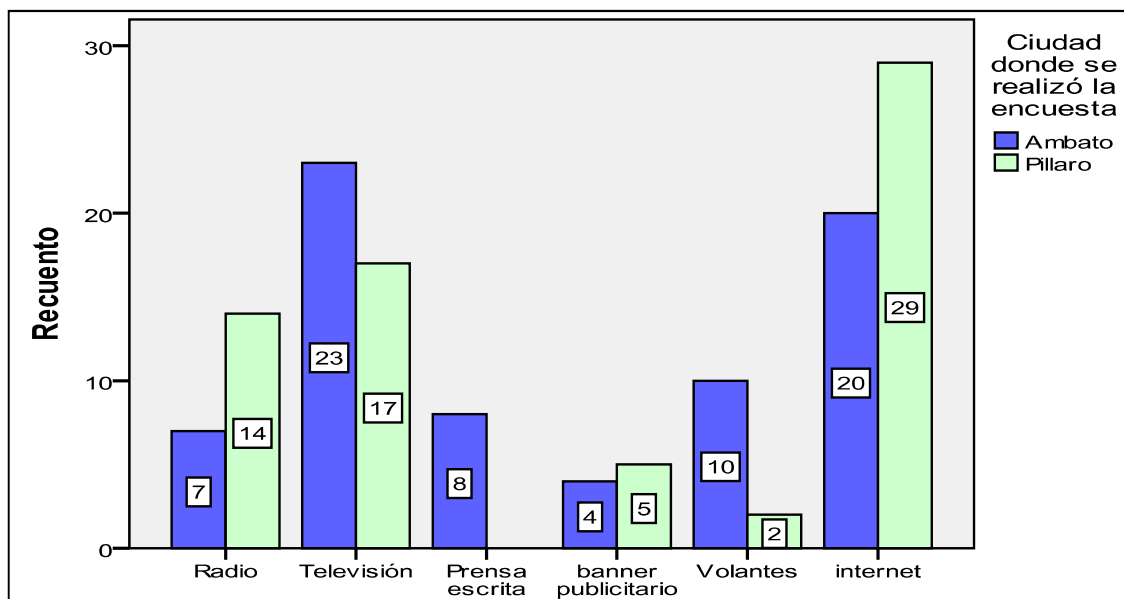


Figura 1.23. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información del Complejo Turístico?

Análisis.- Se puede observar que el segmento de turistas Ambateños prefiere recibir información del Complejo Turístico a través de la televisión, internet y volantes de mayor a menor importancia, respectivamente. Éstos, prefieren que la propaganda sea transmitida por el canal UNIMAX, que es canal de la provincia de Tungurahua. La información difundida por internet, televisión y radio es muy importante para el turista de la ciudad de Píllaro y manifiestan que se debería crear una página web donde se muestre los servicios que ofrece el Complejo Turístico y que está página sea enlazada a las redes sociales (facebook, twitter, etc.).

Este dato permite tomar en cuenta en primer lugar la importancia de la creación de una página web y las facilidades para realizar contactos mediante internet con el turista de la provincia. De la misma forma, la promoción de este producto turístico se debe realizar mediante publicidad de calidad en los medios de difusión televisiva.

Actualmente, con el incremento del uso de las tecnologías de información y comunicación en la provincia de Tungurahua, el diseño de una página web para difundir los servicios que preste el Complejo Turístico, es una alternativa acertada, que se justifica en datos estadísticos que reporta el Instituto Nacional de Estadística y Censos a partir de la encuesta de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's), realizada a 579 centros poblados urbanos y rurales del país en diciembre del año 2011.

A partir de esta encuesta se obtuvo información relevante sobre el uso del internet en el Ecuador. Así, el grupo de edad con mayor uso de internet se encuentra entre 16 y 24 años con el 59,4%, seguido de las personas de 25 a 34 años con el 39,6%. Tungurahua es la cuarta provincia con mayor uso de internet con el 34,1%. Respecto al uso de internet por quintiles, la frecuencia de uso de internet para el quintil 3 es de 50,4% y para el quintil 4 es de 53,2%. El uso de internet va en crecimiento en el país

es así que el 31,4% de la población utilizó internet en el año 2011, respecto al 29% en el año 2010. En tanto que, un informe de resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2010 para la provincia de Tungurahua, reporta datos de uso de internet para personas de 10 años o más, donde Ambato alcanza un porcentaje de 33,2% y Píllaro un porcentaje de 15,7%.

¿Cuáles son los tres principales paraderos turísticos que usted ha visitado en este sector? Señale en orden de importancia.

Tabla 1.27. Principales paraderos turísticos en el sector Quillán

Paraderos turísticos	Frecuencia	Porcentaje	Razón de preferencia			Total
			Sitio natural atractivo	Buena Comida	Referencias	
			Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	
Paradero Quillán	27	68%	56%	33%	11%	100%
El Descanso	9	23%	0%	100%	0%	100%
Quinta María Soledad	4	10%	27%	55%	18%	100%
Total	40	100%	100%	100%	100%	100%

Análisis.- Analizando a la competencia, los resultados arrojan preferencias importantes para los paraderos: “Quillán”, “El Descanso” y Quinta “María Soledad”, que ofrecen, principalmente, servicio de comidas típicas seguido de actividades recreacionales como: canchas y pesca deportiva. El paradero “Quillán” es preferido, principalmente, por ser un sitio natural, atractivo, de mayor infraestructura y por ofrecer un servicio de comida muy bueno y conocido. Así como también los paraderos: “El Descanso” y Quinta “María Soledad” que son preferidos por ofrecer una gastronomía calificada como “buena”. Estos aspectos de la competencia deben ser tomados muy en cuenta, al momento de implementar el Complejo Turístico.

¿Qué nombre le gustaría que lleve el Complejo Turístico? Elija una sola opción

Tabla 1.28. Preferencia de nombre para el Complejo Turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Complejo Turístico "Quillán"	10	6,6	14,9	14,9
	Complejo Turístico "Las Chorreras"	6	3,9	9,0	23,9
	Complejo Turístico "Las Cascadas"	51	33,6	76,1	100,0
	Total	67	44,1	100,0	
Perdidos	Sistema	85	55,9		
Total		152	100,0		

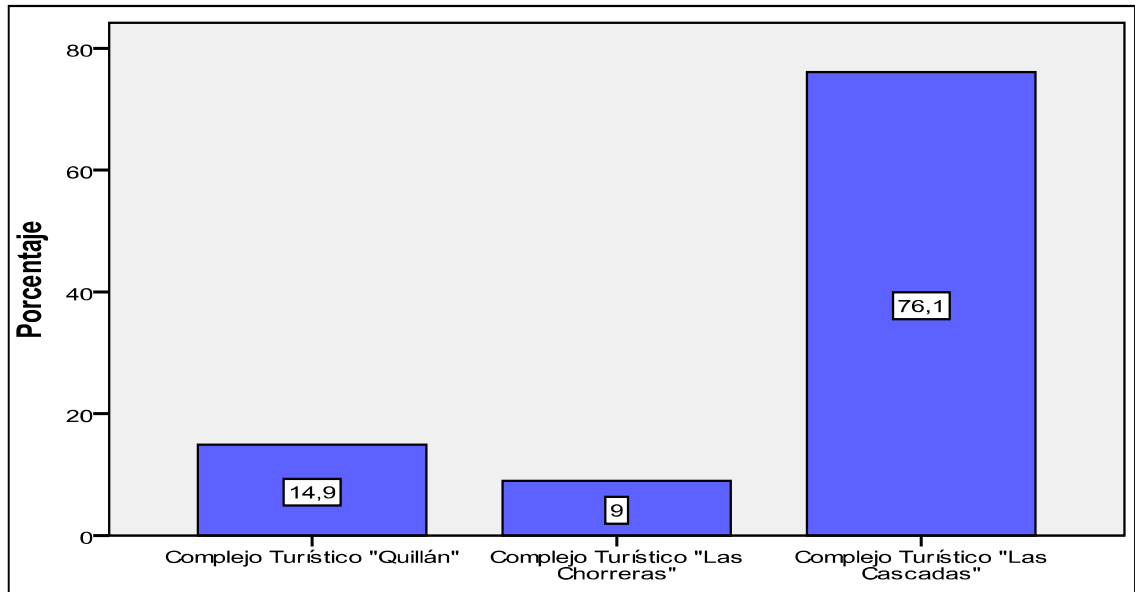


Figura 1.24. Preferencia de nombre para el Complejo Turístico

Análisis.- el 76,1% de los turistas prefieren que la empresa lleve como razón social “Complejo Turístico Las Cascadas”, este referente será considerado al momento de realizar el estudio organizacional.

Verificación de la Hipótesis

Para la verificación de la hipótesis, se utilizó el estadístico de prueba Ji cuadrado, que es un estadígrafo no paramétrico o de distribución libre que permite establecer correspondencia entre valores observados y esperados, llegando a la comprobación de distribuciones enteras (Monje, 2010).

La fórmula del estadístico de prueba es la siguiente:

$$\chi^{2*} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} \quad \text{con } (k-1)(r-1) \text{ grados de libertad.}$$

$$\text{Donde: } e_{ij} = n_{i.} \cdot n_{.j} / n$$

Procedimiento:

1. Establecer la hipótesis nula y la hipótesis alternativa.

Hipótesis nula (H0): Los servicios que ofrezca un sitio turístico son independientes de las expectativas de distracción de los turistas.

Hipótesis alternativa (H_i): Los servicios que ofrezca un sitio turístico dependen de las expectativas de distracción de los turistas.

2. Seleccionar el nivel de significancia, para este estudio $\alpha = 0,05$.
3. Hallar las medidas descriptivas de la muestra y el estadístico de prueba apropiado. Para calcular el estadístico de contraste Ji-Cuadrado, se construye la tabla de contingencia de dimensiones r (número de filas) por c (número de columnas) con las frecuencias absolutas observadas n_{ij} , que son el resultado de contar el número de individuos para cada par de posibilidades de los distintos niveles (i) de la segunda variable y (j) de la primera variable. El programa estadístico SPSS 18, facilita la construcción de la tabla de contingencia.
4. Hallar el p-valor, y la regla de decisión: H_0 se rechaza, si $p\text{-valor} < \alpha$

Tabla 1.29. Contingencia ¿Qué servicios considera usted necesarios para visitar un sitio turístico? Mencione dos más importantes. * Diversión

	Diversión					Total
	Nada importante	Poco importante	Indiferente	Casi importante	Muy importante	
Alimentación, alojamiento	0	2	0	2	14	18
Alojamiento, Actividades de recreación	1	0	4	2	16	23
Alimentación, Actividades de recreación	0	0	2	3	18	23
Guianza, alojamiento	0	0	0	2	0	2
Alojamiento, alimentación	0	0	8	5	9	22
Guianza, alimentación	0	0	0	0	4	4
Alojamiento, transporte	0	0	4	10	6	20
Alimentación, transporte	0	0	2	0	12	14
Transporte, Guianza	0	0	0	2	9	11
Actividades de Recreación, Transporte	0	0	0	0	2	2
Total	1	2	20	26	90	139

Tabla 1.30. Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	66,703 ^a	36	,001
Razón de verosimilitudes	62,528	36	,004
Asociación lineal por lineal	,072	1	,788
N de casos válidos	139		

^a. 43 casillas (86,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

El p-valor es 0,001 entonces $0,001 < 0,05$ por tal razón se rechaza H_0 y se acepta H_1 , esto significa que sí hay dependencia entre los servicios que ofrezca un sitio turístico y las expectativas de diversión de los turistas.

Los turistas manifestaron que los servicios de alojamiento, alimentación y actividades de recreación están muy relacionados con las características de diversión que busca un cliente al momento de seleccionar un Complejo Turístico. Esto confirma que la Implementación de un Complejo Turístico en el sector Quillán, satisfecerá las expectativas de diversión de parte de la demanda insatisfecha.

Conclusiones

Este estudio arroja datos relevantes como los que se indica a continuación:

El 51,3% de turistas salen de paseo los fines de semana. En su mayor porcentaje, el 76%, realizan sus paseos con sus familiares con un promedio de 5 integrantes de familia y de los 5 integrantes el promedio de niños es 2.

Las actividades que prefieren realizar los turistas que visitan un sitio turístico son: visitar atractivos turísticos, observar la flora y la fauna y la degustación de la gastronomía en un 22,7%. El 32,7% de los informantes, consideran que los servicios que debe disponer un sitio turístico son: alimentación, alojamiento y actividades de recreación.

El 94,74% de los turistas Ambateños, están dispuestos a visitar un sitio turístico de la ciudad de Píllaro. Mientras que el 93,24% de turistas Pillareños conocen y están dispuestos a visitar el sector Quillán. De éstos, el 90,54%, están dispuestos a que se implemente un Complejo Turístico en el sector.

Los turistas, al momento de escoger un Complejo Turístico, manifiestan que es muy importante la limpieza en un 89,9%, seguridad en un 87,1%, diversión en un 64,7%, comida en un 60,4% y comodidad en un 59%.

El 59,7% de los encuestados, desean que el Complejo Turístico esté equipado con cabañas, restaurante donde se ofrezcan comidas típicas del lugar, piscina recreativa, canchas múltiples y juegos de recreación infantil.

El 42,4% de turistas, estarían dispuestos a pagar por la entrada al Complejo Turístico entre 3 a 4 dólares americanos para adultos; el 51,8% de turistas, estarían dispuestos a pagar entre 1 a 2 dólares americanos para niños y el 79,3% de turistas, estarían dispuestos a pagar por la estadía en cabañas entre 10 a 15 dólares americanos por día. El promedio de estadía en las cabañas, es de dos días y representa el 56,8% de la muestra total.

Finalmente, desean recibir información sobre los servicios que ofrecen el Complejo Turístico a través del internet en un 35,3% y la televisión en un 28,8%.

1.5. Análisis de la Demanda

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

La demanda para el Complejo Turístico, será la respuesta al conjunto de servicios ofrecidos a un determinado precio y por lo que los consumidores estarán dispuestos a adquirir en esas circunstancias.

1.5.1 Factores que afectan a la Demanda

Ingreso

Es la cantidad que un comprador de servicios gana en un período acordado. La demanda turística, depende de la cantidad de dinero disponible por el consumidor tras haber pagado sus necesidades básicas. El nivel de ingresos se relaciona directamente con el tipo de empleo del individuo (Organización Mundial del Turismo (OMT), 1998).

Según datos arrojados en la encuesta piloto, los ingresos del 78,6% de las personas que realizan turismo, en el sector Quillán del Cantón Píllaro, oscilan entre 240,00 dólares americanos a 500,00 dólares americanos, lo que les permite gastar en este tipo de servicio durante un fin de semana o una vez al mes.

Precio del bien

El precio del producto se encuentra muy relacionado con la cantidad que se puede comprar. En general, se sostiene que la cantidad demandada de un producto aumenta conforme el precio disminuye (Nuñez, 2005).

El nivel de precios varía según se trate del lugar de origen o de destino. En el lugar de origen, los precios altos restringen la demanda turística en vez de ocupar el dinero en mayor proporción a las necesidades básicas.

El aumento de precios en el destino, hace que disminuya la demanda de ese individuo hacia el destino y, a su vez, ese mismo aumento de precios le puede optar a ir a otro lugar (OMT, 1998).

El Complejo Turístico ofrecerá servicios de buena calidad con precios acordes con la disposición que el turista puede pagar según los datos recopilados en la encuesta. En tanto que, el precio de platos de comida de restaurante se equipará al precio de la competencia.

Precios de Bienes Relacionados

Dentro de este grupo están los precios de los bienes sustitutos: “bien que se puede usar a cambio de otro y que posee casi los mismos beneficios y características que el primero” o complementarios “el bien que se usa junto a otro bien” (Nuñez, 2005).

Los servicios que oferte el proyecto se ajustarán a los precios de los servicios sustitutos de la competencia (paraderos turísticos). Respecto a los bienes complementarios, hasta este momento, el único atractivo turístico que tiene un precio de 0,50 dólares americanos es el recorrido por el paseo ecológico que los turistas están dispuestos a pagar sin dificultad.

Alojamiento y atracciones

Debe destacarse que el precio del alojamiento muchas veces es el componente de mayor valor dentro de los gastos de destino. Las atracciones y actividades turísticas son las selecciones más sencillas siempre y cuando sean complementadas. Buena parte de los atractivos son bienes libres (OMT, 1998).

El Complejo Turístico ofertará el servicio de hospedaje en cabañas a precios establecidos por los turistas en el estudio de mercado.

1.5.2 Análisis histórico de la Demanda

La demanda histórica comprende aquellas cifras registradas por estadísticas durante un cierto periodo de tiempo.

Dentro del turismo en el sector Quillán, un segmento de particular interés es el habitante de la Provincia de Tungurahua, especialmente de las ciudades de Ambato y Píllaro que realiza viajes periódicos al sector Quillán motivados por la aventura y el deseo de disfrutar de los atractivos naturales del lugar, se deduce que su nivel económico es medio alto.

La demanda del turismo en el sector Quillán ha experimentado un incremento durante los últimos años debido a:

- El sector Quillán se ha dado a conocer a lo largo de los últimos años por la actividad piscícola que desarrolla, tanto es así que existe un considerable número de visitantes que acuden a la localidad todos los fines de semana.
- Actualmente, la comunidad Quillan cuenta con el apoyo técnico de varias instituciones gubernamentales como es el H. Consejo Provincial de Tungurahua, el Ilustre Municipio de Píllaro, y el Comité de Coordinación de Turismo Provincial, quienes contribuyen a la localidad, con capacitación en varios temas y apoyo en la comercialización de sus productos. Por otra parte, existen organizaciones no

gubernamentales dispuestas a brindar financiamiento a los proyectos propuestos por la comunidad, sobre todo, dentro del ámbito del turismo comunitario.

- Las vías de acceso a la comunidad se encuentran en un estado apto para ser transitadas por vehículos de todo tipo, esto aporta y facilita la llegada de visitantes a la zona y la comercialización de productos.

“...F. Vernaza, encargado de la Jefatura de Cultura, Recreación y Promoción Turística del Ilustre Municipio de Píllaro (comunicación personal, 10 de enero, 2012), manifestó que el turismo en el caserío Quillán está creciendo, tal es así que se ha convertido en el mayor potencial turístico del cantón, estimando que para el año 2011, 1.000 turistas visitaron este sector cada fin de semana y aseveró que este dato estimado fue proporcionado por los propietarios de los paraderos turísticos de la comunidad Quillán”.

Este dato también corrobora las afirmaciones que mantuvieron los propietarios de paraderos turísticos en este sector y algunos habitantes del mismo, quienes en entrevistas realizadas para recopilar datos para esta investigación, ayudaron a estimar el flujo de turistas al sector, como se detalla a continuación.

Tabla 1.31. Aproximación de la demanda de turistas al sector Quillán

Año	Turistas	Variación
2006	28.677	0%
2007	31.863	11%
2008	33.897	6%
2009	36.448	8%
2010	39.364	8%
2011	43.300	10%

Fuente: Entrevista realizada a propietarios de paraderos turísticos y habitantes del sector Quillán. 2011.

1.5.3 Demanda actual del producto y/o servicio

Para definir la demanda actual se tomó en cuenta a la población de clase media (quintil 3) y media-alta (quintil 4) del sector urbano de las ciudades de Píllaro y Ambato, pertenecientes a la Provincia de Tungurahua, por ser este segmento el que regularmente destina tiempo y dinero para visitar los destinos turísticos de la Provincia.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 94,74% de turistas ambateños estarían dispuestos a visitar un sitio turístico con las características que posee el sector Quillán, de ahí que la demanda potencial de turistas ambateños sería igual a (48.989 habitantes x 94,74%) que da como resultado **46.412 turistas**.

La demanda potencial de turistas de la ciudad de Píllaro se obtuvo del 90,54% de turistas que desean que se implemente un Complejo Turístico en el sector Quillán, así (2.174 habitantes x 90,54%) da como resultado **1.968 turistas**.

Sin embargo, de este número de turistas no todos corresponden al segmento al cual estará dirigido el servicio. A continuación se detalla cual sería la posible demanda potencial para el Complejo Turístico.

Tabla 1.32. Demanda Actual

Demanda potencial actual	%	Total
Demanda total de Turistas	46.412+1.968	48.380
Turistas que salen de paseo los fines de semana.	51,30%	24.819
Turistas que están dispuestos a pagar de 3 a 4 dólares por la entrada al Complejo Turístico.	42,40%	10.523
N° de turistas potenciales en un fin de semana.		10.523
Número de turistas potenciales en el año 2011.		547.208

Fuente: Investigación de campo.2011

1.5.4 Proyección de la Demanda

En la siguiente tabla se muestra la proyección de demanda aproximada del segmento de turistas que visitan el sector Quillán, para ello se definió la función matemática que arrojó un coeficiente de determinación r^2 cercano a 1 y siendo la función lineal la que más se ajusta a la relación entre variables para proyectar la demanda.

Ecuación

$$Y = bx + a$$

$$Y = 2805x + 25774$$

$$R^2 = 0,9907$$

Tabla 1.33. Proyección de la demanda aproximada de turistas al sector Quillán

Años	Demanda de Turistas
2012	45.409
2013	48.214
2014	51.019
2015	53.824
2016	56.629
2017	59.434

Fuente: Entrevista realizada a propietarios de paraderos turísticos y habitantes del sector Quillán.2011

Elaborado por: Wilma Pilco

Para la proyección de la demanda actual se utilizó la tasa de crecimiento turístico de la demanda aproximada de turistas al sector Quillán, siendo este crecimiento del 7%, según cálculos de extrapolación.

$$QF = QI (1 + TC)^n$$

Donde:

QF = demanda final = 43.300

QI = demanda inicial = 28.667

n = 6

$$TC = \sqrt[6]{\frac{43.000}{28.667}} - 1$$

Tasa de crecimiento = 7,0%

Tabla 1.34. Proyección de la Demanda Actual

Años	Demanda de turistas
2011	547.208
2012	585.513
2013	626.498
2014	670.353
2015	717.278
2016	767.488
2017	821.212

Fuente: Investigación de campo.2011

Elaborado por: Wilma Pilco

Estos datos se confrontaron con la Oferta Turística para determinar la Demanda Insatisfecha.

1. 6. Análisis de la Oferta

La cantidad ofrecida (Q_o) “de un bien es la cantidad que los productores están dispuestos a vender en un periodo dado a un precio (P) en particular. La cantidad ofrecida no es la que una empresa le gustaría vender, sino la que en definitiva está dispuesta a vender. Por ejemplo, si los consumidores no quieren comprar la cantidad que la empresa pretende vender, entonces los planes de venta de la empresa se verán frustrados” (Parkin, M.; 1998: 82-83).

1.6.1 Factores que afectan a la Oferta

El precio del bien

En general se acepta que la cantidad ofertada de un producto aumenta conforme el precio aumenta. Los precios más altos son más atractivos para los productores, ya que generan mayores ganancias (Nuñez, 2005).

Los precios de los servicios que oferte el Complejo Turístico de este proyecto se asemejaran a los precios de la competencia en cuanto al servicio de comidas típicas. Para el servicio de piscina recreativa y sus complementos, el precio será mayor al que mantiene el Complejo Cultural “Monteverde”, debido a que los servicios de este proyecto dispondrán de mejores instalaciones.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, la competencia en el sector Quillan la constituyen los paraderos turísticos que se describen en el cuadro 1.2, estos paraderos proveen servicio de comida, ofreciendo especialmente platos elaborados a base de trucha y caldo de gallina.

A continuación se detalla los precios ofertados por los paraderos turísticos, estos datos fueron recopilados en base a observaciones y uso de servicios en los establecimientos.

Cuadro 1.2. Precios de alimentación en los Paraderos Turísticos de Quillan

Nombre del establecimiento	Tipo de alimentación	Precio (USD)
Paradero “Quillán”	Trucha frita	\$2,50 - \$3,00
El Descanso	Trucha frita	\$2,50 - \$3,00
	Caldo de gallina	\$2,00
	Jugo (vaso)	\$0,80
Quinta María Soledad	Trucha frita,	\$3,25-\$4,00-\$5,00
	Trucha asada	\$4,00-\$5,00
	Trucha al vapor	\$4,00

	Filete apanado	\$5,00
	Papas con conejo	\$4,50
	Papas con cuy	\$4,50
	Jugos (jarra)	\$2,50
	Caldo de gallina	\$2,50
	Caldo de librillo	\$3,00
	Yaguarlocro	\$3,00
	Filete de pollo	\$3,50
	Jugo de frutas (jarra)	\$2,50

Fuente: Investigación de campo. 2011

Es importante mencionar que uno de los complejos turísticos frecuentemente visitados por el turista ambateño es el complejo piscícola “El Porvenir” ubicado en el barrio “Santa Rita” de la parroquia San Andrés del Cantón Píllaro.

Por lo que se consideró necesario analizar los precios para tres servicios que ofrece este complejo.

Cuadro 1.3. Precios de los servicios ofertados por el Complejo Piscícola “El Porvenir”

Detalle	Unidad	Precio (USD)/Pax
Alojamiento	Noche	\$10,00 adultos \$ 7,00 niños. Incluye desayuno
Alimentación Platos a la carta	Unidad	- Caldo y seco de gallina \$2,00 - Choclo con queso \$1,00 - Trucha: \$4.00 - Aguas aromáticas: \$0,80 - Empanadas \$0,50 - Trucha cruda: \$1,50 c/u
Actividades de recreación	Día	\$3,00 Se puede hacer uso de todas las instalaciones de recreación.

Fuente: Sra. María Salas. Complejo Psicola “El Porvenir” (Citado por Torres, 2007).

Los turistas del Cantón Píllaro, en tanto, prefieren visitar el Complejo Turístico “Monteverde” de reciente creación, ubicado en la Parroquia Emilio María Terán. Los precios de sus servicios se detallan a continuación:

Cuadro 1.4. Precios de los servicios ofertados por el Complejo Cultural “Monte Verde”

Detalle	Unidad	Precio (USD)/Pax
Alimentación Platos a la carta	Unidad	– Caldo y seco de gallina \$2,00 – Parrilladas\$ 3,50 – Trucha: \$3,50
Actividades de recreación	Día	\$2,00 adultos \$1,00 niños

Fuente: Investigación de campo.2012

La disponibilidad de recursos

A mayor disponibilidad de recursos, la oferta se incrementará; es decir, si el Complejo Turístico cuenta con mano de obra, recursos naturales y capital, en cantidad y calidad suficientes, ello propiciará el incremento de la oferta. Una disponibilidad limitada de factores productivos provocará un efecto contrario en la oferta (Nuñez, 2005).

Este proyecto cuenta con la disponibilidad de un terreno de 4.700 m², está ubicado en el sector Quillán “La Carolina”, tiene acceso de agua de muy buena calidad a una temperatura de 10°C, un suelo de tipo arcilloso y una pendiente natural de 0,2% a 0,5%. Está rodeado de la vegetación típica del lugar y cercano a la cascada “Los Siete Chorros”, por lo que le hace apto para la implementación del Complejo Turístico. Respecto al recurso humano, cuenta con profesionales que estarán a cargo de la administración del Complejo Turístico y con la mano de obra del mismo lugar.

Los precios de la materia prima e insumos

Referidos a los precios de los diferentes materiales e insumos que intervienen en el proceso productivo. Si estos precios se incrementan, los costos de producción se elevan y es probable que el empresario esté dispuesto a producir una menor cantidad (Nuñez, 2005).

Los precios de los platos típicos que oferte el Complejo Turístico podrían verse afectados por el costo de los productos agrícolas en el mercado: verduras, legumbres, hortalizas y carnes.

La competencia

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

A medida que el número de empresas en una industria aumente, la oferta de cada una de ellas tiende a disminuir (Nuñez, 2005).

Según el Censo Nacional Económico 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, en la Provincia de Tungurahua, existen 222 establecimientos cuya actividad principal es el alojamiento para estancias cortas (clasificación CIIU a 4 dígitos), en esta actividad de alojamiento están incluidos los establecimientos de actividades de complejos turísticos. El total de ingresos anuales por esta actividad, es de 45.679 dólares americanos el promedio y 1.165.208 dólares americanos el valor máximo.

Dentro de la competencia, se ha considerado a cuatro complejos turísticos con características similares al que ofrecerá el Complejo Turístico objeto de estudio. Estos complejos están ubicados dentro del Cantón Píllaro. Para poder establecer las características de estos complejos turísticos, se realizó entrevistas a los propietarios de estos establecimientos, visitas y uso de servicios, así como observaciones en el lugar. De esta investigación se reportan los siguientes resultados:

Cuadro 1.5. Características del Complejo Turístico “El Olimpo”

Razón Social	Complejo Recreacional “El Olimpo”
Ubicación	Av. Monseñor Abel Vásquez 0-25 y Av. Rumiñahui. Ciudad Nueva.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Piscina con agua temperada y caliente. • Sauna, Turco, Hidromasaje. • Canchas deportivas: vóleybol, fútbol, básquetbol, paintball. • Mirador a los Volcanes. • Salas de recepción: Un salón máster para eventos formales y un salón Queen para fiestas juveniles. • Servicio de bar.
Precios	\$4,00 adultos \$2,0 niños Incluye el uso de todos los servicios, excepto cancha de paintball. \$150,00 alquiler de la sala de recepción por 5 horas.
Horario de atención	Sábados, domingos y días feriados. De 9 .00h. a 17:00h.
Clientes anuales	3.600 turistas

Fuente: Entrevista. Sra. Laura Sarabia. Complejo Turístico “El Olimpo” (Citado por Torres, 2007)

Cuadro 1.6. Características del Complejo Turístico “Monteverde”

Razón Social	Complejo Turístico Cultural “Monteverde”
Ubicación	Parroquia Emilio María Terán.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Piscina con agua temperada. • Patio de comidas. • Galería de arte. • Canchas deportivas. • Tentadero
Precios	\$2,00 adultos \$1,00 niños Incluye el uso de todos los servicios.
Horario de atención	Sábados, domingos y días feriados. De 10 .00h a 17:00h.
Clientes anuales	3.120 turistas

Fuente: Investigación de campo.2012

Cuadro 1.7. Características del Complejo Piscícola “El Porvenir”

Razón Social	Complejo Turístico “Piscícola El Porvenir”
Ubicación	Al noreste del cantón, en el km 8 vía a Pisayambo, barrio Sta. Rita, parroquia San Andrés.
Servicios	<p>Alojamiento 6 cabañas de hormigón armado y cubierta de paja, de estilo rústico con capacidad para 4 personas cada una, una cabaña para 6 personas y una pequeña habitación para 2 personas. 2 cabañas subterráneas construidas a base de roca. Cada una dispone de agua caliente, energía eléctrica, cuarto de baño y calefactor eléctrico. Existe además un área de Camping. Capacidad: 34 personas.</p> <p>Alimentación y Bebidas Restaurante de estilo rústico con 9 mesas para 4 personas cada una. Comida típica: caldo de gallina, seco de gallina, choclo con queso, trucha, aguas aromáticas, café. Cafetería decorada con elementos de la zona que ofrece: agua aromática, café, chocolate, empanadas y tostadas. Capacidad del restaurante: 36 personas. Capacidad de la cafetería: 20 personas.</p>

	<p>Información Señalización en cada uno de los servicios. Existe un pequeño museo con información del cantón y sus atractivos turísticos, fotografías y frases de lugares y personajes importantes. Piezas arqueológicas encontradas en la zona.</p> <p>Guianza y recreación El complejo cuenta con una amplia área de recreación que incluyen: juegos infantiles, cancha de vóley, tentadero, alquiler de caballos, laguna de pesca deportiva, 2 botes de remo y tarabita. Se ofrecen tours al Parque Nacional Llanganates que incluyen trekking, camping y rappel. Salón de recepciones, venta de artesanías de lana y cuero.</p>
Horario de atención	Sábados, domingos y días feriados. De 9 .00h. a 17:00h.
Clientes anuales^a	9.600 turistas

Fuente: Sra. María Salas. Complejo Turístico El Porvenir (Citado por Torres, 2007).

^aPara conocer la demanda de turistas se realizó una entrevista a la propietaria de este establecimiento y observaciones en el lugar en el año 2011.

Cuadro 1.8. Características del Complejo Turístico “Wilson Alirio Gómez”

Razón Social	Complejo Turístico “Wilson Alirio Gómez”
Ubicación	Cdla. Nueva- Píllaro
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Piscina con agua temperada. • Sauna, turno, hidromasaje. • Cancha de indor-fútbol. • Bar.
Precios	\$3,00 adultos \$1,00 niños Incluye el uso de todos los servicios.
Horario de atención.	Sábados, domingos y días feriados. De 9 .00h a 17:00h.
Clientes anuales	2.600 turistas

Fuente: Información de campo. 2012

Se puede considerar también como oferta sustitutiva a los establecimientos que dan servicio de hospedaje que se encuentran ubicados en el Cantón Píllaro, a continuación se detallan las características de estos establecimientos.

Cuadro 1.9. Características del Hotel “Chelos”

Razón Social	Hotel “Chelos”
Ubicación	Montalvo y Rodríguez de Guzmán
Categoría	Segunda
Habitaciones	1 Plazas: 20
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • TV cable. • Agua caliente. • Internet. • Garaje.
Precios	\$10, 00 + IVA Los niños hasta 8 años no pagan
Clientes anuales	1.456 clientes

Fuente: Sr. Javier Carrillo. Administración Hotel “Chelos”. 2012

Cuadro 1.10. Características del Hostal “Novos”

Razón Social	Hostal “Novos”
Ubicación	Rocafuerte y Sucre
Categoría	Segunda
Habitaciones	5 Plazas: 20
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • TV cable. • Agua caliente. • Internet.
Precios	\$10, 00 + IVA
Clientes anuales	1.300 clientes

Fuente: Ministerio de Turismo. Catastros 2010. Investigación de campo. 2012

Cuadro 1.11. Características del Hotel “La Casa de los Abuelos”

Razón Social	Hotel Hospedero “La Casa de los Abuelos”
Ubicación	Km. 3/2 vía Píllaro-Patate
Categoría	Segunda
Habitaciones	16 Plazas: 32
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje. • Sala de recepciones. • SPA a futuro. • Restaurante
Precios	\$ 20,00 a \$25,00 por habitación. De \$12,00 a \$15,00 por persona. \$100,00 alquiler por cinco horas de la Sala de Recepciones.
Clientes anuales	194 clientes.

Fuente: Arq. Mesías Robayo Barrionuevo. Propietario Hotel “La Casa de los Abuelos”.2012.

Dentro del sector Quillán y tomando en cuenta el servicio de restaurante que ofrecerá el Complejo Turístico, tendrá nueve competidores entre ellos: Restaurante “El Descanso, Comedor “Doña Inés”, Paradero Piscícola “Quillán”, Quinta “María Soledad”, Paradero “El Mirador”, Paradero “La casa de Bernard”, y tres restaurantes sin identificación.

Para el servicio de canchas deportivas sus competidores serán, Paradero Piscícola “Quillán”, Paradero “El Mirador” y Quinta “María Soledad” y para el servicio de piscina recreativa su competidor será el Paradero Piscícola “Quillán”.

1.6.2 Comportamiento histórico de la Oferta

En la Tabla 1.35 se detalla la cantidad de turistas captados por la competencia de complejos turísticos y hoteles, ubicados en el Cantón Píllaro.

Tabla 1.35. Comportamiento histórico de la Oferta. Complejos Turísticos

Año	Complejo "Olimpo"	Complejo "Monteverde"	Complejo "El Porvenir"	Complejo "Wilson Gómez"	Total
	N° Turistas	N° Turistas	N° Turistas	N° Turistas	N° Turistas
2006	4.200		2.400	1.040	7.640
2007	3.600		4.800	1.800	10.200
2008	3.000		5.000	2.500	10.500
2009	3.300		7.680	2.200	13.180
2010	3.000	2.340	8.640	2.500	16.480
2011	3.600	3.120	9.600	2.600	18.920

Fuente: Entrevista a propietarios de Complejos Turísticos. Investigación de campo. 2012

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 1.36. Comportamiento histórico de la Oferta. Hoteles

Año	Hotel "Chelos"	Hostal "Novos"	Hospedero "La Casa de los Abuelos"	Total
	N°clientes	N°clientes	N°clientes	N°clientes
2006	728	800		1.528
2007	910	950		1.860
2008	1.138	1.150	120	2.408
2009	1.422	1.200	144	2.766
2010	1.092	1.270	161	2.523
2011	1.456	1.300	194	2.950

Fuente: Entrevista a propietarios de Hoteles. Investigación de campo. 2012

Elaborado por: Wilma Pilco

La oferta de paraderos turísticos (restaurantes) en el sector Quillán ha tenido también un incremento un poco considerable, esto es debido al impulso y a la promoción del turismo en este sector por parte de las instituciones encargadas de estas actividades.

Los restaurantes utilizan el 100% de su capacidad instalada dentro de horario de 11:00h .a 16:00h.

Tabla 1.37. Crecimiento de la oferta de paraderos turísticos (restaurantes) en el sector Quillán

Año	Restaurantes	Capacidad (instalada)	N° de turistas atendidos	Variación (%)
2006	2	110	8.580	0%
2007	4	150	11.700	100%
2008	5	186	14.508	28%
2009	6	236	18.408	17%
2010	7	256	19.968	17%
2011	9	286	22.308	29%

Fuente: Entrevista realizada a propietarios de Paraderos Turísticos. 2011

Elaborado por: Wilma Pilco

1.6.3 Oferta Actual

A diciembre del año 2011, la oferta de complejos turísticos en el sector Quillán es cero.

Existen cinco paraderos turísticos de los cuales:

- Tres paraderos ofrecen servicio de restaurante y canchas deportivas de vóleybol.
- De los tres paraderos uno de ellos ofrece servicio de piscina recreativa.
- Dos ofrecen servicio de restaurante.

Existen adicionalmente cuatro restaurantes, sumando en total nueve restaurantes en el año 2011 que atienden a **22.308 turistas**.

Es necesario mencionar que estos turistas además de utilizar el servicio de comida, utilizan los servicios adicionales que estos paraderos y restaurantes ofrecen.

A nivel del Cantón Píllaro, la oferta actual de complejos turísticos y hoteles es la siguiente:

Tabla 1.38. Oferta Actual de turistas en complejos turísticos y hoteles

Establecimiento	Oferta turistas (Año 2011)
Complejo Recreacional "El Olimpo"	3.600
Complejo Cultural "Monteverde"	3.120
Complejo Piscícola "El Porvenir"	9.600
Complejo Recreacional "Wilson Gómez"	2.600
Hotel "Chelos"	1.456
Hostal "Novas"	1.300
Hospedero "La Casa de los Abuelos"	194
Total	21.870

Elaborado por: Wilma Pilco

1.6.4 Proyección de la Oferta

Se realizó la proyección de la oferta para los próximos cinco años, considerando en principio la demanda de turistas captados por la competencia en complejos turísticos y hoteles del Cantón Pillaro.

Para proyectar la oferta turística del Complejo Recreacional "El Olimpo", se determinó su tasa de crecimiento, dando una tasa igual a cero considerando el año 2007 hasta el 2011. Para proyectar la oferta del Complejo Cultural "Monteverde", se consideró una tasa de crecimiento del 15%. Para la proyección de la oferta del Complejo Piscícola "El Porvenir", la ecuación que se ajustó a la relación entre variables fue la lineal ($1434x + 1333,3$) con un coeficiente de determinación $r^2 = 0,96$. En tanto que para proyectar la oferta del Complejo Recreacional "Wilson Gómez", se tomó la ecuación potencial ($1172,3x^{0,494}$) con un coeficiente de determinación $r^2 = 0,87$.

Tabla 1.39. Proyección de Oferta de Turistas. Complejos Turísticos

Año	Complejo "Olimpo"	Complejo "Monteverde"	Complejo "El Porvenir"	Complejo "Wilson Gómez"	Total
	N°Turistas	N°Turistas	N°Turistas	N°Turistas	N°Turistas
2012	3.600	3.120	11.371	3.066	21.157
2013	3.600	3.588	12.805	3.275	23.268
2014	3.600	4.126	14.239	3.471	25.436
2015	3.600	4.745	15.673	3.656	27.675
2016	3.600	5.457	17.107	3.833	29.997
2017	3.600	6.275	18.541	4.001	32.418

Elaborado por: Wilma Pilco

Para proyectar la oferta de clientes del Hotel "Chelos", la ecuación que más se ajustó a la relación entre variables fue la potencial ($734,81x^{0,362}$) con un r^2 igual a 0,8179. En el caso de Hostal "Novos" para la proyección se utilizó la ecuación potencial ($802,6x^{0,284}$) con un coeficiente de determinación igual a 0,9787. La ecuación potencial ($57,232x^{0,6655}$) con un coeficiente de determinación r^2 0,9835 se utilizó para proyectar la oferta de clientes del Hospedero "La Casa de los Abuelos".

Tabla 1.40. Proyección de la Oferta Turística. Hoteles

Año	Hotel "Chelos"	Hostal "Novos"	Hospedero "La Casa de los Abuelos"	Total
	N°clientes	N°clientes	N°clientes	N°clientes
2012	1.486	1.395	209	3.090
2013	1.560	1.449	228	3.237
2014	1.628	1.498	247	3.373
2015	1.691	1.543	265	3.500
2016	1.750	1.586	282	3.619
2017	1.807	1.625	299	3.731

Elaborado por: Wilma Pilco

Para proyectar la oferta de turistas en el sector Quillán la ecuación que mejor se ajusta a esta relación es la ecuación potencial con un coeficiente de correlación igual a 0,99.

Ecuación

$$Y = 8324,8X^{0,5442}$$

$$r^2 = 0,9913$$

Tabla 1.41. Proyección de Oferta de Turistas en el sector Quillán

Años	Oferta de turistas
2012	24.004
2013	25.813
2014	27.522
2015	29.146
2016	30.697
2017	32.186

Elaborado por: Wilma Pilco

1.7 Estimación de la Demanda Insatisfecha

Una vez determinada la demanda y oferta turística en el sector Quillán y en el Cantón Pillaro, se procedió a determinar la demanda insatisfecha de turistas, resultados que se reporta en la Tabla 1.42.

Tabla 1.42. Proyección de demanda insatisfecha según datos de investigación de campo.

Años	Demanda (Turistas)	Oferta turística sector Quillán	Oferta turística Complejos	Oferta turística Hoteles	Demanda Insatisfecha (N° de Turistas)
2012	585.513	24.004	21.157	3.090	537.262
2013	626.498	25.813	23.268	3.237	574.181
2014	670.353	27.522	25.436	3.373	614.023
2015	717.278	29.146	27.675	3.500	656.958
2016	767.488	30.697	29.997	3.619	703.175
2017	821.212	32.186	32.418	3.731	752.877

Elaborado por: Wilma Pilco

Demanda objetiva

Considerando que la capacidad del proyecto está dada por la disponibilidad de recursos humanos y de infraestructura turística a pequeña escala, se cree adecuado tomar en cuenta como demanda objetiva el 5% de la demanda insatisfecha determinada según datos de investigación de campo. Aunque en primera instancia puede parecer una cifra muy baja, es mejor tener una idea real de lo que será la ejecución del proyecto en sus inicios. A medida que se observe rentabilidad económica, se podrá incrementar la capacidad turística del proyecto y proyectarse a una mayor demanda a quienes se les pueda ofrecer servicios de calidad que satisfagan sus expectativas.

Tabla 1.43. Demanda Objetiva

Años	Demanda Insatisfecha (N° de turistas)	Demanda Objetiva (N° de turistas)
2013	574.181	28.709
2014	614.023	30.701
2015	656.958	32.848
2016	703.175	35.159
2017	752.877	37.644

Elaborado por: Wilma Pilco

1.8 Análisis de Precios

Los precios estarán enmarcados en la satisfacción de las necesidades del mercado objetivo que busca principalmente calidad con un costo medio pero guardando una relación costo-beneficio que lo compense.

El precio estará fundamentalmente en función de los costos fijos y variables de los servicios que ofrezca el Complejo Turístico, rendimiento esperado del inversionista y precios de la competencia local. También influye la situación política y económica del destino turístico, calidad de vida de sus habitantes, desarrollo urbanístico y temporadas alta/baja, entre otros.

Considerando estos factores y en base al análisis de mercado, se llegó a la siguiente conclusión para procurar que el servicio satisfaga las expectativas del consumidor y sientan que van a pagar un precio justo por el servicio que van a recibir.

Los adultos están dispuestos a pagar de \$3,00 a \$4,00 dólares americanos por entrar al Complejo Turístico y los niños de \$1,00 a \$2,00 dólares americanos; por el hospedaje en cabañas, los adultos, están dispuestos a pagar entre \$10,00 a \$15,00 dólares americanos. El Complejo Turístico ofrecerá descuentos de 10% a grupos de 10 personas.

Para cada servicio se obtuvo su precio de venta a partir de la fórmula:

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costo Total de Producción}}{\text{Cantidad de turistas que requieren el servicio}}$$

Así para determinar el precio de venta del plato típico: trucha asada se partió de los siguientes datos:

Costo total de producción: **14.573.75 USD**

Número de platos requeridos al año: **5.824**

Costo unitario por plato: **2,50 USD**

Precio de venta de la competencia

Competencia	PVP (USD)
Paradero Quillán	3,00
Quinta María Soledad	3,25 -5,00
Complejo Cultural "Monteverde"	3,50
Complejo Piscícola "El Porvenir"	4,00
Promedio	3,66

Basándonos en el precio de venta promedio de la competencia, el Complejo Turístico “Las Cascadas” ofrecerá el plato típico “trucha asada” a un precio de 3,60 USD, teniendo un margen de utilidad de 40%. Para los siguientes períodos este precio se incrementará en un 15%.

$$\text{Precio de venta} = 2,50 + 2,50 * 0,44 = 3,60 \text{ USD}$$

El mismo procedimiento se siguió para determinar el precio de venta de platos típicos y demás servicios que ofrecerá el Complejo Turístico.

Tabla 1.44. Precios de venta de los servicios ofertados por el Complejo Turístico en comparación con los precios de la competencia y los precios que estaría dispuesto a pagar el turista.

Producto	Costo Unitario (USD)	Precio Venta (USD)	Precio competencia (USD)*	Precio que el turista está dispuesto a pagar. (USD)*
Trucha asada o frita	2,50	3,60	2,50-5,00	3,00 – 4,00
Papas con Conejo	3,54	4,50	4,50	-
Papas con Cuy	3,25	4,50	4,50	-
Llapingachos	2,61	3,60	-	3,00-4,00
Caldo de Gallina	1,72	2,25	2,00-2,50	2,00-3,00
Jugos	0,26	0,70	0,80	-
Uso de piscinas (adultos)	3,70	4,00	2,00-4,00	3,00-4,00
Uso de piscinas (niños)	1,18	2,00	1,00-2,00	1,00-2,00
Cabañas	7,80	14,00	10,00-15,00	10,00-15,00
Canchas de uso múltiple	1,81	4,00	-	3,00-4,00
Juegos Infantiles	1,50	2,00	-	1,00 – 2,00
Arriendo de bar (piscina)		300,00		

Fuente: * Estudio de mercado

Elaborado por: Wilma Pilco

CAPITULO II

ESTUDIO TÉCNICO

2.1. Tamaño del Proyecto

2.1.1. Factores determinantes del tamaño

2.1.1.1 El mercado

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior (Raza, 2004).

El mercado potencial para el Complejo Turístico, serán los turistas provenientes de la ciudad de Ambato y Píllaro de edades comprendidas entre los 15 y 74 años, de clase media y media alta, dispuestos a disfrutar de los servicios que les ofrece el Complejo Turístico como medio de distracción y disfrute.

El mercado insatisfecho para el año 2013 es de 574.181 turistas, de los cuales se estima atender al 5% de esta demanda que representa un total de 28.709 turistas anuales. Además de ello, los pobladores del caserío Quillán utilizarán también estos servicios, así como los pobladores de las Parroquias cercanas de San Miguelito y Emilio María Terán.

Siendo el sector Quillán un sitio turístico muy promocionado en los últimos años, posteriormente, el Complejo Turístico captará demandantes turísticos de la Provincia de Cotopaxi.

2.1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros

Para la puesta en marcha del Complejo Turístico, el plan de inversión de la empresa contempla el uso de dos tipos de fuentes de financiamiento: aportaciones de los socios, la cual representa el 62% del presupuesto de inversión total y el uso de apalancamiento financiero, que representa el 38% de la inversión.

Dentro de las instituciones financieras que se encuentran en la Provincia de Tungurahua y que pueden financiar un crédito, están el Banco Internacional y la Corporación Financiera Nacional (CFN). Las cooperativas de Ahorro y Crédito locales, hasta el momento no otorgan créditos para inversiones altas. A continuación, en los

Cuadros 2.1 y 2.2, se detallan las características de financiamiento de estas instituciones.

Cuadro 2.1. Características de financiamiento del Banco Internacional

Crédito: comercial productivo
Tipo: hipotecario
Garantía real: 140% de la obligación
Tasa de interés: 11,83% anual
Plazo: 2 a 4 años
Reciprocidad: capital propio depositado en una cuenta de este banco.

Requisitos:

- Copia de RUC, persona jurídica.
- Copias de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Referencias comerciales por escrito.
- Referencias bancarias.
- Estado de resultados del proyecto.
- Flujo de caja Proyectoado

Fuente: Entrevista a Asesor de Crédito del Banco Internacional. 2012

Cuadro 2.2 Características de financiamiento de la Corporación Financiera Nacional (CFN)

Valores a financiar: hasta el 70% para proyectos nuevos.
Período de gracia: fijado de acuerdo a las características del proyecto y al flujo de caja esperado.
Tasa de interés: 10,345% anual.
Plazo:
 Activo fijo: hasta 10 años
 Capital de trabajo: hasta 3 años.
Garantía real: 125% de la obligación.
Desembolsos: de acuerdo al cronograma de inversiones y desembolsos aprobado por la CFN.

Requisitos:

- La CFN otorga créditos a los establecimientos de recreación, calificados dentro de las categorías I y II por el Ministerio de Turismo.
- Llenar la solicitud de pre-calificación.
- Copia del RUC actualizado de la compañía.
- Copia de la cédula de identidad de los representantes legales, accionistas con el 20% o más accionistas y cónyuges.
- Copia del proyecto.
- Copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías sobre la conformación de accionistas.

Fuente: Entrevista a Asesor de la Corporación Financiera Nacional (CFN). 2012

Como se puede observar la Corporación Financiera Nacional ofrece características de financiamiento que pueden adaptarse mejor a las necesidades de los inversionistas.

2.1.1.3 Disponibilidad de mano de obra

La empresa dispondrá de mano de obra calificada, profesionales que estarán a cargo de los departamentos en los cuales se dividirá la empresa para conseguir un mejor desempeño y brindar al usuario un buen servicio. Los puestos de gerencia y jefaturas de departamentos, estarán ocupados por los socios de la empresa que son profesionales en distintas ramas como Sistemas Informáticos, Marketing, Ecoturismo e Ingeniería en Alimentos.

La mano de obra no calificada estará conformada por la población en edad de trabajar del sector Quillán, quienes se ubicarán en puestos que se requieran para el proceso de producción en el restaurante, servicio de cabañas y áreas recreacionales. La mayor demanda de esta mano de obra se llevará a cabo los fines de semana.

La comunidad de Quillán está conformada por 63 familias, cada una integrada por un promedio de 4 miembros, dando como resultado una población de 261 personas, de los cuales 133 son hombres y 128 son mujeres (Andino y otros, 2006).

La población económicamente activa del sector Quillán la componen 208 personas, un porcentaje de ellos especialmente jóvenes en edades comprendidas entre 15 a 29 años que representan el 31,54% de la población activa, estarían dispuestos a trabajar en el Complejo Turístico los fines de semana. Si bien es cierto que la mayoría de jóvenes son estudiantes mantienen su tiempo ocupado entre semana, si estarían disponibles para trabajar los fines de semana para solventar sus estudios y ayudar económicamente en sus hogares (Andino y otros, 2006).

En general, existe un bajo nivel de analfabetismo en la comunidad pues sus pobladores, desde temprana edad, se han preocupado por evolucionar y superarse. Además, existen profesionales calificados y otras personas en proceso de capacitación (Andino y otros, 2004).

2.1.1.4 Disponibilidad de materia prima

“Se conoce como materia prima a aquella que entra a formar parte del producto a través del proceso productivo” (Perez, 2011:p.27). La materia prima para la preparación de comida estará constituida por carnes, verduras, hortalizas, tubérculos y condimentos naturales.

Un buen porcentaje de estos productos se pueden conseguir en el mismo sector ya que la mayoría de la población se dedica a la agricultura y cultiva hortalizas, legumbres, cereales y frutales.

Hay disponibilidad de materia prima en los mercados de San Luis y San Juan de la ciudad de Píllaro, donde ésta se adquirirá en estado fresco y de buena calidad para preparar los platos típicos.

2.1.1.5 Disponibilidad de recursos hídricos

Ríos

El río Culapachán atraviesa el sector Quillán. Su caudal se origina en el volcán Cotopaxi, atraviesa la ciudad de Latacunga, Salcedo y llega al Cantón Píllaro.

Acequias

El sector Quillán se caracteriza por poseer una gran cantidad de vertientes, comúnmente llamados Pogyo, que alimentan a las ocho acequias del sector. Dichas acequias tienen su origen en las dos principales quebradas de la zona, Quebrada Paccha y Pogyo Uku (Empresa de Agua Potable Ambato (EMAPA), 2004).

Quebrada Paccha

Es la más grande e importante del sector. Se encuentra a 2.670 msnm. Posee un caudal aproximado de 360 lt/s. De aquí nacen las acequias más representativas de la zona, Víctor Moposita con 60 lt/s. y Paccha Miraflores con 64 lt/s que recorre 0.5 km. y riega una superficie aproximada de 10 ha. de cultivos de fruta, maíz, trigo y pasto. Las acequias, La Quinta y Tilulum nacen también de las vertientes cercanas a esta quebrada (EMAPA, 2004).

Quebrada Pogyo Uku

Posee un caudal de aproximadamente 116 lt/s. De ahí nacen dos acequias también importantes, Molinopamba con un caudal de 10 lt/s, y dos acequias particulares de la propiedad del Sr. Víctor Torres y la Fmlia. Morales, cada una con caudal igual. Se observa que en verano el agua es utilizada para riegos parcelarios de terrenos próximos a las quebradas (EMAPA, 2004).

Cascada “Los Siete Chorros”

La Cascada de “Los Siete Chorros” es denominada de esta forma por estar compuesta de siete vertientes de mediano caudal y cinco vertientes de menor caudal, todas afloran de una pared de roca de aproximadamente 20 m. de altura.

Las caídas de agua tienen alrededor de 3 m., siendo el agua muy pura y su temperatura de 10°C. durante el día (Andino y otros, 2004).

2.1.1.6 Disponibilidad de Servicios Básicos

Agua

El agua empleada para consumo humano es entubada y se distribuye a todas las viviendas sin tratamiento desde las vertientes y acequias existentes en la comunidad. El mayor porcentaje proviene de la vertiente Robalino (Andino y otros, 2006).

Energía eléctrica

Este servicio llega a toda la comunidad a través del sistema interconectado nacional.

Alcantarillado

Únicamente existe en el centro de la comunidad y es de propiedad privada. El resto de viviendas cuenta con pozos sépticos, que cubre apenas el 15% de la comunidad (Andino y otros, 2006).

Comunicación

Existe una sola línea de teléfono convencional en el sector Quillán “La Carolina”, en este mismo sector la señal de teléfono móvil (Claro y Movistar) es buena. En el sector de “La Planta” únicamente existe señal de teléfono celular móvil (Claro).

Eliminación de desechos

La recolección de basura se realiza en cada casa, los desechos orgánicos son utilizados para la elaboración de abonos de parcela y alimento de animales de crianza y los desechos inorgánicos como plásticos, papel y cartón son quemados.

2.1.1.7 Disponibilidad de vías de acceso

Existen cuatro vías de acceso al sector Quillán, estas vías son:

- Desde la ciudad de Píllaro por la vía intercantonal Píllaro-Patate hasta la Parroquia Emilio María Terán, esta vía es asfaltada de primer orden y señalizada. Desde aquí se toma un desvío hacia la derecha por la vía Quillán-Las Viñas-Ambato.

Esta carretera es asfaltada y se encuentra en buenas condiciones, todo el recorrido toma aproximadamente 25 minutos, se puede llegar en vehículo particular o en camioneta de alquiler, siendo el costo del alquiler de \$4,00 dólares americanos desde el centro de la ciudad de Píllaro.

- Por la vía Píllaro-Patate hasta el centro de la Parroquia San Miguelito, existe un camino carrozable de segundo orden que conduce hasta Quillán, lamentablemente se encuentra en malas condiciones. El recorrido tarda 20 minutos.
- Desde la Parroquia Izamba del Cantón Ambato, por la vía Quillán-La Playa, la carretera está asfaltada y en la actualidad se encuentra en buenas condiciones. El recorrido tarda 35 minutos aproximadamente desde el centro de la ciudad de Ambato.
- También se puede acceder desde la ciudad de Patate, siguiendo la vía que conduce a Píllaro hasta la Parroquia Emilio María Terán y tomando el desvío hacia la izquierda que conduce hasta el sector Quillán. La vía intercantonal es de primer orden, está señalizada y el recorrido tarda aproximadamente 40 minutos.

2.1.1.8 Disponibilidad de atractivos turísticos

En el cuadro 2.3 se describe la jerarquización de los atractivos naturales turísticos con los que cuenta el sector Quillán, los cuales constituyen un potencial de encanto para que el sector sea visitado por miles de turistas en los próximos años.

Cuadro 2.3. Jerarquización de Atractivos Turísticos del sector Quillán

No.	NOMBRE	CATEGORIA	JERARQUIA	DESCRIPCIÓN
1	Gruta de la Niña María	Manifestaciones Culturales	II	Atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o motivaciones de corrientes turísticas actuales y potenciales que atraen al turismo fronterizo de esparcimiento.
2	Los siete Chorros	Sitio Natural	II	
3	Mirador de Quillán	Sitio Natural	II	
4	Cascada Pogyo Uco	Sitio Natural	II	
5	Ruinas del Adoratorio a la Luna	Manifestaciones Culturales	II	
6	Rivera del Río Quillán	Sitio Natural	II	

Fuente: Inventario de Atractivos Turísticos del sector Quillán (MINTUR, 2007)

2.1.2 Optimización del tamaño

El tamaño del proyecto es la capacidad de producción durante un período de tiempo que se considera normal para las circunstancias y clase de proyecto a tratar (Pérez, 2011).

Se ha observado que la demanda de flujo de turistas al sector Quillán es creciente, por lo cual para calcular el tamaño del proyecto se utilizó el método de flujo de diferencias.

Se realizó el estudio económico y financiero a través de la determinación del VAN, para tres tamaños.

Tamaño 1: Satisfacer el 3% de la demanda insatisfecha

Tamaño 2: Satisfacer el 5% de la demanda insatisfecha

Tamaño 3: Satisfacer el 7% de la demanda insatisfecha

A continuación, en la Tabla 2.1, se detalla la demanda de turistas para los tres tamaños.

Tabla 2.1. Demanda de turistas considerando los tres tamaños

AÑOS	TAMAÑO 1(3%)	TAMAÑO 2(5%)	TAMAÑO 3(7%)
2013	17.225	28.709	40.193
2014	18.421	30.701	42.982
2015	19.709	32.848	45.987
2016	21.095	35.159	49.222
2017	22.586	37.644	52.701
Inversión inicial	-278.389,48	-340.493,39	-395.354,95

Fuente: Estudio de mercado

Luego de realizar el análisis económico de ingresos y egresos para los tres tamaños, se obtuvo el flujo neto de fondos cuyos valores se reportan en la tabla 2.2.

Tabla 2.2. Flujo Neto de Fondos para los tres tamaños

TAMAÑO 1	TAMAÑO 2	TAMAÑO 3
-278.389,48	-340.493,39	-395.354,95
23.057,71	54.421,89	58.801,78
34.381,20	75.894,25	81.793,69
48.694,41	100.206,59	108.436,80
65.156,60	128.536,33	133.874,05
306.362,66	440.582,62	491.912,13

Elaborado por: Wilma Pilco

A partir de estos valores se calculó la diferencia de flujos entre tamaños para obtener el VAN marginal a una tasa de descuento de 12%.

Tabla 2.3. Flujo de Diferencias y VAN marginal

FLUJO DE DIFERENCIA			FLUJO DE DIFERENCIA		
T2	T1	T2-T1	T3	T2	T3-T2
-340.493,39	-278.389,48	-62.103,91	395.354,95	340.493,39	-54.861,56
54.421,89	23.057,71	31.364,18	58.801,78	54.421,89	4.379,89
75.894,25	34.381,20	41.513,05	81.793,69	75.894,25	5.899,44
100.206,59	48.694,41	51.512,18	108.436,80	100.206,59	8.230,21
128.536,33	65.156,60	63.379,73	133.874,05	128.536,33	5.337,72
440.582,62	306.362,66	134.219,96	491.912,13	440.582,62	51.329,51
VAN MARGINAL		152.098,10	VAN MARGINAL	-7.871,88	

Elaborado por: Wilma Pilco

Como la diferencia entre el tamaño 2 y el tamaño 1 arroja una VAN marginal > a 0, quiere decir que hay un mejor tamaño. Entonces se analizó la diferencia de flujos entre los tamaños T3 y T2 y de esta diferencia resultó un VAN marginal negativo, lo que indica que el tamaño 2, es el tamaño óptimo. Una vez obtenido el tamaño óptimo, se calculó la demanda para satisfacer al 5% de la demanda insatisfecha y el consumo aparente de los servicios, utilizando los datos arrojados en el estudio de mercado.

Tabla 2.4. Número de clientes proyectados

Años	Anual	Mensual	Semanal	Diario
2013	28.709	2.392	552	276
2014	30.701	2.558	590	295
2015	32.848	2.737	632	316
2016	35.159	2.930	676	338
2017	37.644	3.137	724	362

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.5. Consumo aparente de los servicios a ofertarse

Años	Anual	Cabañas (5%)	Restaurante (41%)	Piscina recreativa (36%)	Canchas múltiples (10%)	Juegos de recreación Infantil (8%)
2013	28.709	1.435	11.771	10.335	2.871	2.297
2014	30.701	1.535	12.587	11.052	3.070	2.456
2015	32.848	1.642	13.468	11.825	3.285	2.628
2016	35.159	1.758	14.415	12.657	3.516	2.813
2017	37.644	1.882	15.434	13.552	3.764	3.012

Elaborado por: Wilma Pilco

2.1.3 Definición de las Capacidades Instaladas

Capacidad instalada del Restaurante

Para calcular la capacidad instalada del Restaurante se consideraron los siguientes datos:

Tiempo de ciclo de servicio: 68 minutos (1,13horas) por mesa

Horas de mayor afluencia de turistas: 3 horas (de 12:00h. a 15:00h.)

N° de asientos por mesa: 4

Procedimiento de cálculo:

1. El tiempo de ciclo de servicio corresponde al tiempo en que el mesero se demora en atender una mesa, desde que el cliente llega al restaurante a pedir el servicio hasta que el cliente cancela la cuenta y se despide. Estos tiempos se encuentran detallados en la Figura 2.3. "Flujograma del servicio de alimentación en el restaurante". Dando un valor de 1,13 horas por mesa.
2. El número de veces que es atendida una mesa en horas pico, resulta de dividir el tiempo de mayor afluencia para el tiempo de ciclo de servicio:
 $3 \text{ horas} / 1,13 \text{ horas} = \mathbf{2,65 \text{ veces.}}$
3. El número de clientes atendidos, se obtiene al dividir el número aparente de clientes diarios que requerirán el servicio de alimentación para el número de veces en que es atendida una mesa en horas pico.
 $148 \text{ clientes} / 2,65 \text{ veces} = \mathbf{56 \text{ clientes.}}$
4. Para obtener el número de mesas, se divide el número de clientes para el número de asientos.
 $56 \text{ clientes} / 4 \text{ asientos} = \mathbf{14 \text{ mesas.}}$

Tabla 2.6. Clientes proyectados para servicio de Restaurante

Años	Anual	Mensual	Semanal	Diario	Tiempo del ciclo de servicio (TCS)	Horas de servicio/TCS	N° Clientes atendidos	N° de mesas
2013	11.771	981	226	113	1,13	2,65	43	11
2014	12.587	1.049	242	121	1,13	2,65	46	11
2015	13.468	1.122	259	129	1,13	2,65	49	12
2016	14.415	1.201	277	139	1,13	2,65	52	13
2017	15.434	1.286	297	148	1,13	2,65	56	14

Elaborado por: Wilma Pilco

De los datos proyectados se obtuvieron los siguientes resultados para el cálculo de la capacidad instalada:

N° de mesas: 14
 N° de asientos: 56
 N° de clientes: 148

Considerando que el espacio que ocupa cada cliente en el restaurante es de 1,50 m² y el espacio en los pasillos es de 0,30m², el espacio total ocupado sería de 1,80 m². El área del restaurante resulta de multiplicar el espacio total ocupado por el número de clientes atendidos. 1,80 m² x 56 clientes = 100,08 m². El área total de facilidades será de 208,04m², considerando adicionalmente la cocina, el espacio de almacenamiento y los vestidores.

Capacidad instalada de Piscina Recreativa

Tabla 2.7. Clientes proyectados para el servicio de piscina recreativa

Años	Anual	Mensual	Semanal	Diario
2013	10.335	861	199	99
2014	11.052	921	213	106
2015	11.825	985	227	114
2016	12.657	1.055	243	122
2017	13.552	1.129	261	130

Elaborado por: Wilma Pilco

Para cubrir la demanda de uso de este servicio, se implementará una piscina para adultos de 20,0 m. x 10,0 m. con fondo de rampa que inicie en 0,5 m. hasta llegar a 1,50 m. en la zona de máxima profundidad.

El horario de mayor afluencia de clientes, de acuerdo con las observaciones realizadas en el Complejo Turístico “Monteverde” cercano al sector Quillán, es de 11:00h. a 15:00h, estimando que en este horario se concentra el 60% de la demanda.

A partir de estos datos, se calcula que, para este Complejo Turístico y en previsión al año 2017, la demanda diaria será de 78 personas en horas pico y el horario de atención será de 9:00h. a 17:00h.

“...Una piscina normal se dimensiona de 2 a 3 m² por persona...” (Todo Expertos, 2011). Para que este proyecto satisfaga el consumo aparente de piscina recreativa, se requiere de una capacidad de 2m² por persona.

En este caso, para hallar la capacidad mínima de construcción de una piscina para adultos, se multiplica el número máximo de personas por 2m² (78 personas x 2 m² = 156 m²).

Para los niños se construirá una piscina redonda de 5 m. de diámetro y 0,50 m. de profundidad, dando un área de 25m². Según los datos recopilados en la investigación de campo, el 76% de los encuestados afirmó que prefieren realizar sus paseos en grupos de familias; de ellos, el 31,8% son niños y son los que pueden ocupar esta piscina, por cada familia de 5 miembros el promedio es de 2 niños.

El área total de piscinas, considerando vestidores, baños, corredores y cuarto de máquinas será de 827,56 m² y el área total que ocupan los servicios de sauna, turco, hidromasaje y piscina polar será de 92,65 m².

Capacidad instalada de Cabañas

Tabla 2.8. Clientes proyectados para servicio de Cabañas

Años	Anual	Mensual	Semanal	N° cabañas
2013	1.435	120	28	6
2014	1.535	128	30	6
2015	1.642	137	32	6
2016	1.758	146	34	7
2017	1.882	157	36	7

Elaborado por: Wilma Pilco

Para el cálculo del número de clientes, se tomó en cuenta el porcentaje de informantes que en la investigación de campo manifestaron estar dispuestos a hospedarse en cabañas por dos días, esto representa el 56,8% de encuestados. Las cabañas serán diseñadas con capacidad de cinco personas cada una, debido a que el promedio de integrantes por familia es igual a 5, según los datos de la investigación de campo. Se construirán 6 cabañas de dos plantas que ocuparan un área de 326, 94 m².

Capacidad instalada de Canchas Múltiples

Tabla 2.9. Clientes proyectados para servicios de canchas múltiples

Años	Anual	Mensual	Semanal	Diario
2013	2.871	239	55	28
2014	3.070	256	59	30
2015	3.285	274	63	32
2016	3.516	293	68	34
2017	3.764	314	72	36

Elaborado por: Wilma Pilco

Para satisfacer la demanda de estos servicios, el Complejo Turístico dispondrá de una cancha de indor-futbol, una cancha de básquetbol y una cancha de vóleybol.

Capacidad instalada de Juegos de Recreación Infantil

Tabla 2.10. Clientes proyectados para servicio de juegos de recreación infantil

Años	Anual	Mensual	Semanal	Diario
2013	2.297	191	44	22
2014	2.456	205	47	24
2015	2.628	219	51	25
2016	2.813	234	54	27
2017	3.012	251	58	29

Elaborado por: Wilma Pilco

Para satisfacer la demanda de clientes para este tipo de servicio, se implementará juegos como: dos columpios, dos resbaladeras, dos casitas, dos sube y baja, tres cabos y demás accesorios infantiles.

2.2. Localización del Proyecto

2.2.1 Macro localización

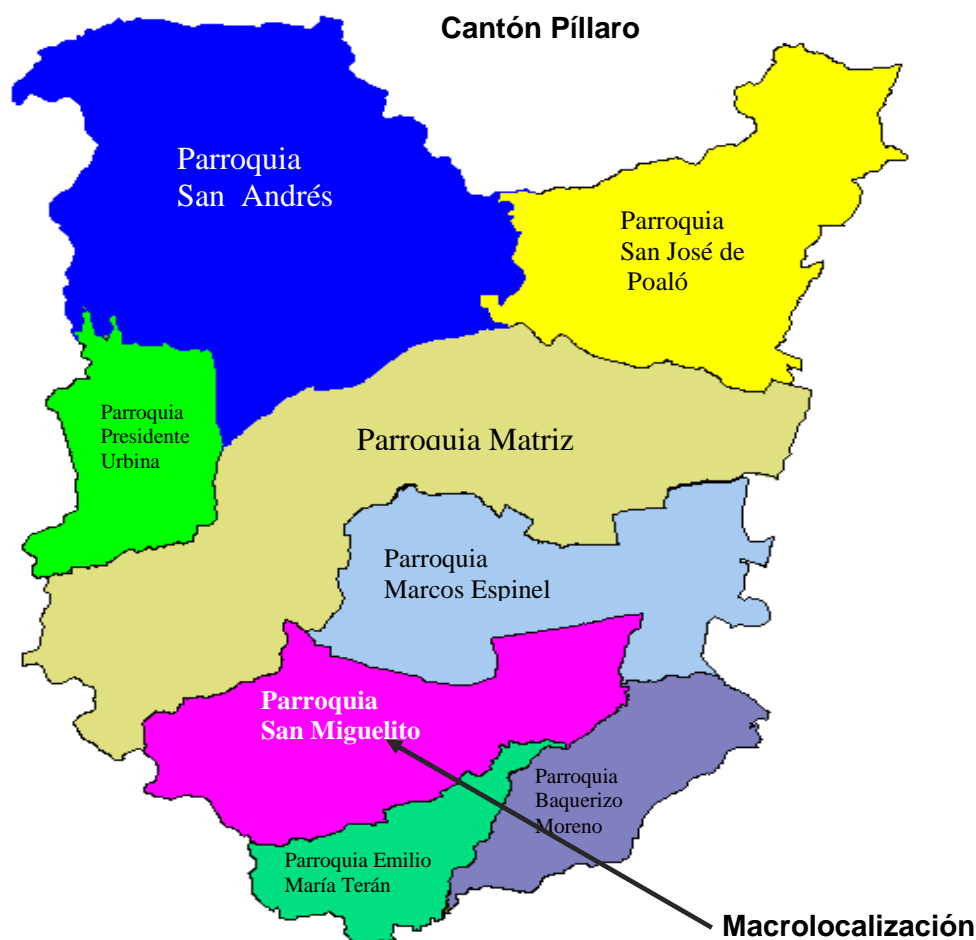


Figura 2.1. Mapa de macrolocalización del proyecto

Fuente: Inventario de Atractivos Turísticos del Cantón Píllaro (MINTUR, 2007).

El Complejo Turístico estará ubicado en la Provincia de Tungurahua y en particular en el Cantón Píllaro, Parroquia San Miguelito.

Características del Cantón Santiago de Píllaro

Este cantón es uno de los más antiguos de la provincia de Tungurahua con seis años de cantonización, se encuentra al noreste de la misma, a 12 Km. de la ciudad de Ambato y tiene una extensión de 443,1 Km² (MINTUR, 2007).

Su clima va desde el subhúmedo hasta el ligeramente húmedo, sobre todo, en aquellas partes en que se precipitan las lluvias generadas desde los Altos Andes. La diversidad de atractivos naturales y culturales de este cantón, así como la bondad de su gente la han convertido en una ciudad floreciente y progresiva. El cantón encierra encantos naturales dignos de admirar.

Está conformado por las Parroquias: La Matriz, Ciudad Nueva, San Miguelito, Emilio María Terán, Baquerizo Moreno, Marcos Espinel, San José de Poaló, San Andrés y Presidente Urbina. Su población según el Censo de Población del año 2010 es de 38.357 habitantes, de los cuales 20.266 son mujeres y 18.091 son hombres.

Límites:

Norte: Provincia de Napo y Cotopaxi

Sur: Cantones: Patate y Pelileo

Este: Provincia de Napo y Cotopaxi

Oeste: Cantón Ambato

Distancias

El Cantón Santiago de Píllaro se encuentra a 132.5 Km. de Quito, 312,5 Km. de Guayaquil, 12 Km. de Ambato.

Transporte

Las Cooperativas de Transporte, Santa Teresita y Píllaro, hacen recorridos desde la ciudad de Ambato hasta la ciudad de Píllaro y para llegar a las parroquias se utilizan camionetas.

Características de la Parroquia San Miguelito

Se encuentra a 4 Km. de la ciudad Píllaro, se accede a ésta a través de un carretero asfaltado. Según el Censo de Población del año 2010, tiene una población de 5.050 habitantes, de los cuales 2.413 son hombres y 2.637 son mujeres. Sus

habitantes se dedican principalmente al cultivo de frutas y también a la confección artesanal de guitarras desde hace varios años. Es un lugar de paso para visitar los diferentes atractivos de esta parroquia, aquí se realiza la fiesta religiosa en honor a la Niña María de Jerusalén. Dentro de sus servicios básicos, cuenta con agua potable, energía eléctrica, sistema interconectado y alcantarillado de red pública.

La ventaja de localizar el Complejo Turístico en el Cantón Pillaro es por su creciente actividad económica basada en el turismo, por la facilidad de acceso que permiten las vías asfaltadas y por la disponibilidad de recursos hídricos y humanos.

2.2.2. Micro localización



Figura 2.2. Mapa de micro localización

Fuente: H. Consejo Provincial de Tungurahua

2.2.2.1 Criterios de selección de alternativas

Dentro de la Parroquia San Miguelito, el Complejo Turístico se ubicará en el sector Quillán, específicamente en la localidad Quillán “La Carolina”. Se determinó que esta localidad es la mejor opción para la implementación del Complejo Turístico, fundamentándonos en lo siguiente:

Primero se realizó el análisis de dos localidades Quillán “La Planta” y Quillán “La Carolina” en base al estudio de los siguientes factores locacionales.

Factores locacionales

- Medios y costo de transporte.
- Cercanía a la fuente de abastecimiento de agua.
- Cercanía al mercado.
- Costo y disponibilidad de terreno.
- Proximidad de reciclar y desprender desechos.
- Factores ambientales.

2.2.2.2 Matriz Locacional

Tabla 2.11. Factores Locacionales

Factor	Peso	Quillán "La Planta"		Quillán "Carolina"	
Medio y costo de transporte	0,10	4,00	0,40	6,00	0,60
Cercanía a la fuente de abastecimiento de agua	0,35	9,00	3,15	7,00	2,45
Cercanía al mercado	0,10	10,00	1,00	7,00	0,70
Costo y disponibilidad de terreno	0,20	2,00	0,40	9,00	1,80
Proximidad de reciclar y desprender desechos	0,10	7,00	0,70	9,00	0,90
Factores Ambientales	0,15	9,00	1,35	7,00	1,05
Total	1,00		7,00		7,50

Elaborado por: Wilma Pilco

2.2.2.3 Selección de la Alternativa Óptima

Para el análisis de factores se utilizó el método de evaluación cualitativo por puntos, mediante el siguiente procedimiento, se definió los principales factores locacionales.

Se asignó una ponderación a cada factor para indicar su importancia relativa, las ponderaciones suman en total 1. Como se puede observar, la cercanía a la fuente de abastecimiento tiene mayor peso porque la calidad y disponibilidad de agua es indispensable para las áreas recreativas, para el restaurante y para el regadío de las áreas verdes.

El costo y disponibilidad del terreno es el segundo factor importante para implementar el Complejo Turístico; aunque existe disponibilidad de terrenos en este sector, el costo en los sectores aledaños a las vertientes de agua son más elevados.

Se asignó una calificación a cada factor locacional (escala de 0 a 10) de acuerdo a la importancia, estableciendo una mayor jerarquía para los factores de cercanía al

mercado y de cercanía a la fuente de abastecimiento de agua en el sector Quillán “La Planta”, la disponibilidad de terreno y la proximidad de reciclar y desprender de desechos en el sector Quillán “La Carolina”.

Se multiplicó las ponderaciones por las calificaciones. Se sumó los puntos de cada ubicación y se eligió la ubicación de mayor puntaje.

Llegando a determinar que el sector Quillán “La Carolina”, según el análisis de localización, reúne las mejores condiciones para la implementación del Complejo Turístico por la disponibilidad de terreno, por la proximidad de reciclar y desprender de desechos y por el menor costo de transporte.

2.3. Ingeniería del Proyecto

2.3.1 El proceso de servicio

Se establecieron diagramas de flujo para los procesos de todos los servicios. El seguimiento del proceso establecido facilitará la provisión del servicio desde que el cliente solicita la información deseada hasta que el cliente es atendido y se despide.

Los flujos se establecen en los cinco servicios que el proyecto inicialmente ofrecerá.

2.3.2 Flujograma del proceso

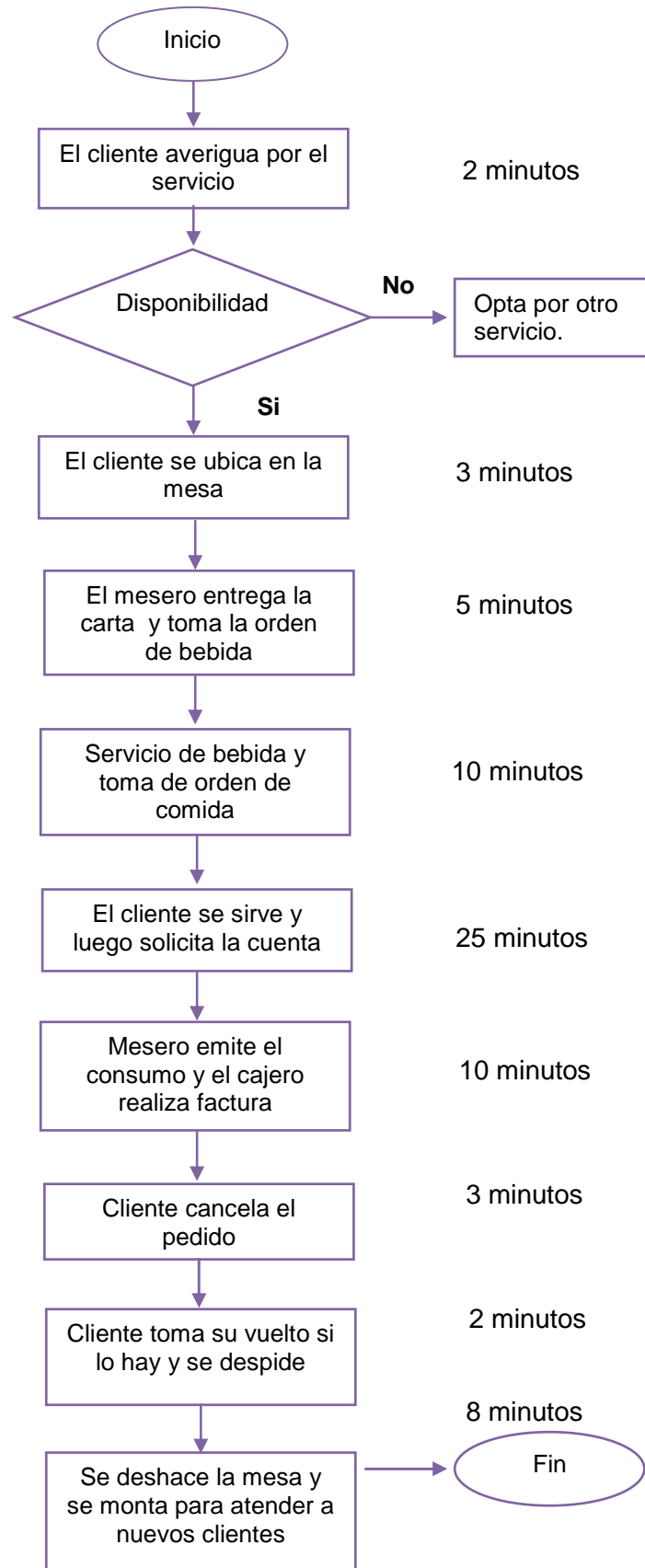


Figura 2.3. Flujograma de servicio de alimentación-Restaurante

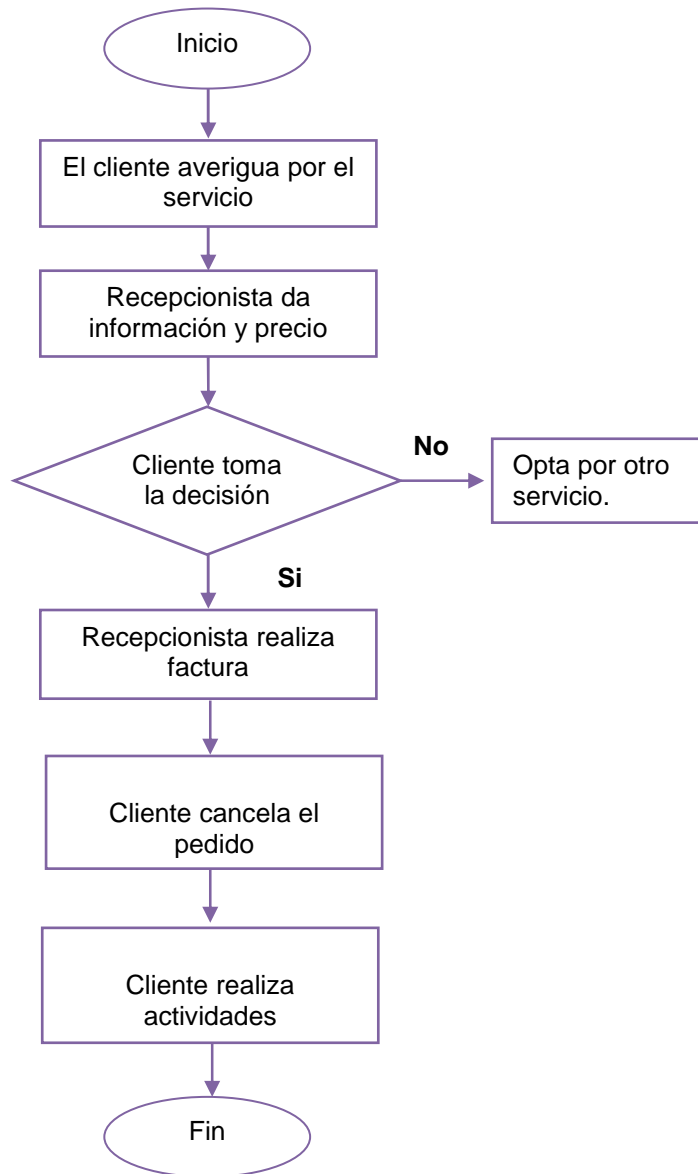


Figura 2.4. Flujograma de servicio de Piscina Recreativa

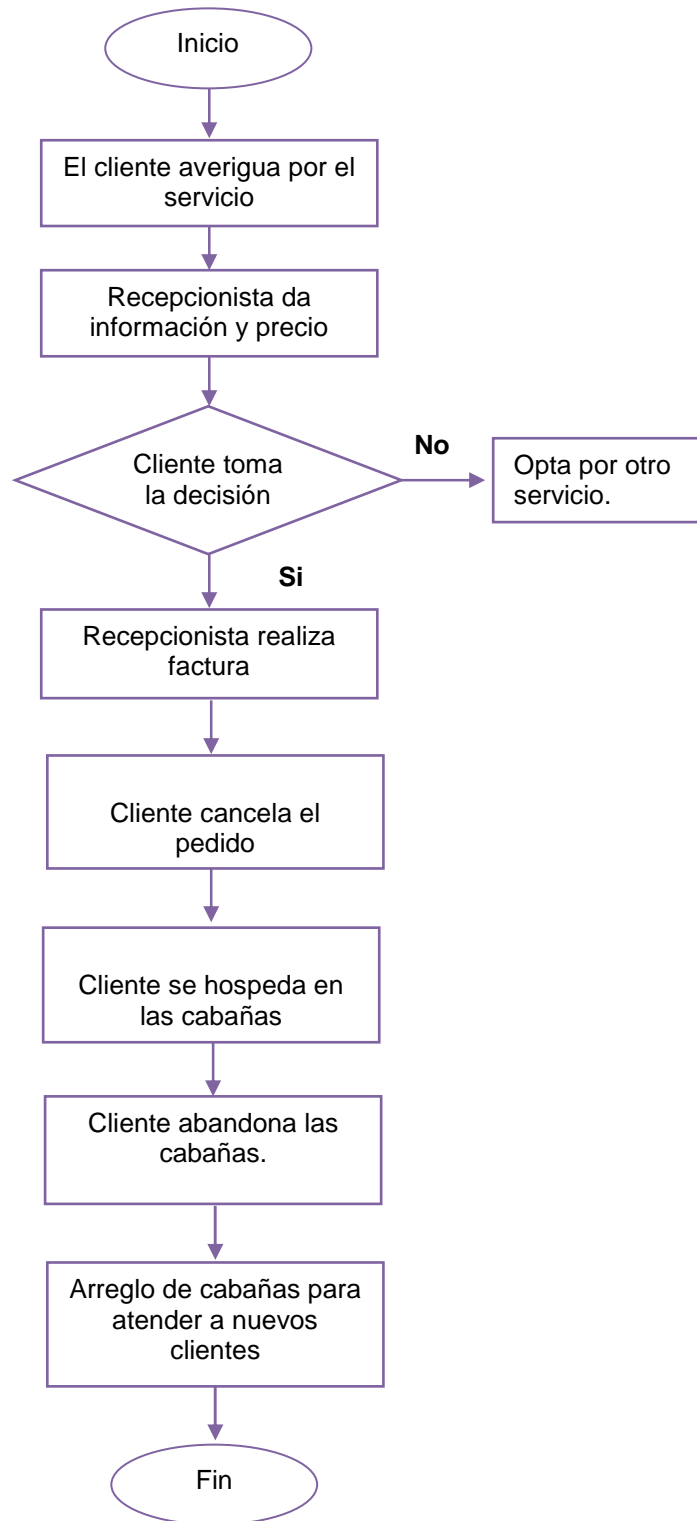


Figura 2.5. Flujograma de servicio de Cabañas

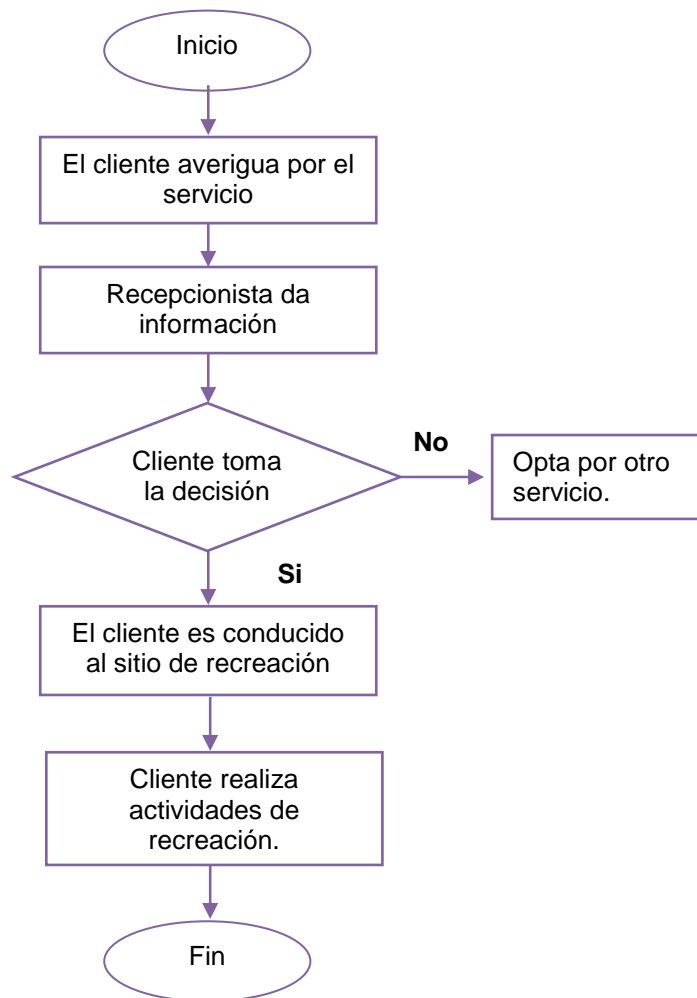


Figura 2.6 Flujograma de servicio de canchas múltiples y juegos de recreación infantil

2.3.3 Requerimiento de terreno

El terreno disponible para la construcción del Complejo Turístico será de 4.700 m², espacio que será suficiente para la construcción de las instalaciones, adecuación de áreas de recreación y espacios verdes, para la movilización de los turistas y futuras proyecciones de expansión.

2.3.4. Requerimientos de Activos Fijos

2.3.4.1 Construcciones

El Complejo Turístico reunirá características que brindarán satisfacción y confort al turista. A partir de los datos de investigación de campo y los análisis realizados para determinar las capacidades de producción, se ha planificado el tamaño de las construcciones que se muestran en la Tabla 2.12.

Tabla 2.12. Terreno y Construcciones

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
Terreno	m2	4.700,00		20.000,00
Facilidades para Restaurante	m2	208,04	178,10	37.052,20
Cabañas (6u)	m2	326,94	189,24	61.870,13
Área Administrativa	m2	59,68	165,34	9.867,49
Piscinas recreativas para niños y adultos	m2	827,56	89,77	74.293,85
Sauna, Turco, Hidromasaje, Polar	m2	92,65	104,52	9.683,78
Canchas de uso múltiple y estacionamiento	m2	1.381,08	14,76	20.384,74
Tanque de reserva	m2	18,00	253,01	4.554,18
Juegos Infantiles	m2	180,40	4,21	759,48
TOTAL				238.465,85

Fuente: Arquitecto Juan López
Elaborado por: Wilma Pilco

El presupuesto detallado de construcción de las instalaciones del Complejo Turístico se encuentra en el Anexo 4.

2.3.4.2 Planta

La planta del Complejo Turístico comprende: área de restaurante; área de piscinas, para adultos y niños, con sauna, turco, hidromasaje y piscina polar; área administrativa; área de recreación, con canchas múltiples y cabañas; área de juegos de recreación infantil; áreas verdes y estacionamiento. En la figura 2.7, se puede apreciar la distribución de las diferentes áreas del Complejo.

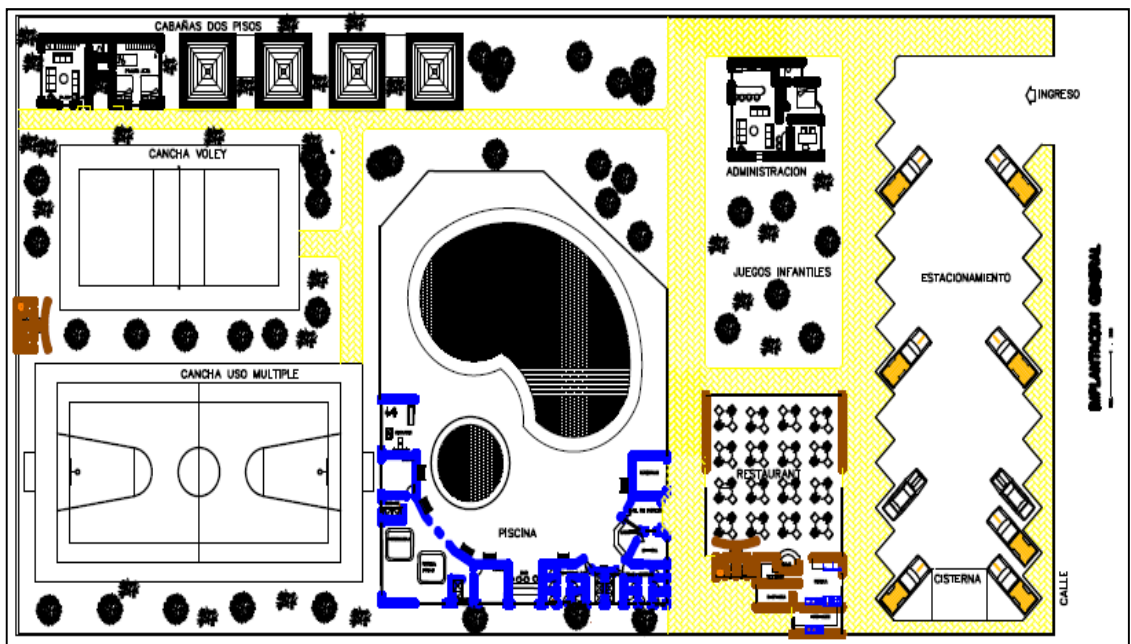


Figura 2.7. Plano del Complejo Turístico "Las Cascadas"

2.3.4.3 Maquinaria

Se utilizarán bombas para la recirculación del agua y calentadores de gas para calentar el agua de las piscinas y el funcionamiento de la sauna y el turco. Se utilizará el calentador a gas Raypak, ideal para piscinas comerciales por su bajo costo de instalación, su operación económica, su eficiencia térmica y su confiabilidad. Para el calentamiento del agua del hidromasaje se dispondrá de calefones.

Los requerimientos de maquinaria se detallan en la tabla 2.13.

Tabla 2.13. Maquinaria

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
Conector limpia fondo	1	200,00	200,00
Bomba	2	800,00	1.600,00
Valvula multivias	1	200,00	200,00
Calentador Raypack, capacidad 400.000BTU/h.	2	4.500,00	9.000,00
Filtro	2	3.500,00	7.000,00
Skimmer (costo global)	1	800,00	800,00
Celefones	2	350,00	700,00
Tanque centralizado de gas GLP 4m3	2	3.800,00	7.600,00
TOTAL		14.150,00	27.100,00

Fuente: Arquitecto Juan López

Elaborado por: Wilma Pilco

2.3.4.4 Equipos

Se requerirán los siguientes equipos (ver Tabla 2.14) para el área administrativa, de restaurante, cabañas y piscina recreativa.

Tabla 2.14. Equipos

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
ÁREA ADMINISTRATIVA				
Computador		2	700,00	1.400,00
Impresora		1	70,00	70,00
Teléfono Panasonic, Inalámbrico		1	40,00	40,00
Subtotal 1				1.510,00
FACILIDADES DE RESTAURANTE				
Área de almacenamiento				
Congelador Horizontal Durex		1	650,00	650,00
Refrigeradoras Indurama	13 pies	1	640,00	640,00
Suman				1.290,00
Área de cocina				
Cocina de 6 quemadores		1	800,00	800,00
Cocina Industrial 3 quemadores		1	120,00	120,00
Refrigeradoras Indurama 13 pies	13 pies	1	640,00	640,00
Licuadaora 10 velocidades		2	75,00	150,00
Asadero		1	250,00	250,00
Extintor de gas	10 lb.	3	18,00	54,00
Suman				2.014,00
Restaurante				
Frigorífico Indurama 15 pies	15 pies	1	865,00	865,00
Televisor LG, LCD	32 pulg.	1	540,00	540,00
Minicomponente LG		1	585,00	585,00
Caja registradora Casio		1	460,00	460,00
Suman				1.990,00
Subtotal 2				5.294,00
CABAÑAS				
Grabadoras LG		6	250,00	1500,00
Televisores LG LCD	23 pulg.	6	325,00	1.950,00
Subtotal 3				3.450,00
ÁREA DE PISCINA				
Kit equipo de mantención (medición de pH y cloro)		1	14,71	14,71
Subtotal 4				14,71
TOTAL				10.268,71

Elaborado por: Wilma Pilco

2.3.4.5 Requerimiento de Muebles y Enseres

Tabla 2.15. Muebles y Enseres

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
ÁREA ADMINISTRATIVA				
Escritorio ejecutivo	u	1	140,00	140,00
Silla giratoria	u	1	35,00	35,00
Mesa de reuniones	u	1	175,00	175,00
Sillas	u	10	15,00	150,00
Archivador(6 gavetas)	u	1	150,00	150,00
Subtotal 1				650,00
FACILIDADES DE RESTAURANTE				
Área de almacenamiento				
Mesa de acero inoxidable	0,95*0,10*1,80m	1	195,00	195,00
Góndola modular 5 pisos	1,40*1,90m.	1	128,00	128,00
Suman				323,00
Área de cocina				
Alacena en madera	u	2	120,00	240,00
Sillas	u	3	15,00	45,00
Mesa de acero inoxidable	0,95*0,10*1,80m	2	195,00	390,00
Suman				675,00
Restaurante				
Mesas (Metal y madera) para 4 p.	u	16	40,00	640,00
Sillas (metal y madera)	u	64	15,00	960,00
Counter 1,60*1,60, una gaveta	u	1	280,00	280,00
Mesa para niños	u	4	36,00	144,00
Suman				2.024,00
Subtotal 2				3.022,00
CABAÑAS				
Camas(2 Plazas)	u	6	95,00	570,00
Camas literas (1(1/2)Plaza)	u	6	110,00	660,00
Veladores	u	6	45,00	270,00
Peinadoras	u	6	138,00	828,00
Juegos de sala	u	6	325,00	1.950,00
Lámparas	u	6	17,15	102,90
Subtotal 3				4.380,90
ÁREA DE PISCINA				
Sillas plásticas ltalo con brazos	u	10	5,00	50,00
Mueble para canastas	u	2	500,00	1000,00
Subtotal 4				1050,00

ÁREA RECREATIVA				
Estaciones de Juegos infantiles	u	2	500,00	1.000,00
Balones de baloncesto	u	2	20,00	40,00
Balones de ecua-vóley	u	2	5,00	10,00
Balones de indor-futbol	u	2	7,00	14,00
Red de Ecua vóley	u	2	10,00	20,00
Bancas de madera	u	10	70,00	700,00
Subtotal 3				1.784,00
TOTAL				10.886,90

Elaborado por: Wilma Pilco

Los muebles y enseres constituyen una parte de los activos fijos del Complejo Turístico. En la Tabla 2.15 se detalla los muebles y enseres necesarios para adecuar el área administrativa, de restaurante, cabañas, piscinas y áreas recreativas.

2.3.4.6 Requerimiento de Menaje

Para complementar el equipamiento de las áreas del Complejo Turístico, se proveerá a las instalaciones los siguientes utensilios:

Tabla 2.16. Menaje

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
REQUERIMIENTO DE MENAJE PARA MANTENIMIENTO DE OFICINAS Y ÁREAS				
Trapeadores	u	10,00	2,89	28,90
Escobas	u	6,00	2,54	15,24
Escobillas	u	6,00	1,20	7,20
Pala para basura	u	3,00	1,00	3,00
Guantes de caucho	u	12,00	1,00	12,00
Botella con atomizador	u	8,00	1,00	8,00
Basurero de baño	u	10,00	3,00	30,00
Basureros verdes (áreas recreativas)	u	4,00	15,00	60,00
Basureros azules (áreas recreativas)	u	4,00	15,00	60,00
Basureros negros (áreas recreativas)	u	4,00	15,00	60,00
Basureros para oficina	u	3,00	3,00	9,00
TOTAL				293,34

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
FACILIDADES DE RESTAURANTE				
Cocina				
Ollas grandes N° 45	u	4	27,00	108,00
Ollas medianas N° 42	u	4	20,00	80,00
Ollas N° 32	u	2	20,00	40,00
Juego de ollas (N° 20 a 28), 5 ollas por juego	u	2	57,00	114,00
Jarras Plásticas (capacidad 2(1/2) l.)	l.	4	1,50	6,00
Cucharetas	u	5	3,00	15,00
Cuchillos de acero inoxidable	u	10	1,50	15,00
Juegos de vasos (docena)	docena	5	6,50	32,50
Baldes plásticos de 8 litros	u	2	1,59	3,18
Juego de coladores de plástico	u	2	3,20	6,40
Ensaladera de acero inoxidable	u	1	12,00	12,00
Sartén mediano de teflón	u	2	5,45	10,90
Espátula de madera mediana	u	2	1,49	2,98
Basureros de metal	u	3	5,00	15,00
Set de toallas de cocina 3 unidades 30*30	u	4	7,99	31,96
Suman				492,92
Restaurante				
Servilletero	u	12	1,29	15,48
Ajicero	u	12	2,25	27,00
Salero	u	12	2,00	24,00
Juegos de cubiertos	u	5	17,50	87,50
Juegos Vajillas	u	13	22,00	286,00
Jarras de vidrio de 2 lt.	u	12	2,87	34,44
Copas de cristal	u	100	1,00	100,00
Tacho de plástico mega fuerte	u	2	6,87	13,74
Suman				588,16
Vestidores				
Delantales	u	5	10,0	50,0
Chalecos	u	5	15,0	75,0
Cofias	u	5	2,0	10,0
Manteles de mesa	u	14	4,0	56,0
Cubre mantel	u	14	6,0	84,0
Servilletas de mesa	u	28	1,5	42,0
Suman				317,00
Subtotal 1				1.786,08

CABAÑAS				
Colchones (2 Plazas)	u	6	107,00	642,00
Colchones de (1(1/2) Plaza)	u	6	87,00	522,00
Juegos de Sábanas	u	12	16,00	192,00
Cobijas	u	12	35,00	420,00
Toallas	u	12	5,00	60,00
Cortinas	u	6	27,00	162,00
Edredones	u	12	20,00	240,00
Subtotal 2				2.238,00
ÁREA DE PISCINA				
Canastas para ropa	u	50	4,00	200,00
Subtotal 3				200,00
ÁREA DE RECREACIÓN				
Manguera de 20 m.	m.	2	16,00	32,00
Azadón mediano	u	1	10,87	10,87
Corta césped	u	1	30,00	30,00
Rastrillo	u	1	4,10	4,10
Podadora	u	1	5,00	5,00
Botas de Caucho	par	1	7,00	7,00
Subtotal 4				88,97
TOTAL				3.925,05

Elaborado por: Wilma Pilco

2.3.4.7 Requerimiento de Vehículo

El vehículo será utilizado para la movilización del personal administrativo, de ventas y para la compra de materia prima e insumos.

Tabla 2.17. Vehículo

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
Vehículo , Marca Dimax , Doble Cabina	1	22.000,00	22.000,00

Elaborado por: Wilma Pilco

2.3.4.8 Requerimiento de Plantas para áreas verdes

Para complementar las áreas verdes del Complejo Turístico, se requerirán plantas arbóreas y arbustivas que serán plantadas alrededor de las instalaciones y de los caminos, y plantas ornamentales para el jardín.

Tabla 2.18. Plantas

DESCRIPCION	COSTO TOTAL (USD)
Plantación de Árboles (Acacia, ciprés, eucaliptos)	18,00
Jardín (Aliso, cucarda, cepillo blanco, rojo)	82,00
TOTAL	100,00

Elaborado por: Wilma Pilco

2.3.5 Requerimiento de materia prima

Se realizó el análisis conforme a los resultados de la investigación de campo, en la cual los turistas indicaron que el restaurante debería brindar servicios de comidas típicas. Para este estudio se consideraron cinco platos típicos: papas con cuy, trucha asada o frita, llapingachos, papas con conejo y caldo de gallina.

Tabla 2.19. Materia prima para el plato papas con cuy (4 platos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
Cuy	1	u	3,00	3,00
Papas	2	libras	0,48	0,96
Cebolla blanca	4	u	0,05	0,20
Ajo	4	u	0,05	0,20
Salsa de maní	1	taza	0,80	0,80
Lechuga	1	u	0,25	0,25
Tomate riñón	0,5	lb	0,30	0,15
Sal, pimienta.	al gusto			0,25
Costo total de materia prima				5,81
Costo de materia prima por plato				1,45

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.20. Materia prima para trucha asada / frita (4 platos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
Trucha	4	u	0,60	2,40
Papas	1	lb	0,48	0,48
Lechuga	1	u	0,25	0,25
Tomate riñón	0,5	lb	0,30	0,15
Ajo	4	u	0,05	0,20
Cebolla paiteña	0,5	lb	0,25	0,13
Sal, pimienta.	al gusto			0,25
Costo total de materia prima				3,86
Costo de materia prima por plato				0,96

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.21. Materia prima para caldo de gallina (8 platos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
Gallina	1	u	5,00	5,00
Arvejas	0,5	lb	0,40	0,20
Zanahoria	3	u	0,05	0,15
Arroz	0,5	lb	0,42	0,21
Culantro	4	ramas	0,05	0,20
Cebolla blanca	4	u	0,05	0,20
Apio	4	u	0,03	0,12
Ajo	4	u	0,05	0,20
Papas	2	lb	0,48	0,96
Sal				0,25
Costo total de materia prima				7,49
Costo de materia prima por plato				0,94

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.22. Materia prima para el plato papas con conejo (8 platos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
Conejo	1	u	6,50	6,50
Papas	4	libras	0,48	1,92
Cebolla blanca	4	u	0,05	0,20
Ajo	4	u	0,05	0,20
Salsa de maní	2	taza	0,80	1,60
Lechuga	2	u	0,25	0,50
Tomate riñón	1	lb	0,50	0,50
Sal, pimienta.	al gusto			0,25
Costo total de materia prima				11,67
Costo de materia prima por plato				1,46

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.23. Materia prima para el plato típico Llapingacho

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
Papas	6	lb	0,48	2,88
Huevos	8	u	0,13	1,04
Queso	0,5	u	1,25	0,63
Mantequilla	2	cucharadas	0,10	0,20
Chorizo	1	lb	1,80	1,80
Tomate	4	u	0,10	0,40
Lechuga	1	u	0,25	0,25
Cebolla paiteña	4	u	0,05	0,20
Aguacate	2	u	0,15	0,30
Limón	4	u	0,05	0,20
Sal				0,25
Costo total de materia prima				8,15
Costo de materia prima por plato				1,02

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.24. Requerimiento anual de comida típica

Clientes anuales para el año 2013	11.771	Consumo aparente en restaurante
Clientes anuales para el año 2013	1.435	Consumo de alimentación aparente cabañas
Total clientes para el año 2013	13.206	

PLATO	COSTO M.P/PLATO	PORCENTAJE APARENTE DE CONSUMO	NÚMERO DE PLATOS/AÑO	COSTO ANUAL/PLATOS	COSTO MENSUAL/PLATOS
Trucha Asada y/o frita	0,96	0,44	5.824	5.612,70	467,73
Papas con conejo	1,46	0,15	1.941	2.831,83	235,99
Papas con cuy	1,45	0,21	2.720	3.951,41	329,28
Llapingachos	1,02	0,21	2.720	2.769,73	230,81
Caldo de gallina	0,94	0,50	6.603	6.182,03	515,17
TOTAL				21.347,71	1.778,98

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.25. Materia prima para jugos (4 vasos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
Fruta (mora, fresa, tomate de árbol)	1	lb	0,50	0,50
Azúcar	0,25	lb	0,43	0,11
Costo total de materia prima				0,61
Costo de materia prima por vaso				0,15

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.26. Requerimiento anual de Jugo

JUGO	COSTO M.P/VASO	NÚMERO DE VASOS /AÑO	COSTO MENSUAL (USD)	COSTO ANUAL (USD)
Fresa, mora, tomate de árbol.	0,15	13.206	167,00	2.005,65
TOTAL				2.005,65

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.27. Requerimiento y costos anuales de materia prima para platos típicos

PLATO	2014		2015		2016		2017	
	N° PLATOS	COSTO(USD)	N° PLATOS	COSTO(USD)	N° PLATOS	COSTO(USD)	N° PLATOS	COSTO(USD)
Trucha Asada y/o frita	6.228	6.326,84	6.663,32	7.135,40	7132	8.050,50	7636	9.085,79
Papas con conejo	2.076	3.192,14	2.221,11	3.600,09	2377	4.061,80	2545	4.584,14
Papas con cuy	2.909	4.454,17	3.112,57	5.023,41	3332	5.667,65	3567	6.396,51
Llapingachos	2.909	3.122,14	3.112,57	3.521,14	3332	3.972,72	3567	4.483,61
Caldo de gallina	7.061	6.968,60	7.554,78	7.859,18	8086	8.867,10	8658	10.007,40
TOTAL	21.183,27	24.063,88	22.664,35	27.139,24	24.258,60	30.619,78	25.973,09	34.557,45

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.28. Requerimiento y costos anuales de materia prima para jugos

JUGOS	2014		2015		2016		2017	
	N° VASOS	COSTO(USD)	N° VASOS	COSTO(USD)	N° VASOS	COSTO(USD)	N° VASOS	COSTO(USD)
Fresa, mora, tomate de árbol	14.122	2.260,84	15.109,56	2.549,77	16.172	2.876,78	17.315	3.246,73
TOTAL	14.122,18	2.260,84	15.109,56	2.549,77	16.172,40	2.876,78	17.315,39	3.246,73

Elaborado por: Wilma Pilco

2.3.6 Requerimiento anual de insumos

Los insumos se encuentran clasificados como insumos que se utilizarán en la cocina, restaurante, cabañas, piscina y áreas recreativas, incluyendo el área administrativa. Se detalla a continuación el requerimiento anual de insumos y sus costos mensuales y anuales.

Tabla 2.29. Insumos para Cocina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO MENSUAL (USD)	COSTO ANUAL (USD)
Aceite Alesol 2 lt.	25	2,70	5,63	67,50
Sal Yodada 2 Kg.	25	0,80	1,67	20,00
Harina de trigo Ya 1kg.	11	2,45	2,25	26,95
Pasta de maní 200gr.	13	1,50	1,63	19,50
Azúcar Valdez 100 lb.	10	43,00	35,83	430,00
Arroz 100 lb	12	42,00	42,00	504,00
Aliño condimensa 380 gr.	13	0,89	0,96	11,57
Fósforos el sol paquete de 10 cajas	6	0,60	0,30	3,60
TOTAL			90,26	1.083,12

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.30. Insumos para Restaurante

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO MENSUAL (USD)	COSTO ANUAL (USD)
Servilleta familia económica 100u.	70	0,90	5,25	63,00
Papel higiénico familia 12 rollos	13	3,05	3,30	39,65
Jabón de manos	100	0,30	2,50	30,00
TOTAL			11,05	132,65

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.31. Insumos para Cabañas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO MENSUAL (USD)	COSTO ANUAL (USD)
Papel higiénico familia 12 rollos	12	3,05	3,05	36,60
Jabón de manos	70	0,30	1,75	21,00
TOTAL			4,80	57,60

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.32. Insumos para Piscina Recreativa

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO MENSUAL (USD)	COSTO ANUAL (USD)
Papel higiénico familia 12 rollos	12,00	3,05	3,05	36,60
Jabón de manos	100,00	0,30	2,50	30,00
Ortotolidina(ml.)	50,00	0,11	0,47	5,68
Rojo de Fenol (ml.)	50,00	0,05	0,20	2,44
Cloro al 70%(Kg.)	14,35	3,50	50,23	602,70
Floculante Tespolfo(Kg.)	2,25	2,35	5,29	63,45
Antialgas (Sulfato de alúmina)(Kg.)	1,00	2,90	2,90	34,80
TOTAL			64,64	775,66

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.33. Insumos para todas las áreas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO MENSUAL (USD)	COSTO ANUAL (USD)
Lavavajillas Axión 1 Kg.	12	1,50	1,50	18,00
Fundas para basura	480	0,05	2,00	24,00
Detergente Deja 4 kg.	6	8,59	4,30	51,54
Desinfectante Kalipto 2 lt.	12	2,70	2,70	32,40
Cloro Ajax 2lt.	12	1,80	1,80	21,60
Estropajo de alambre estrella 3 u	12	0,80	0,80	9,60
Esponja mixta estrella	12	0,60	0,60	7,20
TOTAL			13,70	164,34

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.34. Costos anuales de insumos

	2014	2015	2016	2017
Cocina	1.220,93	1.306,29	1.398,18	1.497,00
Restaurante	149,53	159,98	171,24	183,34
Cabañas	64,93	69,47	74,35	79,61
Piscina recreativa	874,35	935,49	1.001,29	1.072,06
Todas las áreas	173,23	182,60	192,48	202,89

Elaborado por: Wilma Pilco

2.3.7 Requerimiento de combustible

Se determinó el consumo de gasolina extra como combustible que consumirá la camioneta para la movilización del personal administrativo, ventas y compra de materia prima para el restaurante. Y el consumo de gas industrial que se utilizará para las piscinas recreativas y restaurante.

Tabla 2.35. Requerimiento de combustible

COMBUSTIBLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO MENSUAL (USD)	COSTO ANUAL(USD)
Gasolina extra (galones)	20,00	1,48	29,60	355,20
Gas GLP (piscina recreativa)(Kg.)	430,00	1,20	516,00	6.192,00
Gas GLP (restaurante)(Kg.)	60,00	1,20	72,00	864,00
Total				7.411,20

Elaborado por: Wilma Pilco

2.3.8 Servicios Básicos

Para el cálculo de consumo de energía eléctrica, se consideró que la tarifa actual de consumo se ubica en \$ 0,1027 el Kw/hora, incluidos todos los cargos de la tarifa. Para el cálculo de consumo de agua potable se consideró que la tarifa actual de consumo se ubica en \$1,63/m³ e incluye el costo básico, mantenimiento y servicios varios.

Tabla 2.36. Consumo mensual aparente de energía eléctrica

CARGA	POTENCIA (watt)	TIEMPO (HORAS/DÍA)	CONSUMO MENSUAL(KWH)	COSTO (USD)
Focos Ahorradores (30)	20	6	108,00	11,09
Computador (2)	300	8	57,60	5,92
Impresora	20	8	19,20	1,97
Refrigerador (2)	300	8	144,00	14,79
Congelador	300	8	72,00	7,39
Frigorífico	300	8	72,00	7,39
Licuadora	200	1	1,60	0,16
Minicomponente (7)	100	8	84,00	8,63
Ducha	3000	1	24,00	2,46
Televisión (7)	85	7	71,40	7,33
Caja registradora	25	2	0,40	0,04
Bomba de agua(2)	5000	8	640,00	65,73
TOTAL				132,91

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.37. Consumo de servicios básicos

SERVICIO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO MENSUAL (USD)	COSTO ANUAL(USD)
Energía Eléctrica	1.294,20	0,10	132,91	1.594,97
Agua (piscinas recreativas) (m3)	475,00	1,63	774,25	9.291,00
Agua (restaurante + cabañas + áreas verdes)(m3)	192,00	1,63	312,96	3.755,52
Teléfono Fijo			20,00	500,00
Teléfono celular			20,00	240,00
TOTAL				15.381,49

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 2.38. Costos anuales de suministros

SUMINISTROS	AÑOS			
	2014	2015	2016	2017
Combustibles	7.812,15	8.234,78	8.680,28	9.149,89
Servicios Básicos	16.213,63	17.090,79	18.015,40	18.990,03

Elaborado por: Wilma Pilco

2.3.9 Requerimiento de Mano de Obra

El requerimiento de mano de obra se encuentra detallado en el capítulo III.

2.4. Estudio de Impacto Ambiental

Son los estudios técnicos que proporcionan antecedentes para la predicción e identificación de los impactos ambientales. Además describen las medidas para prevenir, controlar, mitigar y compensar las alteraciones ambientales significativas.

Los estudios de impacto ambiental (EslA) se realizan en la fase de factibilidad del proyecto, la información se evalúa de manera preliminar permitiendo a los involucrados tener un conocimiento inicial de los potenciales riesgos y beneficios de una acción propuesta (Pavón, 2009).

Impacto Ambiental

Es el cambio en un parámetro ambiental, en un período específico y en un área definida como resultado de una actividad particular, comparada con la situación que hubiese resultado sin acción (Pavón, 2009).

Objetivo del estudio de Impacto Ambiental

Identificación, predicción y evaluación de los impactos significativos, positivos o negativos, que pueden producir una o un conjunto de acciones de origen antrópico sobre el ambiente físico, biológico y humano (Pavón, 2009).

El entorno ambiental del sector Quillán “La Carolina” podría verse afectado con la construcción del Complejo Turístico y posteriormente con las operaciones turísticas del proyecto.

Al llevar a cabo un proyecto turístico, la flora, la fauna y los recursos naturales son susceptibles de impacto, por tal motivo el estudio de impacto ambiental es primordial en la valoración de este proyecto.

2.4.1 Definición del ámbito de acción

El área de influencia directa será el lugar donde se implementará el Complejo Turístico, en el sector Quillán “La Carolina”. En el lugar, se encuentra una carretera con capa de rodadura de tierra que une a las localidades del sector Quillán. Cercana a la ubicación del proyecto, se encuentra también la cascada “Los Siete Chorros”, este atractivo es visitado por turistas que, en el lugar, realizan actividades religiosas y curativas. Además, contigua al sitio donde se implementará el Complejo Turístico, se encuentra la escuela de educación básica, “Simón Rodríguez”, donde se educan los niños de la comunidad Quillán.

2.4.2 Descripción del entorno ambiental del valle Quillán

Suelo

“La estructura del suelo esta determinada por la presencia de materiales pétreos, que abundan en el sector, por lo que su estructura es granular. La presencia de arena en los suelos con aprovechamiento agrícola es frecuente y tienen una estructura rocosa en los lechos de las quebradas y en los terrenos adyacentes, por lo que son suelos en constante proceso evolutivo. De estos suelos nacen las vertientes que se han unido entre sí para formar las quebradas” (Andino y otros, 2006:p.11)

Uso del suelo

“En la actualidad, aproximadamente el 90% del suelo útil es empleado para la agricultura, existen aproximadamente 96 ha. de cultivos en toda la zona, el 8% es compartido entre la ganadería, complejos piscícolas, una pequeña zona de recreación, y viviendas. El resto del territorio está conformado por laderas y quebradas” (Torres, 2007:p.70).

Ecosistema

La comunidad se encuentra ubicada en una zona de vegetación correspondiente a Matorral Húmedo Montano, que pertenece a los valles relativamente húmedos ubicados entre los 2.000 y 3.000 msnm. La vegetación nativa generalmente forma matorrales y sus remanentes se pueden encontrar en barrancos o quebradas y en otros sitios poco accesibles a lo largo de todo el sector (Sierra, 1999).

Su temperatura fluctúa entre los 18 y 22° C. La humedad relativa en este sector es alta, alrededor del 80%, factor que se manifiesta en la presencia de plantas epifitas en los huertos. El promedio de precipitación en la zona es de 600 a 750 mm/año, siendo los meses de mayor precipitación los comprendidos entre febrero a junio y de octubre a diciembre, con valores medios mensuales de 110 a 190 mm. Los meses de menor precipitación son enero, julio, agosto y septiembre con valores mensuales de 32 a 42 mm (Sierra, 1999).

El área de la comunidad se encuentra entre los 2.224 y los 2.675 msnm aproximadamente, de allí la existencia de una amplia variedad de vegetación nativa conformada por especies de tipo herbáceo, arbustivo y arbóreo. Dicha vegetación se ha desarrollado en la zona montañosa del sector y en las quebradas que se han formado a lo largo de todo el valle (EMAPA, 2004).

Flora

En la zona montañosa, alrededor de los 2.600 msnm, predomina la vegetación herbácea con especies características del ecosistema de Matorral Seco Montano, tales como: shamana (*Dodonaea viscosa*), hizo (*Dalea difusa*), achupalla (*Puya* sp),

orquídeas (*Epidendrum secundum* y *Stellis* sp), huaicundos (*Tillandsia* sp), paja (*stipa* y *festuca*), entre otras (Torres, 2007).

En la zona del valle, aproximadamente a 2250 msnm, la capa vegetal está conformada en su mayor parte por huertos propios del clima sub-húmedo. La vegetación nativa es más bien dominante en las quebradas y a orillas de las acequias.

Los principales cultivos están representados por las siguientes especies: aguacate (*Persea gratissima*), tomate de árbol (*Cyphomandrea betacea*), chirimoya (*Annona cherimola*) y granadilla (*Pasiflora quadrangularis*) (Torres, 2007).

Fauna

La existencia de huertos y de varios ecosistemas a lo largo de todo el valle, favorece la presencia en la zona de diversos tipos de aves. Los mamíferos pequeños también han encontrado en ésta zona su hábitat para desarrollarse al igual que los anfibios, reptiles e insectos.

Dentro de las aves tenemos: mirlos, palomas, tortolita común y colibrí.

Mamíferos: conejo de monte, chucuri, ratón de campo, zorrillo y raposa.

Reptiles: lagartijas y culebra boba.

Anfibios: rana común de páramo.

Peces: preñadilla y trucha arco iris.

Insectos: mosquitos, grillo, luciérnaga, libélula, mariquita.

Infraestructura social

Está conformada por la escuela, “Simón Rodríguez”, que consta de dos aulas grandes donde se educa a los niños de la comunidad y una iglesia en proceso de construcción.

Agua de vertientes

De las vertientes o pogyos ubicados en todo el sector emerge gran cantidad de agua que constituye la fuente de vida para toda la comunidad. Una de estas vertientes denominada “Los Siete Chorros” riega los campos y abastece a 10 familias de la localidad.

Calidad del aire

La calidad del aire en este lugar se ve afectada por el tráfico vehicular los fines de semana, entre semana se puede decir que se respira aire puro en el sector, dada la presencia de vegetación que purifica el ambiente.

Transporte

Hasta este momento no existe transporte público que de servicio a la comunidad. Los turistas y los habitantes del sector se trasladan al sector, en vehículos propios o pagando fletes a camionetas.

Socio economía

La agricultura constituye la mayor parte de la economía de la comunidad de Quillán; el 65% de la población se dedica a esta actividad, en la que predomina el cultivo de frutas y hortalizas; el 20% de la población realiza actividades turísticas en base a la alimentación y a la elaboración de artesanías; el 10% se dedica a la albañilería y el 5% a otras actividades (Torres, 2007).

2.4.3 Identificación de actividades (acciones) que pueden causar un impacto positivo o negativo sobre las variables

Movimiento de tierra

Previo a la fase de construcción, se realizará movimientos de tierra como: excavaciones, aplanamiento, deforestación y demás acciones que son inevitables para dar paso a la siguiente fase de construcción.

Construcción

Se refiere a la construcción del Complejo Turístico. Esta actividad generará ruidos, desechos sólidos y, como aspecto positivo, fuentes de empleo.

Operación turística (presencia de turistas)

La presencia de turistas puede ocasionar impactos negativos al entorno, causando contaminación acústica y polución por la presencia de automotores, desecho de basura en el lugar y agresión de la flora en áreas de vegetación.

Actividades de restaurante

La generación de desechos sólidos, líquidos y de combustión, al ser eliminados sin tratamiento, puede ocasionar impactos negativos sobre el aire, el suelo y el agua del río.

Actividades recreacionales

Generará impactos ambientales y sociales en la fase de operación del proyecto. Como factor positivo se generarán vínculos afectivos entre los visitantes.

Educación Ambiental

Esta actividad es necesaria para conseguir la sensibilización de los visitantes, empleados y habitantes de la comunidad sobre la importancia de preservar el agua, flora, fauna y otros recursos naturales de la zona, contribuyendo al desarrollo sustentable de la zona.

Eliminación de desechos

La operación turística supone la generación de desechos orgánicos e inorgánicos, si no se clasifican estos desechos y no se da un tratamiento adecuado para su eliminación, podrían causar un impacto negativo sobre el medio ambiente.

Generación de fuentes de empleo

Esta acción beneficiará a la comunidad Quillán, porque que la mano de obra no calificada está constituida por jóvenes del sector, con la generación de fuentes temporales y permanentes de trabajo.

2.4.4 Identificación de variables ambientales y componentes ambientales susceptibles a impactos

Variables Físicas

Aire

Es uno de los componentes más susceptibles a sufrir impactos por las actividades turísticas que se realizan en determinado sector. El uso de vehículos que permiten a los visitantes llegar a la comunidad, generan smog y polvo, que contaminan el medio ambiente. El efecto negativo se acentuará durante los fines de semana y días feriados, días en que el sector tendrá mayor afluencia de turistas.

Impacto: contaminación del aire.

Agua

El agua que procede de la vertiente “Los Siete Chorros”, puede verse afectada por desechos sólidos que los visitantes arrojen en la acequia que recoge el agua de esta vertiente.

Los desechos líquidos provenientes de los restaurantes pueden aumentar los niveles de contaminación de la quebrada que conduce el agua hasta el río Culapachán.

Impacto: contaminación del agua.

Suelo

La construcción del área turística, puede causar impactos ambientales, tales como la compactación y la contaminación por los desechos sólidos que queden de la construcción. La frecuencia de los visitantes sobre senderos y áreas de recreación, también puede causar compactación en el suelo.

Impactos: compactación del suelo, contaminación por desechos.

Variables Bióticas

Flora

La flora se verá afectada con la tala de una parte de bosque que se utilizará para la construcción del área del equipamiento de recreación infantil. La construcción del Complejo Turístico, extinguirá parte de la flora natural existente. La presencia de turistas en el área de influencia del proyecto, puede provocar impactos negativos en la flora del lugar al quebrar ramas de árboles o recoger flores.

Impactos: pérdida de flora, pérdida de especies nativas y bosques.

Fauna

La tala de bosques modificará el hábitat de algunas especies de pájaros, causando su flujo migratorio. Además la fauna puede ser perturbada con la emisión de ruido y presencia de basura en su hábitat.

Impactos: modificación del hábitat, migración de las especies.

Variable socio económica

Uso del agua

El agua de la vertiente “Los Siete Chorros” que actualmente es utilizada específicamente para regadío, con la implementación del Complejo Turístico, pasará a tener un uso recreativo y causará malestar entre los conductores del agua.

Impacto: disminución del agua para uso de regadío.

Calidad de vida

Este proyecto contribuirá al incremento de ingresos económicos para la comunidad Quillán, mediante la generación de empleo. El proyecto generará un estilo de vida más saludable, mediante el fomento de deportes y esparcimiento, además

sensibilizará a sus habitantes en la conservación de los recursos naturales-turísticos del sector.

Impactos: mejoramiento de la economía del lugar, fomento de deportes y esparcimiento, mayor aprecio a la naturaleza.

Variable paisaje

Estética natural

El entorno natural, puede distorsionarse en la etapa de construcción y en la de operación, la generación de basura y ruido causarán un efecto negativo a este componente.

Impacto: modificaciones del entorno, perturbación por ruido, generación y eliminación de basura.

2.4.5 Valoración de Impactos Ambientales

Para la valoración de impactos ambientales, se utilizó el método de Leopold que está basado en una matriz donde las actividades que pueden causar impacto al ambiente del proyecto están ordenadas en columnas y los posibles aspectos e impactos están ordenados en filas según la categoría (ambiente físico-biológico, socioeconómico). En las filas se representan varios factores ambientales que son considerados (aire, agua, flora...).

Las intersecciones entre ambas se numeran con dos valores, uno indica la magnitud (de -10 a +10) y el otro la importancia (de 1 a 10) del impacto de la actividad respecto a cada factor ambiental. La valoración es principalmente cualitativa, basada en criterios de expertos y en investigaciones previas sobre el tema (Pavón, 2009).

Las medidas de magnitud e importancia tienden a estar relacionadas, pero no necesariamente están directamente correlacionadas. La magnitud puede ser medida en términos de cantidad. Una vez determinados la magnitud y la importancia de cada celda, se deberá calcular cuántas acciones son positivas y cuántas son negativas, y cuántos factores ambientales son afectados de manera positiva y cuántos son afectados de manera negativa.

Significancia de impacto

Magnitud: se considera una medida de grado, extensión o escala de la alteración ambiental.

Importancia: trascendencia o significación de la alteración, el peso relativo de cada impacto en relación al resto.

Tabla 2.39. Valoración de Impactos Ambientales

VARIABLE	COMPONENTE AMBIENTAL	IMPACTOS	ACTIVIDADES							Impactos (+)	Impactos (-)	Suma de interacciones						
			Movimiento de tierra	Construcción	Operación Turística	Actividades de restaurante	Actividades recreacionales	Educación ambiental	Eliminación de desechos				Generación de fuentes de empleo					
Física	Aire	Contaminación del aire		-2	2	-8	7	-2	4	-6	5	3	7	-6	7	1	5	-119
	Agua	Contaminación del agua				-6	7	-7	7	-3	5	9	9	-6	8	1	4	-73
	Suelo	Compactación del suelo		-5	2	-4	5		-7	5	5	6		-1	1	1	4	-36
		Contaminación por desechos sólidos		-5	6	-7	6	-7	7	-5	8	7	8	-7	7	1	5	-154
Bióticas	Flora	Pérdida de flora	-5	-3	6	-8	-1	-7	9	9	-3				1	6	-88	
		Pérdida de especies nativas y bosques	-5	5	5	8	8	1	7	7	9	5			1	4	-97	
	Fauna	Modificación del hábitat	-5	6	-5	7	5		-7	8	7				1	5	-179	
		Migración de especies	-5	8	-7	8	7		-8	8	8	9	-7	8	1	4	-118	
Socio-económica	Uso del agua	Disminución del agua para uso de regadío			-3	7	-3	8	-5	8	5	5			1	3	-60	
	Calidad de vida	Mejoramiento de la economía			8	8	8	5	5	5		9			5	0	285	
		Fomento de deportes y esparcimiento			9	9	9	9	9	7	5	5		9	3	1	151	
		Aprecio a la naturaleza			8	9	9	9	9	9	9	5	-6	6	4	0	274	
Paisaje	Estética natural	Modificaciones del entorno	-3	-3	7	7	-3	-3	5	2	9	-5	3	4	3	5	-8	
		Perturbación por ruido	-3	-7	7	-8	9	-3	4	-5	7	8			1	5	-102	
		Generación y eliminación de basura	-3	2	7	-7	9	-7	4	-8	7	9			1	7	-187	
Impactos (+)			0	0	4	1	3	15	0	0	3			26				
Impactos (-)			7	9	11	8	12	0	10	1					58			
Suma de interacciones			-159	-228	-200	-139	-310	769	-371	127							-511	

Interpretación de la matriz

La interacción que se genera de la matriz es negativa debido a que la mayoría de actividades que se desarrollaran para la implementación y operación del Complejo Turístico causan impactos negativos. Así se observa que 58 impactos son negativos, frente a 26 impactos que resultan ser positivos.

Los componentes más afectados son: el aire, agua, suelo, flora y la estética natural del entorno especialmente en el impacto de generación y eliminación de basura. Los componentes que son beneficiados con las actividades del Complejo Turísticos son, la calidad de vida a través del mejoramiento de la económica de la población y el aprecio a la naturaleza que se generará tanto en los habitantes del sector Quillán como en los visitantes que hacen turismo en este sector.

En lo referente a las actividades que generan acciones positivas o negativas sobre los componentes medio ambientales, se destaca las actividades de educación ambiental que genera impactos positivos. Las actividades recreacionales, operación turística y eliminación de desechos, generan un impacto negativo en los componentes medio ambientales. Hay que destacar las siguientes actividades que generan un alto impacto sobre los componentes ambientales por su alto grado de magnitud e importancia.

Cuadro 2.4. Actividades que generan un alto impacto sobre componentes ambientales

Actividad	Componente	Impacto	Tipo de impacto	Valoración
Operación Turística	Aire	Contaminación	Negativo	-8/7
	Flora	Pérdida de Flora	Negativo	-8/8
	Calidad de vida	Fomentar el entretenimiento	Positivo	9/9
	Estética natural	Perturbación por ruido	Negativo	-8/9
Actividades de Restaurante	Calidad de vida	Mejoramiento de la economía	Positivo	8/9
Actividades recreacionales	Fauna	Migración de especies	Negativo	-8/8
	Calidad de vida	Esparcimiento y aprecio a la naturaleza	Positivo	9/9
Eliminación de desechos	Estética natural	Generación de basura	Negativo	-8/8
Generación de empleo	Calidad de vida	Mejoramiento de la economía	Positivo	9/9

En definitiva, la implementación de un Complejo Turístico en el sector Quillán aumentará la demanda de turistas y consecuentemente la demanda de transporte,

agua, eliminación de residuos y servicios públicos, esta demanda será mayor en temporadas de feriados, por lo que será necesaria la coordinación y planificación con los propietarios de paraderos turísticos de la zona y el Ilustre Municipio del Cantón Santiago de Píllaro, para evitar que la demanda de servicios excedan a su capacidad con los consecuentes resultados negativos tanto para los residentes del lugar como para los turistas.

Por otro lado, este proyecto ecoturístico podrá concertar la combinación de los sitios naturales y culturales con beneficios económicos y recreativos, siempre y cuando se tome en cuenta la fragilidad y capacidad de los recursos que conforman la atracción turística.

2.4.6 Medidas para prevenir, controlar, mitigar y compensar las alteraciones ambientales significativas.

Se considerará las siguientes medidas para minimizar los impactos negativos generados por la actividad turística del proyecto y potenciar los impactos positivos:

- Durante la construcción se preservará la mayor cantidad de vegetación original posible. Para compensar las pérdidas se plantará vegetación adicional con árboles y plantas ornamentales en el momento que se termine la construcción, tratando de usar vegetación resistente a las sequías, agrupando vegetación con requerimientos altos de agua y plantando árboles que proporcionen espacios de sombra alrededor de todas las áreas recreativas.
- Considerando que el paisajismo y la vegetación atraen a los turistas, así como las plantas nativas y árboles causan una sensación de formar parte de él. La vegetación también provee de sombra, ayuda a minimizar la erosión, crea barreras y filtra aguas residuales. Como medida para prevenir la degradación de la naturaleza del lugar, se plantean charlas de educación ambiental a los empleados del Complejo Turístico, residentes del lugar y turistas. Así como campañas de reforestación en toda la zona en un trabajo mancomunado con los habitantes del sector. Además, la forestación y reforestación de árboles de eucalipto en el bosque donde se tomará la madera para la complementar la infraestructura de las áreas recreativas para niños. Con todas estas actividades se mitigará la contaminación del aire con gases emanados por los vehículos que llegarán a la comunidad.
- La educación ambiental será el principal mecanismo para prevenir la pérdida de especies en la zona por la agresión de la vegetación, de esta forma los visitantes reflexionarán sobre la importancia de la presencia de éstas especies como parte del equilibrio ecológico de la zona y aportarán a su conservación.
- Para minimizar el impacto sobre la fauna de la zona, quedará prohibido que los turistas se aproximen a sitios colindantes donde habitan especies animales que aparezcan durante el recorrido. De igual forma será muy importante reducir la

contaminación acústica en los senderos y zonas turísticas para conservar la existencia de aves y otras especies de animales que habitan en la zona.

- Para mitigar la emisión de ruido, se evitará el uso excesivo del claxon y alarmas de autos, altavoces y equipos de música en las áreas de recreación y senderos. Por otro lado, antes y durante los recorridos por los sitios de visita, los guías deberán informar a los visitantes la importancia de mantener un tono de voz bajo con el fin de no perturbar la armonía del ambiente y el hábitat de los animales. Además se realizará una planificación integrada con los propietarios de los paraderos turísticos, adecuando las vías de acceso alternas con el fin de evitar la congestión del tránsito y peatonal.
- Para prevenir la escasez y degradación de las fuentes de agua, en el Complejo Turístico se dispondrá de una reserva de agua, se controlará su conservación, revisando habitualmente los medidores y las fugas en el sistema. Además, se colocarán llaves reguladoras en sanitarios con tanques ahorradores. Este mecanismo puede economizar el 50% de consumo de agua.
- La contaminación por desechos sólidos será controlado por la asistencia oportuna de los guías (encargados de las áreas recreativas), quienes tendrán la misión de indicar a los turistas la ubicación de contenedores de basura para la eliminación de desechos que se puedan generar. Se dispondrá de tachos para desechos orgánicos e inorgánicos en puntos estratégicos y de fácil acceso acompañados por letreros de información. Además se fomentará el reciclaje de botellas de plástico y la venta de alimentos que no incluyan empaques plásticos.
- Para evitar la contaminación por los desechos líquidos, se fomentará la reducción del consumo innecesario de agua en los restaurantes. Los cocineros deberán coleccionar el aceite y grasa utilizados en recipientes plásticos, separándola del proceso de eliminación de agua para evitar su contaminación.
- La compactación del suelo será minimizada con el uso adecuado de los senderos, los encargados de las áreas recreativas deberán controlar este aspecto haciendo respetar a los visitantes el uso de la huella establecida para evitar que corten camino y abran nuevos senderos.
- Para prevenir el impacto sobre la estética natural, la infraestructura del Complejo Turístico utilizará materiales y colores acordes con el paisaje.
- Para mitigar el impacto de la generación y eliminación de basura, se aplicarán métodos de “reducir”, “reusar” y “reciclar”.

Reducir: evitando el uso innecesario de empaques, bolsas plásticas y otros desechables, comprando víveres al por mayor.

Reusar: papel y jabón.

Reciclar: la mayor cantidad de materiales posibles como el papel, los plásticos, el aluminio y el vidrio.

La basura orgánica puede ser compostada para utilizar como fertilizante en los campos de la comunidad.

- Mantener las buenas relaciones y los recursos de la comunidad, utilizando empleados locales y materia prima local. Identificando nuevas fuentes de turismo como la elaboración de artesanías a partir de carrizo, excursiones por la zona, etc.

Presupuesto de medidas ambientales

Tabla 2.40. Presupuesto de Medidas Ambientales

MEDIDA	FRECUENCIA	COSTO ANUAL (USD)
Charlas de educación ambiental empleados y turistas.	Cada cuatro meses	400,00
Campañas de forestación y reforestación	Cada año	300,00
Mantenimiento de vías de acceso al sector	Cada seis meses	200,00
Reuniones de socialización con la comunidad	Cada seis meses	200,00
Total		1.100,00

Elaborado por: Wilma Pilco

CAPITULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.1. Base legal

3.1.1. Constitución de la empresa

El Complejo Turístico “Las Cascadas” se constituirá como una Sociedad Anónima, debidamente registrada en la Superintendencia de Compañías y ante las autoridades legales competentes, para lo cual se someterá a las Leyes de la Constitución de la República del Ecuador, a las Leyes de Turismo y a las Leyes Ambientales.

En esta compañía, el capital social se encuentra representado por títulos negociables y que poseen un mecanismo jurídico propio y dinámico; por lo cual, la acción es la parte alícuota del capital de una compañía anónima. La ventaja de constituir la empresa como una sociedad anónima es que los accionistas no responden personalmente de las deudas sociales, sino únicamente por el monto de sus acciones, además que los acreedores tienen derecho sobre los activos de la compañía, no sobre los bienes de los accionistas.

Una vez constituida la compañía anónima, deberá obtener todos los permisos y patentes para que su funcionamiento sea legal.

Seguidamente se detallan los artículos de las leyes que regulan el funcionamiento de esta actividad económica y los requisitos que se requieren para constituir la empresa y para la obtención de permisos y patentes de funcionamiento.

3.1.1.1 Leyes que se aplican en la República de Ecuador para constituir la empresa y para legalización de actividades recreacionales en Complejos Turísticos.

Constitución de la República del Ecuador 2008

Título II: Derechos

Capítulo Sexto: Derecho a la libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

- El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.
- El derecho a la libertad de contratación.

Capítulo séptimo: Derecho de la naturaleza

Art. 74.-Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Capítulo noveno: Responsabilidades

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

- Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
- Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.

Título VI. Régimen de Desarrollo

Capítulo sexto: trabajo y producción

Sección primera: formas de organización de la producción y su gestión

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

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Título VII. Régimen del Buen Vivir

Capítulo segundo: Biodiversidad y Recursos Naturales

Sección primera: naturaleza y ambiente

Art. 396.- El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente.

Ley de Compañías

Art.1.- Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Sección VI: De la compañía anónima

Art.143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima", o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Art.145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Art.146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art.160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Ley de Turismo

De las actividades turísticas y de quienes la ejercen

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

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

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

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

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

Lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Reglamento de aplicación a Ley de Turismo

Título Primero. Del Régimen Institucional

Capítulo I. Del Ministerio de Turismo

Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo:
A nivel nacional y con el carácter de privativa, la ejecución de las siguientes potestades:

- a. La concesión del registro de turismo;
- b. La clasificación, reclasificación y categorización y recategorización de establecimientos;
- c. El otorgamiento de Permisos Temporales de Funcionamiento;
- d. El control del ejercicio ilegal de actividades turísticas por parte de entidades públicas o sin fines de lucro; y,
- e. La expedición de la Licencia Única Anual de Funcionamiento en los municipios en los que no se ha descentralizado sus competencias.

Título Segundo. De las actividades turísticas

Capítulo I. De las actividades turísticas y su categorización

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la Ley:

a) Alojamiento

Se entiende por Alojamiento Turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.

b) Servicio de alimentos y bebidas

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo.

Además, podrán prestar otros servicios complementarios, como diversión, animación y entretenimiento.

d) Operación

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

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

y este Reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Capítulo II. Del registro Único de Turismo

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

El Registro de Turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y, otros. De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento.

La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la Lista de Incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

Art. 48.- Pago por concepto de Registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el siguiente detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente. El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

Capítulo IV. De la Licencia Única Anual de Funcionamiento

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

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

De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, estas deberán mantener los montos

fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

Reglamento General de Actividades Turísticas

Título I. De las actividades turísticas

Capítulo I. De los alojamientos

Sección 6. Hosterías, refugios, moteles y cabañas

Art. 26.- Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

Sección 7. Complejos vacacionales

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

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

a) De hospedaje y complementarios:

- Servicio de recepción.
- Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
- Servicio de comedor.
- Servicio telefónico.
- Servicio de lavandería y planchado.
- Servicio de asistencia médica.
- Servicio de venta de “souvenirs” y artículos de uso frecuente.
- Servicio de vigilancia durante el día y noche del recinto del establecimiento; y,

b) Servicios de carácter deportivo:

- Se facilitará a los clientes los artículos necesarios para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.

- En las playas o piscinas existirá el servicio de salvamento.

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

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

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

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

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

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

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

Ley de Gestión Ambiental

Capítulo II. De la evaluación de impacto ambiental y del control ambiental

Art. 19.- Las obras públicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control,

conforme el Sistema Única de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

Art. 20.- Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del Ambiente.

Art. 21.- Los sistemas de manejo ambiental, incluirán estudios de línea base, evaluación de impacto ambiental, evaluación de riesgos, planes de manejo, planes de manejo de riesgos, sistemas de monitoreo, planes de contingencia y mitigación, auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos. El Ministerio del ramo podrá otorgar o negar la licencia correspondiente.

Art. 22.- Los sistemas de manejo ambiental en los contratos que requieran de estudios de impacto ambiental y en las actividades para las que se hubiere otorgado licencia ambiental, podrán ser evaluados en cualquier momento a solicitud del Ministerio del ramo o de las personas afectadas. La evaluación del cumplimiento de los planes de manejo ambiental aprobados, se le realizará mediante auditoría ambiental, practicada por consultores previamente calificados por el Ministerio del ramo a fin de establecer los correctivos que deban hacerse.

3.1.1.2 Requisitos legales para constituir la empresa

Constitución de la Compañía Anónima

Requisitos Generales

Número de personas: mínimo dos

Capital mínimo: 800 USD

Valor mínimo de la acción: 1USD cada acción

Prohibición: No padres con hijos menores de edad y tampoco entre marido y mujer.

Pasos para la constitución

1. Aprobación del nombre o razón social de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
2. Apertura de la cuenta de integración de capital en cualquier banco de la ciudad si el aporte es en numerario.
3. Elevar a escritura pública la minuta de constitución de la empresa, en cualquier notaría.
4. Presentación de tres escrituras de constitución en la Superintendencia de Compañías, adjuntar cédula y papeleta de votación de quien suscribe el documento.
5. La Superintendencia de Compañías en el transcurso de 48 a 72 horas puede emitir modificaciones o expedir la resolución de aprobación.
6. Publicar el extracto de resolución.

7. Sentar razón de la resolución de constitución en las escrituras, en la misma notaría donde reposa la escritura matriz de constitución.
8. Inscribir las escrituras en el Registro Mercantil.
9. Inscribir en el Registro Mercantil los nombramientos del Representante Legal y Administrador de la Empresa.
10. Los documentos a presentar en la Superintendencia de Compañías para finalizar el trámite de constitución son:
 - Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el Registro Mercantil.
 - Un ejemplar o copia certificada del periódico en el cual se publicó el extracto.
 - Original o copias certificadas de los nombramientos del representante legal y administradores inscritos en el Registro Mercantil.
 - Copia legible de la cédula de ciudadanía o pasaporte del representante legal y administrador de la compañía.
 - Formulario del R.U.C (01-A) original, lleno y firmado por el representante legal.
 - Copia simple de una factura de pago de agua, luz o teléfono, del domicilio de la compañía.
11. La Superintendencia de Compañías después de registrar el acto jurídico, entrega al usuario en 24 horas.
 - Formulario del RUC.
 - Datos Generales.
 - Cumplimiento de Obligaciones y existencia legal.
 - Nómina de socios.
 - Acto jurídico de constitución.
12. Para la obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas, se requiere:
 - Formulario RUC 01-A y 01-B llenos, suscritos por el representante legal.
 - Original y copia, o copia certificada de la escritura de constitución, inscrita en el Registro Mercantil.
 - Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
 - Original y copia de la planilla de agua, luz o teléfono.
13. Para obtener el oficio para la liberación de fondos de la cuenta de integración de capital, presentar en la Superintendencia de Compañías una copia simple del RUC.

Fuente: Superintendencia de Compañías. Ambato. 2012

Requisitos para obtener el permiso de Bomberos

- Letreros de:
 - Salida o vías de emergencia.
 - Números de emergencia.
 - Extintor
 - Punto de encuentro
- Luces de emergencia
- Detectores de humo
- Extintores en buen estado.

Fuente: Cuerpo de Bomberos del Cantón Santiago de Píllaro. 2012

Requisitos para obtener la Patente Municipal

- Copia del registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del Representante Legal de la Compañía.
- Balance Inicial de resultados.
- Llenar el formulario para la declaración previo a la obtención de la patente anual.
- Copia del permiso de funcionamiento del cuerpo de Bomberos
- Esta patente se obtiene dentro de los 30 días posteriores al último día del mes en que inició la actividad.
- Costo 360 dólares anuales.

Fuente: Jefatura de Rentas del Ilustre Municipio del cantón Santiago de Píllaro.2012

Registro Único de Turismo

Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo, deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por el Ministerio de Turismo, acompañada de los siguientes documentos:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante.
- Copia de la cédula y papeleta de votación.
- Copia del contrato de arriendo o de la escritura de la propiedad en caso de ser bien propio.
- Registro único de contribuyentes o cédula de ciudadanía, según sea la persona natural o extranjera solicitante.
- Lista de precios de productos ofertados.
- Declaración de fijos para cancelación de 1X100 (formulario entregado por el MINTUR).
- Detalle de inventario valorado de los activos del establecimiento firmado por el representante legal.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud.
- Para la certificación en el IEPI hay que llenar el formulario de búsqueda fonética proporcionado por la institución.
- El tiempo para realizar este trámite no excede de un día, una vez completados los requisitos.
- El valor de registro será una cantidad igual a la que corresponda por Licencia Anual de Funcionamiento, calculada ésta para todo el año calendario.

Fuente: Ministerio de Turismo. Ambato. 2012

La concesión de licencias de funcionamiento les corresponde a los Gobiernos Autónomos Descentralizados, en el caso del Cantón Santiago de Píllaro, al no ser Gobierno Descentralizado, quien se encarga de emitir esta licencia es el Ministerio de

Turismo con sede en la ciudad de Ambato. Para el trámite de licencia única de funcionamiento en el Ministerio de Turismo a más de los requisitos para registro único se requiere:

Licencia Única Anual de Funcionamiento

- Certificado actualizado de la afiliación de la Cámara de Turismo Provincial.
- Patente Municipal.
- Certificado del Cuerpo de Bomberos.
- Formulario Actualizado de la planta turística

Fuente: Ministerio de Turismo. Ambato. 2012

Licencia Ambiental

- Solicitud de certificado de intersección con el sistema nacional de áreas protegidas, bosques protectores y patrimonio forestal del Estado, a la que se adjunta:
 - Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal de la compañía.
 - Copia del RUC.
 - Copia y original del depósito de 50,00 USD por proyecto.
- Certificado de categorización, llenar la ficha preliminar ambiental.
- Clasificación de la compañía de acuerdo al potencial de impacto ambiental.
- Si el impacto es mínimo se requerirá un plan mínimo de manejo ambiental.
- Si el impacto es mayor se requerirá un Estudio de Impacto Ambiental avalado por un Consultor Ambiental, posterior a ello se concederá la Licencia Ambiental.

Fuente: Ministerio del Ambiente. Ambato. 2012

3.1.2 Tipo de empresa (sector/actividad, CIU)

El Complejo Turístico es una empresa de servicios, que se encuentra dentro de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIU)¹:

H. Hoteles y Restaurantes

H55 Hoteles y Restaurantes

Esta sección incluye el suministro de alojamiento temporal para visitantes y otros viajeros y el suministro completo de comidas y bebidas para su consumo inmediato. El número y tipo de servicios suplementarios suministrados por esta sección pueden variar extensamente.

¹ Clasificación por tipo de actividad económica. Actividad se entiende como un proceso o grupo de operaciones que combinan recursos tales como: equipo, mano de obra, técnicas de fabricación, insumos y se constituyen en una unidad cuyo resultado es el conjunto de bienes o servicios.

Esta división incluye el suministro de alojamiento temporal para visitantes y otros viajeros. También se incluye el suministro de alojamiento por tiempo prolongado para estudiantes, trabajadores y similares. Algunas unidades (establecimientos) pueden suministrar sólo alojamiento, mientras que otros proporcionan una combinación de alojamiento, comidas y/o instalaciones recreacionales.

H551 Hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje temporal.

H5510 Hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje temporal.

H5510.0 Hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje temporal.

Esta clase incluye el suministro de alojamiento, típicamente sobre una base diaria o semanal principalmente para visitantes temporales. Se incluye el suministro de alojamiento amueblados en habitaciones y piezas para huéspedes o unidades completas e independientes equipadas con cocina, con o sin servicio doméstico diario, a menudo pueden incluir una gama de servicios adicionales como servicios de comida y bebida, estacionamiento, servicio de lavandería, piscinas y salas de ejercicios, instalaciones recreacionales e instalaciones para conferencias y convenciones.

Esta clase incluye suministro de alojamiento de: Hoteles; Hoteles resort; suites y Hoteles de apartamentos; Moteles; Albergues; Hostelerías, Casas de huéspedes; Pensiones; Unidades (establecimientos) con cama y desayuno, Albergues juveniles; Cabañas y departamentos para visitantes; Unidades de tiempo compartido; Viviendas para vacaciones; Chalets, Cabañas con servicio doméstico, Hostales juveniles y Refugios de montaña.

3.1.3 Razón social, logotipo, slogan.

Razón Social

La razón social es el nombre y firma por los cuales es conocida una compañía anónima. Es, por lo tanto, el atributo legal que figura en la escritura o documento de constitución que permite identificar a una persona jurídica y demostrar su constitución legal.

El nombre de esta compañía será:

COMPLEJO TURÍSTICO “LAS CASCADAS S.A.”

Logotipo

El logotipo es el elemento fundamental para que la compañía tenga una buena imagen corporativa, una imagen que represente lo que su compañía es y lo que ésta ofrece. Para el público, el logotipo es la compañía, no sus productos, no sus edificios, no su personal sino su logotipo. Los colores y símbolos que se han incluido en el logotipo que representará a la empresa son los siguientes:

Colores:

Azul: simboliza la tranquilidad y la calma que se puede encontrar en el sector Quillán.

Amarillo: representa la calidez del sector, el sol radiante que llena de luz y calor en cada rincón, así como la riqueza de esta tierra.

Blanco: representa la pureza y frescura de sus cascadas y la bondad de las personas que conforman la empresa.

Marrón: representa la elegancia de las instalaciones del Complejo Turístico y del servicio.

Verde: simboliza la vegetación de las áreas recreativas y jardines, significa además, la armonía y fertilidad del valle reflejada en su diversidad floral.

Símbolos:

Sol: simboliza la calidez presente en cada rincón del sector Quillán y en el Complejo Turístico.

Montaña: representa al verdor de la vegetación y variedad de ecosistemas que existen en este sector.

Cascada: simboliza la riqueza hídrica de la zona y que se constituyen en atractivos turísticos.

Casa: representa el refugio, el abrigo donde los turistas podrán descansar luego de disfrutar de los servicios que les ofrece el Complejo Turístico en el sector Quillán.



Figura 3.1. Logotipo de la empresa

Slogan

El slogan de la empresa intentará llamar la atención sobre nuestro servicio, diferenciándolo de la competencia y generando un deseo en el turista para que visite nuestras instalaciones.

El slogan que llevará la empresa es el siguiente:

“Ven y disfruta de un nuevo lugar que recreará tu vida”

3.2. Base Filosófica de la Empresa

3.2.1 Misión

Somos una empresa de servicios, constituida para entregar servicios de turismo a través del sano entretenimiento que ofrecen nuestras instalaciones. Nuestro interés es servir al turista local y regional que guste de disfrutar de la aventura y la recreación. Brindamos un servicio de turismo ecológico, respetando el medio ambiente, en un valle muy acogedor del Cantón Santiago de Píllaro y contamos con un equipo humano calificado y preparado para desempeñar sus funciones en un clima laboral de amistad, compañerismo y lealtad.

3.2.2 Visión

Ser reconocidos como el mejor Complejo Turístico del Cantón Santiago de Píllaro por la excelencia en el servicio y el respeto al medio ambiente. Incursionar en el mercado nacional ofreciendo una variedad de servicios de recreación.

3.2.3 Objetivos estratégicos

- Centrar nuestro esfuerzo en la satisfacción del cliente ofreciendo un servicio de calidad y manteniendo precios competitivos.
- Demostrar una imagen innovadora y de respeto por el medio ambiente.
- Crecer en el mercado local y regional.
- Diversificar los procesos de preparación de platos típicos.
- Desarrollar nuevos servicios de recreación
- Reducir los costos de operación evitando desperdicios.

3.2.4 Principios y valores

Nos comprometemos social y culturalmente con la comunidad de Quillán a adoptar nuestras tácticas empresariales en la preservación del medio ambiente. Además de actuar con profesionalidad, integridad moral, lealtad y respeto a las demás personas. Con nuestros clientes nos comprometemos a entregar un servicio de calidad, encantador y acogedor que les permita complementar el disfrute de los atractivos turísticos del sector.

Trabajaremos en base a los siguientes valores:

- Responsabilidad social.
- Honestidad e integridad.
- Excelencia en calidad de servicio.
- Perseverancia de superación constante.
- Entusiasmo por satisfacer el 100% a nuestros clientes.

3.2.5 Estrategia Empresarial

La estrategia es un patrón o modelo de decisiones que determina y revela sus objetivos, propósitos o metas, que produce las principales políticas y planes para lograr tales metas, define la esfera de los negocios a la que aspira una compañía (Mintzberg, 1997).

Adoptaremos la estrategia de diferenciación para ser más competitivos, ofreciendo diversidad de servicio de alimentación y recreación que genere una experiencia única en el consumidor. Reconociendo como prioridad ineludible la protección del medio ambiente, desarrollaremos nuestras actividades sobre la base del respeto al medio ambiente, el apoyo al desarrollo sostenible y el compromiso de aplicación de buenas prácticas ambientales.

3.3. Estrategias de Mercadotecnia

3.3.1 Estrategia de Precio

Se buscará satisfacer las necesidades del mercado objetivo, ofreciendo productos a precios indicados por los turistas en el estudio de mercado. Así, por la entrada al Complejo Turístico los adultos pagarán 4,00 USD y los niños 2,00 USD, por hospedaje pagarán un precio de 14,00 USD. En estos servicios se aplicará la estrategia de precios basados en el valor, que consiste en fijar el precio según la percepción que los clientes tienen sobre el producto y no en el costo del mismo.

Se empleará la estrategia de descuento por cantidad, que consiste en ofrecer un descuento si consumen en mayor cantidad nuestro producto; a mayor cantidad, podemos ofrecer un mayor descuento. Se realizará un descuento del 10% a grupos mayores a 10 integrantes, los descuentos se aplicarán en el servicio de comidas e ingreso a la piscina recreativa.

Se aplicará la estrategia orientada a la competencia a los precios de los platos típicos, estos se igualarán a los de la competencia; y, para los productos nuevos, los precios de lanzamiento serán más bajos para lograr una rápida acogida de los clientes. En los servicios nuevos, se aplicará la estrategia de precios por penetración, que consiste en fijar un precio inicial bajo para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración de mercado, una rápida acogida, o para hacerlo rápidamente conocido. Una vez que tengamos una buena demanda, es posible ir aumentando los precios.

3.3.2 Estrategia de Promoción

Una estrategia consistirá en promocionar los servicios con incentivos de descuentos por el número de visitantes, así como también descuentos por temporadas, en especial en el servicio de alimentación.

Renovar la página web con información de anuncios de los servicios semanalmente. Estos anuncios contendrán diseños y colores llamativos para atraer a los clientes. La información del menú dominical se publicará en la prensa del día. Diseñar afiches, trípticos y calendarios publicitarios, que contendrán información de los servicios que ofrece el Complejo Turístico. Esta promoción se lanzará cada tres meses.

3.3.3 Estrategia de Servicio

Brindar un servicio de calidad para diferenciarnos de la competencia, respaldado para ello por las instalaciones físicas con las que contará el Complejo Turístico, el personal capacitado para realizar las funciones y la higiene de sus instalaciones. El Complejo Turístico brindará confort para el descanso, la relajación, el contacto con la naturaleza y la convivencia familiar.

Ampliar nuestra línea de productos alimenticios, con el incremento de opciones del menú, constituido por platos típicos de otras zonas preparados con condimentos naturales que agraden el paladar del turista. Incluir nuevos servicios de recreación como recorridos por los lugares turísticos del sector acompañados de guías turísticos e implementación de pesca deportiva y trekking. Estos servicios brindarán al turista un mayor disfrute de las instalaciones del Complejo Turístico.

Los servicios adicionales que se implementarán para asegurar la calidad a los clientes serán:

- Atención de quejas, reclamos y observaciones de los clientes.
- Control del desempeño de los empleados.
- Sistemas para vigilar y mejorar el desempeño de los servicios del Complejo Turístico.
- Otros sistemas para el control de la calidad.

3.3.4 Estrategia de Plaza –Distribución

El Complejo Turístico “Las Cascadas” estará ubicado en la localidad Quillán “La Carolina” y desde ahí se atenderá los requerimientos del mercado objetivo. El canal de distribución para llegar al turista, será el canal directo.

Los productos se ofrecerán vía internet, a través de la página web del Complejo Turístico y mediante el envío de correos electrónicos. Se realizará convenios con instituciones públicas del Cantón Santiago de Pillaro, para que utilicen las instalaciones del Complejo Turístico en eventos de la institución y a la vez puedan hacer uso de los servicios que ofrece el mismo.

3.4. La Organización

3.4.1 Estructura orgánica

Toda empresa cuenta con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia, se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones que la componen. Esto permite ubicar a las unidades administrativas en relación con las que le son subordinadas en el proceso de la autoridad. El valor de una jerarquía bien definida consiste en que reduce la confusión respecto a quien da las órdenes y quien las obedece. El Complejo Turístico estará jerarquizado por departamentos organizados por los procesos que llevará a cabo la empresa.

La estructura orgánica de la empresa en orden jerárquico estará constituida por:

- Junta General de Accionistas
- Gerente del Proyecto
- Asistente de Gerencia
- Departamentos
 - Departamento de operación turística
 - Departamento de promoción
 - Departamento financiero

3.4.2 Organigrama Estructural

La estructura de la organización permite dirigir el desarrollo del proyecto. Jerárquicamente está normalizada por la Junta General de Accionistas donde se toman las más importantes decisiones para el surgimiento de la empresa, le sigue en autoridad la gerencia de proyectos que actuará como el coordinador de todo el proyecto, tendrá la responsabilidad de liderar y administrar el proyecto, así como de dirigir las reuniones de estado y avance del proyecto. Los informes de estas reuniones serán presentados a la Junta General de Accionistas.

Posteriormente, le sigue una estructura funcional organizada por departamentos de: Promoción y Ventas, Operación Turística y Financiero. El departamento de Operación Turística estará dirigido por un Jefe que actuará como administrador y supervisor de las áreas de servicio que conforman el Complejo Turístico.

El personal encargado de las áreas recreativas, piscinas y cabañas, dependerá directamente del Jefe de Operaciones, mientras que el área de restaurante tendrá un subjefe, el Chef, que será el responsable de las actividades y personal de esta área.

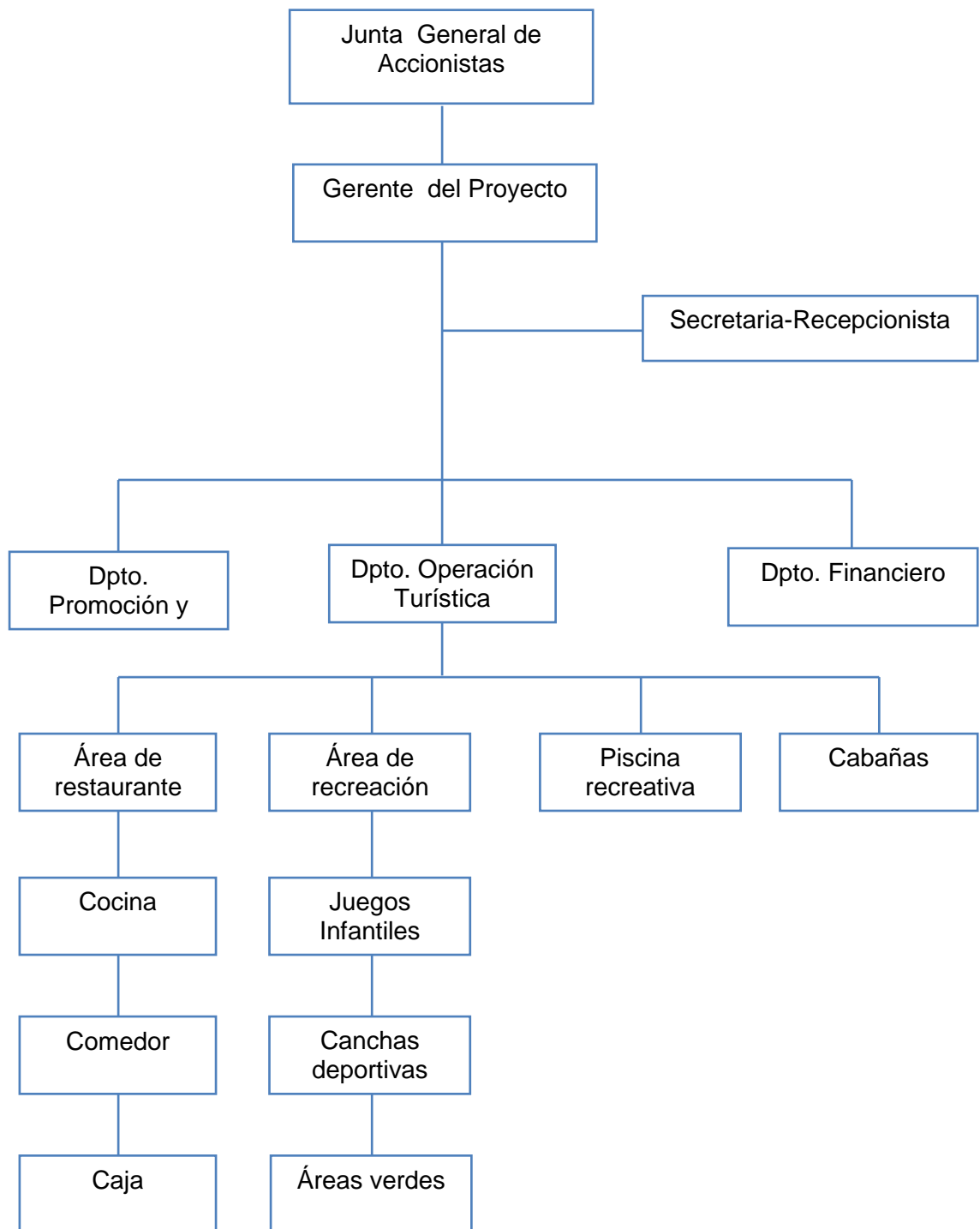


Figura 3.2. Organigrama Estructural

3.4.3 Responsabilidades

Junta General de Accionistas

- Organizar las reuniones al final del ejercicio económico.
- Coordinar la ejecución de actividades.

- Determinar la forma de reparto de los beneficios sociales.
- Reunir a los socios para deliberar sobre los problemas que están afectando a la empresa.

Gerente del Proyecto

- Administrar el proyecto hasta su etapa final, con responsabilidad, organización, liderazgo, integración y comunicación.
- Dirigir, liderar, motivar al equipo de trabajo y a otros actores del proyecto.
- Controlar, el avance del proyecto y definir cambios y ajustes.
- Realizar el plan gestión y reuniones de estado y de avance del proyecto.
- Facilitar instrucciones y capacitación al personal del complejo.
- Diseñar el proceso administrativo.
- Asegurar el manejo eficiente de los recursos humanos y materiales con que cuenta la empresa.
- Asegurar la satisfacción del cliente.

Asistente de Gerencia (Secretaria)

- Garantizar la custodia de archivos.
- Manejo correcto en la reserva de servicios de cabañas y piscinas recreativas.
- Cuidado y esmero en la elaboración del trabajo asignado.

Departamento de Operación Turística

- Verificar la calidad de los servicios ofertados por el Complejo Turístico.
- Supervisar la higiene de todas las áreas del Complejo Turístico.
- Inspeccionar el buen estado de los jardines, senderos y áreas recreativas.
- Planear procedimientos de elaboración de productos.
- Controlar la asepsia del área de cocina y restaurante.
- Coordinar actividades en las áreas recreativas y cabañas.
- Establecer cronogramas, plazos y presupuestos.
- Analizar y evaluar resultados para proponer acciones.
- Alcanzar los objetivos planeados.
- Liderar el equipo humano de trabajo.

Chef

- Administrar su equipo de trabajo.
- Supervisar la seguridad de los alimentos e higiene personal.

Empleados

- Cumplir con las funciones establecidas en el contrato.
- Atender al cliente con respeto, amabilidad y cortesía.

- Mantener la puntualidad.
- Mantener las normas de higiene.
- Supervisar la seguridad de los platos preparados.

Departamento de promoción

- Diseño de medios publicitarios, vallas, páginas web, etc.
- Coordinar eventos de relaciones humanas y atención a clientes.
- Establecer un plan de promoción y ventas.
- Asegurar la correcta atención al cliente.

Departamento Financiero

- Llevar un control adecuado de los registros contables del Complejo Turístico, los cuales son muy útiles y obligatorios, ya que sirven para conocer el estado financiero en que se encuentra la empresa.

3.4.4 Perfiles profesionales

Gerente de proyecto

Nivel académico

Título profesional: Ingeniero en Administración o Economía, preferencia cuarto nivel en Gestión de Proyectos o Planificación Estratégica.

Descripción de la ocupación

Gestionar las actividades económicas, administrativas, del personal y de los recursos materiales. Será el responsable del crecimiento y sustentabilidad de la empresa, la satisfacción de los clientes y de los empleados.

Conocimientos

- Herramientas de planificación, control y optimización de resultados.
- Gestión de procesos administrativos de tipo turístico.
- Técnicas de liderazgo y motivación.
- Técnicas de negociación y administración de contratos.
- Aspectos legales pertinentes a la administración de la empresa.
- Aspectos laborales de empleos fijos y temporales de la empresa.
- Planificación de actividades turísticas.

Habilidades

- Raciocinio numérico aplicado a negocios.

- Capacidad de liderazgo.
- Toma de decisiones en situaciones críticas.
- Relacionarse públicamente con clientes potenciales.
- Previsor, persuasivo e innovador.

Asistente de Gerencia-Secretaria-Recepcionista

Nivel académico

Título profesional: Licenciada en secretariado comercial

Descripción de la ocupación

Asistente de gerencia, redactar oficios, organizar archivos, atención en información al público. Relacionar al turista con los diversos servicios del Complejo Turístico, registrar su entrada y salida.

Encargarse de los clientes que utilizarán las instalaciones de piscina recreativa y cabañas.

Conocimientos

- Manejo del paquete Microsoft Office.
- Redacción de oficios.
- Términos técnicos de turismo.
- Reglas de etiqueta y protocolo.
- Relaciones humanas.

Habilidades

- Lectura y escritura con capacidad de comunicación oral simple.
- Comprensión de las necesidades del cliente.
- Capacidad de relacionarse con el cliente.
- Cordialidad con el cliente.

Jefe de operación turística

Nivel académico

Título profesional: Licenciada en Ecoturismo, administración y afines.

Descripción de la ocupación

Gestionar los procesos turísticos, desarrollar los niveles operativos y humanos para alcanzar competitividad y desarrollo de la empresa turística.

Conocimientos

- Conocimientos de actividades turísticas.
- Procesos de mejora continua.
- Técnicas de definición de precios, productos y servicios.
- Buenas prácticas de manufactura.
- Manejo de personal y equipos de trabajo.
- Técnicas de liderazgo y jefatura.
- Métodos de evaluación de desempeño del personal.
- Desarrollo de nuevos servicios turísticos.
- Estructura y funcionamiento de las áreas de recreación.

Habilidades

- Planificación de corto y largo plazo.
- Toma de decisiones.
- Raciocinio numérico aplicado a negocios.
- Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada.
- Innovador, perseverante, atento, detallista, orientado al cambio.

Chef

Nivel académico

Título profesional: Chef

Con experiencia de un año en jefatura de cocina.

Descripción de la ocupación

Crear, coordinar, realizar recetas y platos; supervisar el equipo de trabajo de cocina: ayudantes de cocina y meseros; asegurar la calidad de los productos y la rentabilidad del restaurante.

Conocimientos

- Prácticas administrativas y de planificación.
- Administración de la producción.
- Principios básicos de la gestión de procesos de alimentos y bebidas.
- Análisis y control de costos y resultados.
- Manejo de indicadores de gestión y cumplimiento de metas.
- Selección, entrenamiento y evaluación del personal.
- Creación de planes de capacitación para los integrantes del grupo.
- Recetas de cocina nacional e internacional.

- Términos técnicos operacionales de alimentos y bebidas.
- Técnicas de preparación, cocción, disposición, montaje y preparación de platos.
- Técnicas de servicio.
- Aspectos básicos de nutrición y dietas alimenticias.
- Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía.
- Requisitos de higiene y presentación personal.

Habilidades

- Capacidad de liderazgo, de orientar, supervisar motivar y relacionarse con su equipo de trabajo.
- Iniciativa para prevenir y solucionar problemas.
- Juzgar, sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos.
- Reflejos rápidos, coordinación motriz fina.
- Equilibrado, atento, confiable emocionalmente, controlador.

Ayudante de cocina

Nivel académico

Bachiller técnico en Agro Industria de los Alimentos.

Educación Básica (noveno grado aprobado) y una experiencia menor de un (1) año a nivel operativo.

Descripción de la ocupación

Preparación de alimentos bajo la asesoría del Chef. Apoyar los sabores de cocina y comedor; preparando, cocinando, distribuyendo alimentos y bebidas para garantizar un eficiente servicio alimenticio en la organización.

Conocimientos

- Conocimientos en cocina.
- Organización de neveras y armarios.
- Nutrición y dietética.
- Conservación de alimentos.
- Normas de Higiene y Seguridad Integral.

Habilidades

- Tratamiento y cocción de los alimentos.
- Preparar fondos, ensaladas y salsas.

- Decoración de platos.
- Establecer relaciones interpersonales.
- Captar instrucciones orales y escritas.
- Calcular raciones o cantidades para preparar los alimentos.
- Manejo y mantenimiento de utensilios de cocina.
- Manipulación de alimentos.

Mesero

Nivel académico

Educación media aprobada y una experiencia de (1) año.

Educación Básica (noveno grado aprobado) y una experiencia menor de un (1) año a nivel operativo.

Descripción de la ocupación

El mesero se ocupará de dar la bienvenida al cliente y acomodarlo en la mesa, entregar la carta, servir alimentos y bebidas, preparar y adicionar salsas, preparar la cuenta y recibir el pago.

Conocimientos

- Normas de etiqueta y protocolo.
- Preparación y finalización de platos y salsas.
- Técnicas para servir bebidas, licores y vinos.
- Procedimientos de emergencia.
- Utilización de equipos, computadora y caja registradora.
- Montaje de mesas.

Habilidades

- Sugerir los platillos y la toma de órdenes en orden de importancia.
- Coordinar con la cocina los pedidos especiales y los tiempos de servicio.
- Tener control de sus mesas, de órdenes y preparación de cuentas.
- Tener capacidad para manejar objeciones o reclamaciones, según políticas.
- Recordar detalles del pedido específico.

Cajero

Nivel académico

Bachiller en contabilidad con experiencia de (1) año en este cargo.

Descripción de la ocupación

Llevar con exactitud la entrada y salida de efectivo, presentar informe de arqueo de caja diario, controlar que la caja tenga suficiente cambio, mantener su área aseada y buena atención al cliente.

Conocimientos

- Manejo de programas informáticos contables.
- Manejo de facturas.
- Principios de contabilidad.
- Control de procesos de cobro y cierre de caja.
- Estructura de la carta y precios correspondientes.
- Técnicas de atención al cliente.

Habilidades

- Cálculo de las cuatro operaciones matemáticas y cálculo porcentual sin calculadora.
- Recordar precios y pedidos.
- Cordialidad con el cliente.

Encargado del área deportiva, juegos recreaciones y áreas verdes

Nivel académico

Título de bachiller en cualquier especialidad con experiencia de (1) año en este cargo. Educación Básica (novenno grado aprobado) y una experiencia menor de un (1) año a nivel operativo.

Descripción de la ocupación

Mantenimiento de las canchas deportivas, espacios verdes y juegos recreacionales para niños.

Conocimientos

- Administración del área recreativa.
- Reglamentos de utilización del área.
- Seguridad de juegos infantiles.
- Conocimientos de jardinería.

Habilidades

- Cuidado de jardines.
- Buenas relaciones personales con los clientes.

Encargado de las piscinas recreacionales

Nivel académico

Título de bachiller en cualquier especialidad con experiencia de (1) año en este cargo.

Educación Básica (noveno grado aprobado) y una experiencia menor de un (1) año a nivel operativo.

Descripción de la ocupación

Mantenimiento y control de visitantes en el área de piscina. Cumplir con las funciones designadas por el jefe inmediato superior.

Conocimientos

- Funcionamiento de piscinas.
- Relaciones humanas.

Habilidades

- Buenas relaciones personales con los clientes.

Camarero

Nivel académico

Título de bachiller en cualquier especialidad con experiencia de (1) año en este cargo. Educación Básica (noveno grado aprobado) y una experiencia menor de un (1) año a nivel operativo.

Descripción de la ocupación

Atender a los clientes que ocuparán las instalaciones de cabañas, proporcionándoles alimentos, bebidas y asistencia durante la estancia. Control de aseo de las habitaciones de las cabañas. Reportar a su jefe inmediato el estado de habitaciones.

Conocimientos

- Conocimientos sobre las especialidades del restaurante.
- Normas de cortesía.
- Relaciones humanas.

Habilidades

- Organizado y capaz de trabajar bien bajo presión.
- Coordinar entre las diferentes operaciones turísticas, especialmente del restaurante.
- Buenas relaciones personales con los clientes.

Mercadotécnico

Nivel académico

Título de: Tecnólogo en marketing.

Descripción de la ocupación

Planificación y ejecución de actividades de marketing: promoción, publicidad y ventas.

Conocimientos

- Herramientas básicas de planificación, control y método de optimización de resultados.
- Técnicas básicas de definición de calidad, costos, precios de producto, servicios y políticas comerciales.
- Procedimientos para promocionar servicios turísticos.
- Software informático.

Habilidades

- Negocio de servicios.
- Toma de decisiones.
- Organización de trabajos.
- Innovador, aporta soluciones.
- Buen vendedor de ideas.

Contador

Nivel académico

Título de: Licenciado en Contabilidad y Auditoría

Descripción de la ocupación

Llevar la contabilidad de la empresa.

Conocimientos

- Software específico para contabilidad.
- Ley Tributaria.
- Auditoría.
- Interpretación de gestiones empresariales.
- Normas y procedimientos contables y financieros.

Habilidades

- Toma de decisiones.
- Capacidad de agilidad mental.
- Analítico, creativo, estratégico competente para diseñar, administrar información financiera y no financiera.
- Contar con un principio muy importante moral y profesional, la equidad y la honradez.

3.4.5 Requerimiento de Personal para la fase de operación del Complejo Turístico.

El Complejo Turístico, prestará sus servicios los fines de semana y días feriados, trabajando 8 horas diarias de 9:00h a 17:00h. Por lo tanto la mano de obra directa se empleará en el Complejo Turístico a través de un contrato temporal, trabajando 16 horas a la semana, y la mano de obra indirecta trabajará al servicio del Complejo Turístico 40 horas semanales.

Tabla 3.1. Mano de Obra Directa para las operaciones turísticas

CARGO	Nº	SUELDO MENSUAL (USD)	APORTE IESS (11,15%) ^a	SUELDO ANUAL+BONIFICACIONES(USD)
Chef	1	320	35,68	4.888,16
Ayudante de Cocina	2	146	29,93	4.806,32
Mesero	1	146	29,93	2.403,16
Cajero	1	146	29,93	2.403,16
Encargado de piscina recreacional	1	146	29,93	2.403,16
Camarero	1	146	29,93	2.403,16
Encargado de áreas deportivas, juegos infantiles y áreas verdes	1	146	29,93	2.403,16
TOTAL		1.226,00	218,61	21.702,28

Elaborado por: Wilma Pilco

^a A la mano de obra que trabaja bajo contrato temporal a excepción del Chef se le cubrirá el 100% de la aportación al IESS, es decir el 20,5%.

Tabla 3.2. Mano de obra indirecta

CARGO	Nº	SUELDO MENSUAL (USD)	APORTE IESS (11,15%)	SUELDO ANUAL+BONIFICACIONES(USD)
Jefe de operaciones turísticas	1	400	44,60	6.027,20
TOTAL				6.027,20

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 3.3. Mano de obra para departamento administrativo y financiero

CARGO	N°	SUELDO MENSUAL (USD)	APORTE IESS (11,15%)	SUELDO ANUAL+BONIFICACIONES(USD)
Gerente	1	450	50,18	6.744,10
Secretaria	1	292	32,56	4.478,70
Contador	1	350	39,03	5.310,30
TOTAL				16.533,10

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 3.4. Mano de obra departamento de promoción y ventas

CARGO	Nº	SUELDO MENSUAL (USD)	APORTE IESS (11,15%)	SUELDO ANUAL+BONIFICACIONES
Mercadotécnico	1	350	39,03	5.310,30

Elaborado por: Wilma Pilco

Con el personal que se muestra en las Tablas 3.1 a 3.4 se trabajará hasta el año 2015. A partir del año 2016 se incrementará un ayudante de cocina y un mesero en el área de restaurante, según previsiones. El aumento en los sueldos estará dado por su desempeño en sus funciones y por los salarios que se fijan en el mercado laboral. Para el estudio se considera incrementar un 5% por cada año. En la Tabla 3.5 se muestran los requerimientos y costos anuales de mano de obra.

Tabla 3.5. Requerimientos y costos anuales de mano de obra

MANO DE OBRA DIRECTA	AÑOS				
	2014	2015	N°	2016	2017
Chef	5.124,17	5.380,38	1	5.649,40	5.931,86
Ayudante de Cocina	5.046,64	5.298,97	3	7.418,55	7.789,48
Mesero	2.523,32	2.649,48	2	4.172,94	4.381,58
Cajero	2.523,32	2.649,48	1	2.781,96	2.921,06
Encargado de piscina recreacional	2.523,32	2.649,48	1	2.781,96	2.921,06
Camarero	2.523,32	2.649,48	1	2.781,96	2.921,06
Encargado de áreas recreacionales	2.523,32	2.649,48	1	2.781,96	2.921,06
TOTAL	22.787,39	23.926,76		28.368,72	29.787,16
MANO DE OBRA INDIRECTA					
Jefe de operaciones turísticas	6.328,56	6.644,99	1	6.977,24	7.326,10
MANO DE OBRA ADMINIS+FINANCIERO					
Gerente	7.081,31	7.435,37	1	7.807,14	8.197,50
Secretaria	4.702,63	4.937,76	1	5.184,65	5.443,88
Contador	5.575,82	5.854,61	1	6.147,34	6.454,70
TOTAL	17.359,75	18.227,74		19.139,13	20.096,08
MANO DE OBRA DEP. VENTAS					
Mercadotécnico	5.575,82	5.854,61		6.147,34	6.454,70

Elaborado por: Wilma Pilco

CAPITULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

4.1. Presupuestos

4.1.1. Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión abarca tres campos: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. Los activos fijos tienen la característica de ser depreciables. Los activos intangibles se conforman de: gastos de constitución, conocimiento, patentes, se pagan una sola vez y se convierte en un capital amortizado, excepto la patente. El capital de trabajo está conformado por los recursos para el trabajo. Aquí se establecen costos fijos y costos variables que van a permitir funcionar la empresa durante un período determinado.

4.1.1.1 Activos Fijos

Los activos fijos del Complejo Turístico comprenden: terreno, construcciones, maquinaria, equipos, muebles y enseres, menaje, vehículo y requerimiento de plantas. Estos activos fueron analizados en el capítulo II. En la tabla 4.1, se detalla el resumen de activos fijos.

Tabla 4.1. Resumen de Inversiones en Activos Fijos

DETALLE	COSTO TOTAL (USD)
Terreno	20.000,00
Construcciones	218.465,85
Maquinaria	27.100,00
Equipos	10.268,71
Muebles y enseres	10.886,90
Menaje	4.218,39
Vehículo	22.000,00
Adquisición de plantas	100,00
SUBTOTAL	313.039,85
Imprevistos (10%)	31.303,98
TOTAL	344.343,83

Elaborado por: Wilma Pilco

4.1.1.1.1 Depreciaciones de Activos Fijos

Para el cálculo de la depreciación se utilizó el método de la línea recta, que es el método más sencillo y más utilizado por las empresas y consiste en dividir el valor del

activo entre la vida útil del mismo (Valor del activo/Vida útil), para multiplicarlo por el porcentaje de depreciación establecido en leyes ecuatorianas.

Además de la vida útil, se manejó otro concepto conocido como valor de salvamento o valor residual, que es aquel valor por el que la empresa calcula que se podrá vender el activo una vez finalizada la vida útil del mismo.

Tabla 4.2. Porcentaje de Depreciación de Activos Fijos

Bien	Depreciación ^a (%)	Vida útil (años)
Construcciones	5%	20
Maquinaria	10%	10
Equipos de cómputo	33%	3
Otros Equipos	10%	5
Muebles y Enseres	10%	10
Menaje	20%	5
Vehículo	20%	5

Fuente: ^a (SILEC. Sistema Integrado de Legislación Ecuatoriana., 2008)

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 4.3. Depreciación de Activos Fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	AÑOS DE VIDA ÚTIL	%DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	AÑOS DEL PROYECTO	VALOR DE SALVAMENTO
Construcciones	218.465,85	20	0,05	546,16	5	215.735,03
Maquinaria	27.100,00	10	0,10	271,00	5	25.745,00
Equipos de cómputo	1.400,00	3	0,33	155,54	5	622,30
Otros Equipos	8.868,71	5	0,10	177,37	5	7.981,84
Muebles y Enseres	10.886,90	10	0,10	108,87	5	10.342,56
Menaje	4.218,39	5	0,10	84,37	5	3.796,55
Vehículo	22.000,00	5	0,20	880,00	5	17.600,00
TOTAL	292.939,85			2.223,32		281.823,27

Elaborado por: Wilma Pilco

4.1.1.2. Activos Intangibles

Tabla 4.4 Gastos de publicidad inicial

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
2	Gigantografía banner publicitario (2*8)	300,00	600,00
1000	Trípticos	1.150,00	1.150,00
1	Página Web(elaboración)	500,00	500,00
TOTAL			2.250,00

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 4.5. Inversiones en Activos Intangibles

DETALLE	VALOR (USD)
Constitución de la Sociedad Anónima	800,00
Elaboración de estatutos	200,00
Registro Mercantil	50,00
Certificado de categorización ambiental	50,00
Patente Municipal	360,00
Registro único de turismo	50,00
Gastos por estudios de factibilidad	2.000,00
Gastos de Publicidad	2.250,00
TOTAL	\$ 5.760,00

Elaborado por: Wilma Pilco

4.1.1.2.1 Amortización de Activos Intangibles

La amortización de los activos intangibles se efectuará en un período no menor a 5 años en porcentajes anuales iguales, a partir del primer año en que el contribuyente genere ingresos operacionales.

Tabla 4.6. Amortización de Activos Intangibles

DETALLE	VALOR (USD)	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Constitución de la Sociedad Anónima	800,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Elaboración de estatutos	200,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Registro Mercantil	50,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Certificado de categorización ambiental	50,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Patente Municipal	360,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Registro único de turismo	50,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Gastos por estudios de factibilidad	2.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Gastos de Publicidad	2.250,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
TOTAL	5.760,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00	1.152,00

Elaborado por: Wilma Pilco

4.1.1.3 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el proyecto para atender las operaciones de producción y promoción de los servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al ciclo productivo del proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos (“Conceptos básicos”, 2009)....”.

En efecto, desde el momento que se compran insumos o se pagan sueldos, se incurren en gastos a ser cubiertos por el capital de trabajo en tanto no se obtenga ingresos por la venta del producto final. Entonces el capital de trabajo debe financiar todos aquellos requerimientos que tiene el proyecto para producir el servicio. Entre estos requerimientos se tiene: Materia Prima, Insumos, Mano de Obra directa e indirecta, Gastos de Administración y Promoción que requieran salidas de dinero en efectivo (“Conceptos básicos”, 2009)....”.

El Capital de Trabajo no puede recuperarse pero puede resarcirse en su totalidad a la finalización del Proyecto.

Para el cálculo del capital de trabajo de este proyecto se utilizó el método del período de desfase, siendo su fórmula la siguiente:

$$CT = \frac{COSTO DE PRODUCCION}{365} * CICLO PRODUCTIVO$$

Para el cálculo del capital de trabajo mediante este método, solo se consideran los costos efectivos de producción denominados también costos explícitos,

excluyendo la depreciación y la amortización de la Inversión diferida; además en este cálculo no se consigna el costo financiero porque el interés generado durante la fase de funcionamiento del Proyecto deberá ser cubierto por el valor de las ventas y no por el Capital de Trabajo (“Conceptos básicos”, 2009)....”.

Ejemplo: Costo de materia prima: \$23.353,36 dólares americanos

Ciclo productivo

El ciclo de producción para la materia prima es de tres días, un día en adquisición y almacenamiento y dos días en preparación y venta. En tanto que para insumos y suministros, el tiempo de reposición es de 30 días (un mes).

$$CT = \frac{23.353,36}{365} * 3 \text{ días}$$

CT (materia prima) = \$ 191,95 dólares americanos

Tabla 4.7. Capital de Trabajo

DETALLE	VALOR (USD)
COSTOS DIRECTOS	
Materia Prima	191,95
Mano de obra Directa	1.808,52
COSTOS INDIRECTOS	
Mano de obra indirecta	502,27
Insumos	
Insumos cocina	89,02
Insumos restaurante	10,90
Insumos cabañas	4,73
Insumos piscina	63,75
Insumos de limpieza para todas las áreas	13,51
Suministros	
Combustible	609,14
Servicios básicos	1.264,23
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
Sueldos	1.377,76
Suministros de oficina	9,86
GASTOS DE VENTAS	
Sueldos	442,53
Publicidad	85,48
Contingencias	208,40
TOTAL	6.682,05

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 4.8. Presupuesto de Inversión

ACTIVOS FIJOS	344.343,83
ACTIVOS INTANGIBLES	5.760,00
CAPITAL DE TRABAJO	6.682,05
INVERSIÓN TOTAL	356.785,89

Elaborado por: Wilma Pilco

4.1.2. Presupuesto de Operación

4.1.2.1 Presupuesto de Ingresos

Constituyen las entradas del efectivo en cada período por concepto de las ventas totales de los servicios que genera el proyecto. El cálculo de precios de los servicios que ofertará el Complejo Turístico, se encuentran detallados en el Capítulo I. Análisis de Precios.

Tabla 4.9. Presupuesto de Alimentación

PLATOS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Trucha Asada y/o frita	20.957,41	25.773,18	31.711,44	39.033,40	48.060,91
Papas con Conejo	8.724,55	10.729,35	13.201,45	16.249,57	20.007,72
Papas con Cuy	12.219,31	15.027,16	18.489,49	22.758,59	28.022,13
Llapingachos	9.792,54	12.042,76	14.817,46	18.238,72	22.456,91
Caldo de Gallina	14.785,69	18.183,27	22.372,78	27.538,51	33.907,52
Jugos	9.653,72	11.872,03	14.607,40	17.980,16	22.138,55
TOTAL	76.133,21	93.627,75	115.200,02	141.798,94	174.593,73

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 4.10. Presupuesto de Ingresos

Servicio	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Alimentación	76.133,21	93.627,75	115.200,02	141.798,94	174.593,73
Cabañas	40.191,98	49.427,64	60.816,00	74.858,00	92.170,91
Uso de piscina (adultos) ^a	28.111,42	34.571,10	42.536,44	52.357,83	64.466,97
Uso de piscina(niños) ^a	3.309,23	8.134,38	10.008,58	12.319,49	15.168,70
Alquiler de bar (piscinas)	3.600,00	4.140,00	4.761,00	5.475,15	6.296,42
Uso de canchas múltiples	11.483,42	14.122,18	17.376,00	21.388,00	26.334,55
Uso de Juegos Infantiles	4.593,37	5.648,87	6.950,40	8.555,20	10.533,82
TOTAL	167.422,62	209.671,92	257.648,44	316.752,61	389.565,10

Elaborado por: Wilma Pilco

^a Incluye uso de: sauna, turo, hidromasaje y polar.

4.1.2.2 Presupuesto de Egresos

Constituyen las salidas de efectivo en cada período. Aquí se encuentran los costos por la prestación de servicios y son la producción, la administración, las ventas, el mantenimiento, las contingencias y los costos para medidas ambientales.

Los requerimientos y costos de producción se encuentran detallados en el capítulo II. Además de estos costos, el proyecto incurrirá en los siguientes costos:

Presupuesto de mantenimiento

El costo de mantenimiento implica una revisión periódica de la maquinaria, equipos de cómputo, construcciones y, en general, de todo equipo que requiera de mantenimiento.

El costo por reparación de construcciones accederá al 0,5% anual de su valor de construcción y el costo por mantenimiento de maquinaria, equipos y vehículo, ascenderá al 2% anual de su valor de adquisición.

Tabla 4.11. Presupuesto de Reparación y Mantenimiento

DESCRIPCION	COSTO TOTAL (USD)	(%)	COSTO MANTENIMIENTO (USD)
Construcciones	218.465,85	0,5%	1.092,33
Maquinaria	27.100,00	2%	542,00
Equipos	10.268,71	2%	205,37
Vehículo	22.000,00	2%	440,00
TOTAL			2.279,70

Elaborado por: Wilma Pilco

Presupuesto de contingencias

El presupuesto de contingencias es el importe que se reserva del presupuesto total de un proyecto que sirve para cualquier tipo de imprevisto que se presente en el transcurso del proyecto. Para este proyecto, se han analizado los riesgos que se pueden presentar en el transcurso de las operaciones del proyecto.

Tabla 4.12. Presupuesto de Contingencia

ÁREA	RIESGO IDENTIFICADO	CALIF.	PROB.	COSTO IMPACTO (USD)	VALOR ESPERADO (USD)
Área de Facilidades para Restaurante	Falta de previsión de materia prima e insumos.	Media	5%	2.456,91	122,85
Área de juegos para niños	Accidentes (caídas) por falta de mantenimiento de los juegos infantiles, piezas sueltas, partes rotas, que reducen la estabilidad del equipo.	Media	6%	1.000,00	60,00
	Utilizar madera en estado fresco lo que ocasionará resquebrajamiento temprano de la misma	Media	5%	1.000,00	50,00
Canchas deportivas	Accidentes de los deportistas por falta de mantenimiento del césped.	Baja	2%	200,00	4,00
Facilidades para cabañas	Falta de previsión de insumos	Baja	10%	57,60	5,76
Áreas Verdes	Destrucción de los árboles y plantas ornamentales por falta de educación constante al turista sobre la protección de las áreas	Media	10%	100,00	10,00
Servicio	Insatisfacción del cliente por el mal manejo de las estrategias de control de calidad en cada área.	Medio	13%	5.000,00	650,00
Área de Piscinas	Falta de previsión de insumos y consumo de servicios básicos	Medio	15%	10.885,97	1.632,90
Presupuesto de Contingencia					2.535,50

Elaborado por: Wilma Pilco

El presupuesto para aplicación de medidas ambientales se encuentra detallado en el capítulo II, estudio de impacto ambiental y asciende a 1.100,00 USD.

Tabla 4.13. Presupuesto de Egresos Anuales

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Mano de obra directa	21.702,28	22.787,39	23.926,76	28.368,72	29.787,16
Mano de obra indirecta	6.027,20	6.328,56	6.644,99	6.977,24	7.326,10
Materia prima (comida típica)	21.347,71	24.063,88	27.139,24	30.619,78	34.557,45
Materia prima (jugos)	2.005,65	2.260,84	2.549,77	2.876,78	3.246,73
Insumos para alimentación	1.083,12	1.220,93	1.306,29	1.398,18	1.497,00
Insumos de restaurante	132,65	149,53	159,98	171,24	183,34
Insumos para cabañas	57,60	64,93	69,47	74,35	79,61
Insumos para piscina	775,66	874,35	935,49	1.001,29	1.072,06
Insumos para todas las áreas	164,34	173,23	182,60	192,48	202,89
Gasto de combustible	355,20	374,42	394,67	416,02	438,53
Servicios básicos (agua,luz,gas)	10.885,97	11.474,90	12.095,70	12.750,07	13.439,85
Reparación y mantenimiento	2.279,70	2.403,04	2.533,04	2.670,08	2.814,53
Contingencias	2.535,50	2.672,67	2.817,26	2.969,68	3.130,34
Medidas Ambientales	1.100,00	1.159,51	1.222,24	1.288,36	1.358,06
Subtotal	70.452,59	76.008,19	81.977,51	91.774,27	99.133,64
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos y salarios	16.533,10	17.359,75	18.227,74	19.139,13	20.096,08
Suministros de oficina	120,00	126,49	133,34	140,55	148,15
Servicios básicos(telefonía)	740,00	780,03	822,23	866,72	913,61
Pago de Patente	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Subtotal	17.753,10	18.626,28	19.543,31	20.506,39	21.517,84
GASTOS DE VENTA					
Sueldos	5.310,30	5.575,82	5.854,61	6.147,34	6.454,70
Gastos de Publicidad	1.040,00	1.096,26	1.155,57	1.218,09	1.283,99
Subtotal	6.350,30	6.672,08	7.010,18	7.365,42	7.738,69
TOTAL	94.555,99	101.306,54	108.530,99	119.646,09	128.390,17

Elaborado por: Wilma Pilco

Incluyendo costos de depreciaciones, amortizaciones e intereses financieros, la estructura de costos se muestra en la Tabla 4.14.

Tabla 4.14. Estructura de Costos para la vida útil del proyecto

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Mano de obra directa	21.702,28	22.787,39	23.926,76	28.368,72	29.787,16
Mano de obra indirecta	6.027,20	6.328,56	6.644,99	6.977,24	7.326,10
Materia prima (comida típica)	21.347,71	24.063,88	27.139,24	30.619,78	34.557,45
Materia prima (jugos)	2.005,65	2.260,84	2.549,77	2.876,78	3.246,73
Insumos para alimentación	1.083,12	1.220,93	1.306,29	1.398,18	1.497,00
Insumos de restaurante	132,65	149,53	159,98	171,24	183,34
Insumos para cabañas	57,60	64,93	69,47	74,35	79,61
Insumos para piscina	775,66	874,35	935,49	1.001,29	1.072,06
Insumos para todas las áreas	164,34	173,23	182,60	192,48	202,89
Gasto de combustible	7.411,20	7.812,15	8.234,78	8.680,28	9.149,89
Servicios básicos (agua,luz,gas)	14.641,49	15.433,60	16.268,55	17.148,68	18.076,43
Depreciación de construcción	546,16	546,16	546,16	546,16	546,16
Depreciación maquinaria	271,00	271,00	271,00	271,00	271,00
Depreciación de vehículos	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00
Depreciación de muebles y enseres	108,87	108,87	108,87	108,87	108,87
Depreciación de equipos	177,37	177,37	177,37	177,37	177,37
Depreciación de menaje	84,37	84,37	84,37	84,37	84,37
Reparación y mantenimiento	2.279,70	2.403,04	2.533,04	2.670,08	2.814,53
Contingencias	2.535,50	2.672,67	2.817,26	2.969,68	3.130,34
Medidas Ambientales	1.100,00	1.159,51	1.222,24	1.288,36	1.358,06
Subtotal	83.331,89	89.472,38	96.058,25	106.504,92	114.549,35
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos y salarios	16.533,10	17.359,75	18.227,74	19.139,13	20.096,08
Suministros de oficina	120,00	126,49	133,34	140,55	148,15
Servicios básicos(telefonía)	740,00	780,03	822,23	866,72	913,61
Depreciación de equipos de cómputo	155,54	155,54	155,54	155,54	155,54
Amortizaciones	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Pago de Patente	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Subtotal	18.988,64	19.861,82	20.778,85	21.741,93	22.753,38
GASTOS DE VENTA					
Sueldos	5.310,30	5.575,82	5.854,61	6.147,34	6.454,70
Gastos de Publicidad	1.040,00	1.096,26	1.155,57	1.218,09	1.283,99
Subtotal	6.350,30	6.672,08	7.010,18	7.365,42	7.738,69
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses bancarios	14.150,50	14.150,50	11.116,92	7.769,51	4.075,81
Subtotal	14.150,50	14.150,50	11.116,92	7.769,51	4.075,81
TOTAL	122.821,32	130.156,78	134.964,20	143.381,78	149.117,23

Elaborado por: Wilma Pilco

4.1.2.3 Estructura de Financiamiento

El presupuesto de inversión se divide en capital social y en capital de financiamiento, esto es lo que se conoce como estructura de financiamiento.

El capital social estará constituido por las aportaciones de los socios, cuatro socios aportarán 50,000 USD cada uno y un socio aportará el terreno para la construcción del Complejo Turístico, este terreno asciende a 20,000 USD. Con el capital social, se cubrirá la inversión en activos intangibles, capital de trabajo y el 60% de la inversión fija. El 40% de la inversión fija será financiada a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), a una tasa de interés de 10,345%. El período de gracia será fijado de acuerdo a las características del proyecto y al flujo de caja esperado.

Tabla 4.15. Estructura del Financiamiento

CAPITAL SOCIAL	USD	%
Aportaciones de los socios		
Socio A	50.000,00	
Socio B	50.000,00	
Socio C	50.000,00	
Socio D	50.000,00	
Socio E	20.000,00	
TOTAL CAPITAL SOCIAL	220.000,00	62%
CAPITAL FINANCIADO	136.785,89	38%

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 4.16. Amortización del préstamo

PRÉSTAMO	136.785,89	
TASA DE INTERES	10,345%	
TIEMPO	4 años	1 AÑO DE GRACIA
FORMA DE PAGO	ANUAL	
CAPITALIZACION	1	
PERIODOS	4 PERIODOS	
DIVIDENDO	\$43.474,66	ANUALES

PERIODO	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$ 136.785,89
1	\$14.150,50	\$14.150,50		\$ 136.785,89
2	\$43.474,66	\$14.150,50	\$29.324,16	\$107.461,73
3	\$43.474,66	\$11.116,92	\$32.357,74	\$75.103,99
4	\$43.474,66	\$7.769,51	\$35.705,15	\$39.398,84
5	\$43.474,66	\$4.075,81	\$39.398,84	\$0,00

Elaborado por: Wilma Pilco

4.1.3 Puntos de Equilibrio

El punto de equilibrio, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe pérdidas ni ganancias. Para ello, una vez determinados los costos, se los clasificó en costos fijos y costos variables (Váquiro, 2006).

Siendo:

Costos Variables

Son los costos que varían de acuerdo con los cambios en los niveles de actividad, están relacionados con el número de unidades vendidas, volumen de producción o número de servicios realizados; ejemplos de costos variables, son los costos incurridos en materia prima, combustible, salario por horas, etc.

Costos Fijos

Son costos que no están afectados por las variaciones en los niveles de actividad; ejemplos de costos fijos, son los alquileres, la depreciación, los seguros, etc.

El punto de equilibrio se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero, en el caso del Complejo Turístico, como son varios los servicios que se oferta, se determina el punto de equilibrio en base al volumen de ventas.

La fórmula aplicada es la siguiente:

$$\text{P.E (ventas)} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CVT}}{\text{VT}}}$$

Tabla 4.17. Costos Fijos y Costos Variables

DETALLE	AÑO 2013			AÑO 2014			AÑO 2015		
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Mano de obra Directa		21.702,28	21.702,28		22.787,39	22.787,39		23.926,76	23.926,76
Mano de Obra Indirecta	6.027,20		6.027,20	6.328,56		6.328,56	6.644,99		6.644,99
Materiales directos (M.P comida típica)		21.347,71	21.347,71		24.063,88	24.063,88		27.139,24	27.139,24
Materiales directos (M.P jugos)		2.005,65	2.005,65		2.260,84	2.260,84		2.549,77	2.549,77
Materiales Indirectos (Insumos)		2.213,37	2.213,37		2.482,97	2.482,97		2.653,83	2.653,83
Depreciación	2.067,78		2.067,78	2.067,78		2.067,78	2.067,78		2.067,78
Suministros	2.205,27	19.847,42	22.052,69	2.324,57	20.921,17	23.245,74	2.450,33	22.053,00	24.503,34
Reparación y mantenimiento		2.279,70	2.279,70		2.403,04	2.403,04		2.533,04	2.533,04
Contingencias	1.267,75	1.267,75	2.535,50	1.336,34	1.336,34	2.672,67	1.408,63	1.408,63	2.817,26
Medidas ambientales		1.100,00	1.100,00		1.159,51	1.159,51		1.222,24	1.222,24
Gastos de administración	18.868,64	120,00	18.988,64	19.735,32	126,49	19.861,82	20.645,51	133,34	20.778,85
Gastos de venta	5.310,30	1.040,00	6.350,30	5.575,82	1.096,26	6.672,08	5.854,61	1.155,57	7.010,18
Gastos Financieros	14.150,50		14.150,50	14.150,50		14.150,50	11.116,92		11.116,92
Total Costos fijos	49.897,43			51.518,89			50.188,76		
Total costos variables		72.923,89			78.637,89			84.775,43	
Costo Total	49.897,43	72.923,89	122.821,32	51.518,89	78.637,89	130.156,78	50.188,76	84.775,43	134.964,20

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 4.18. Costos Fijos y Costos Variables

DETALLE	AÑO 2016			AÑO 2017		
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Mano de obra Directa		28.368,72	28.368,72		29.787,16	29.787,16
Mano de Obra Indirecta	6.977,24		6.977,24	7.326,10		7.326,10
Materiales directos (M.P comida típica)		30.619,78	30.619,78		34.557,45	34.557,45
Materiales directos (M.P jugos)		2.876,78	2.876,78		3.246,73	3.246,73
Materiales Indirectos (Insumos)		2.837,54	2.837,54		3.034,90	3.034,90
Depreciación	2.067,78		2.067,78	2.067,78		2.067,78
Suministros	2.582,90	23.246,07	25.828,97	2.722,63	24.503,68	27.226,32
Reparación y mantenimiento		2.670,08	2.670,08		2.814,53	2.814,53
Contingencias	1.484,84	1.484,84	2.969,68	1.565,17	1.565,17	3.130,34
Medidas ambientales		1.288,36	1.288,36		1.358,06	1.358,06
Gastos de administración	21.601,38	140,55	21.741,93	22.605,23	148,15	22.753,38
Gastos de venta	6.147,34	1.218,09	7.365,42	6.454,70	1.283,99	7.738,69
Gastos Financieros	7.769,51		7.769,51	4.075,81		4.075,81
Total Costos fijos	48.630,97			46.817,42		
Total costos variables		94.750,81			102.299,81	
Costo Total	48.630,97	94.750,81	143.381,78	46.817,42	102.299,81	149.117,23

Elaborado por: Wilma Pilco

Tabla 4.19. Punto de Equilibrio

AÑOS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	INGRESO TOTAL	PUNTO DE EQUILIBRIO
2013	49.897,43	72.923,89	122.821,32	167.422,62	88.402,87
2014	51.518,89	78.637,89	130.156,78	209.671,92	82.437,09
2015	50.188,76	84.775,43	134.964,20	257.648,44	74.800,90
2016	48.630,97	94.750,81	143.381,78	316.752,61	69.386,77
2017	46.817,42	102.299,81	149.117,23	389.565,10	63.489,85

Elaborado por: Wilma Pilco

El complejo deberá generar un punto de equilibrio promedio en ventas de 75.703,50 USD para cubrir los costos de operación del ejercicio. Las ventas mayores al punto de equilibrio constituirán las utilidades del proyecto.

Para determinar la cantidad de clientes que se tendrá que atender para poder cubrir los costos y gastos operacionales y luego comenzar a generar utilidades, se aplicó la siguiente formula:

$$Q = \frac{CFT}{PV - CVu}$$

La cantidad de clientes que se deben atender en el punto de equilibrio para los principales servicios que ofrecerá el Complejo Turístico son los siguientes:

Servicio	PE (Número de clientes)	Número de clientes anuales
Hospedaje en cabañas	876	1.435
Restaurante	12.015	13.206
Uso de Piscina recreativa	6.397	10.335

Conforme a estos resultados, los servicios de piscina recreativa y hospedaje en cabañas generarán mayores utilidades anuales al Complejo Turístico a partir de su punto de equilibrio.

4.2. Estados Financieros proyectados

4.2.1. Del proyecto

4.2.1.1 Estado de Resultados

En el estado de resultados se establece la utilidad real del proyecto y se obtiene restando de los ingresos, los costos en los que incurra el proyecto y los impuestos.

Tabla 4.20. Estado de resultados del proyecto

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas Netas	167.422,62	209.671,92	257.648,44	316.752,61	389.565,10
(-) Costo de Producción	83.331,89	89.472,38	96.058,25	106.504,92	114.549,35
(=) Utilidad bruta	84.090,74	120.199,53	161.590,18	210.247,69	275.015,76
(-) Gastos de Venta	6.350,30	6.672,08	7.010,18	7.365,42	7.738,69
(=) Utilidad neta en ventas	77.740,44	113.527,45	154.580,01	202.882,26	267.277,07
(-) Gastos de administración	18.988,64	19.861,82	20.778,85	21.741,93	22.753,38
(=) Utilidad neta antes del reparto de utilidades	58.751,80	93.665,64	133.801,16	181.140,33	244.523,69
(-) Reparto de utilidades 15%	8.812,77	14.049,85	20.070,17	27.171,05	36.678,55
(=) Utilidad neta antes de impuestos	49.939,03	79.615,79	113.730,98	153.969,28	207.845,13
(-) Impuestos (25%)	12.484,76	19.903,95	28.432,75	38.492,32	51.961,28
(=) Utilidad neta	37.454,27	59.711,84	85.298,24	115.476,96	155.883,85

Elaborado por: Wilma Pilco

4.2.1.2 Flujo Neto de Fondos

Tabla 4.21. Flujo Neto de Fondos del proyecto

	DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+)	Ventas		167.422,62	209.671,92	257.648,44	316.752,61	389.565,10
(-)	Costos de producción		83.331,89	89.472,38	96.058,25	106.504,92	114.549,35
(-)	Costos de administración		18.988,64	19.861,82	20.778,85	21.741,93	22.753,38
(-)	Costos de ventas		6.350,30	6.672,08	7.010,18	7.365,42	7.738,69
(=)	Utilidad antes del reparto de utilidades		58.751,80	93.665,64	133.801,16	181.140,33	244.523,69
(-)	Reparto de utilidades 15%		8.812,77	14.049,85	20.070,17	27.171,05	36.678,55
(=)	Utilidades antes de impuestos		49.939,03	79.615,79	113.730,98	153.969,28	207.845,13
(-)	Impuestos 25%		12.484,76	19.903,95	28.432,75	38.492,32	51.961,28
(=)	Utilidad neta		37.454,27	59.711,84	85.298,24	115.476,96	155.883,85
(+)	Depreciaciones		2.223,32	2.223,32	2.223,32	2.223,32	2.223,32
(+)	Amortizaciones		1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
(-)	Inversión de Activos Fijos	-344.343,83					
(-)	Inversión de Activos Intangibles	-5.760,00					
(-)	Capital de trabajo	-6.682,05					
(+)	Valor de salvamento						281.823,27
(+)	Recuperación del capital de trabajo						6.682,05
	Flujo neto de fondos	-356.785,89	40.757,59	63.015,16	88.601,55	118.780,28	447.692,49

Elaborado por: Wilma Pilco

El flujo de fondos del proyectista o flujo de fondos del proyecto puro, sirve para medir la rentabilidad del proyecto con independencia de cómo se financie éste (Carrasco, 2009).

4.2.2. Del inversionista

4.2.2.1 Estado de resultados

Tabla 4.22. Estado de resultados del inversionista

	DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
	Ventas Netas	167.422,62	209.671,92	257.648,44	316.752,61	389.565,10
(-)	Costo de Producción	83.331,89	89.472,38	96.058,25	106.504,92	114.549,35
(=)	Utilidad bruta	84.090,74	120.199,53	161.590,18	210.247,69	275.015,76
(-)	Gastos de Venta	6.350,30	6.672,08	7.010,18	7.365,42	7.738,69
(=)	Utilidad neta en ventas	77.740,44	113.527,45	154.580,01	202.882,26	267.277,07
(-)	Gastos de administración	18.988,64	19.861,82	20.778,85	21.741,93	22.753,38
(=)	Utilidad neta en operaciones	58.751,80	93.665,64	133.801,16	181.140,33	244.523,69
(-)	Gastos Financieros	14.150,50	14.150,50	11.116,92	7.769,51	4.075,81
(=)	Utilidad neta antes del reparto de utilidades	44.601,30	79.515,14	122.684,24	173.370,83	240.447,88
(-)	Reparto de utilidades 15%	6.690,20	11.927,27	18.402,64	26.005,62	36.067,18
(=)	Utilidad neta antes de impuestos	37.911,11	67.587,87	104.281,61	147.365,20	204.380,69
(-)	Impuestos (25%)	9.477,78	16.896,97	26.070,40	36.841,30	51.095,17
(=)	Utilidad neta	28.433,33	50.690,90	78.211,20	110.523,90	153.285,52

Elaborado por: Wilma Pilco

4.2.2.2 Flujo Neto de Fondos

Sapag, N.& Sapag, R (2008) manifiestan que: “el Flujo de Fondos constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo sistematiza la información de las inversiones previas a la puesta en marcha, por lo tanto permite medir la rentabilidad de toda la inversión” (p.208).

El Flujo de Fondos considera todos los Ingresos y Egresos del proyecto, así como la inversión que se realizará para implementar el Complejo Turístico y el Valor de desecho. La diferencia entre el flujo de fondos del proyectista y del inversionista, es que el inversionista toma en cuenta los intereses que se generan al financiar el proyecto con un crédito. Este flujo mide la rentabilidad de los recursos propios.

Tabla 4.23. Flujo Neto de Fondos del Inversionista

	DETALLE	AÑO0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+)	Ventas		167.422,62	209.671,92	257.648,44	316.752,61	389.565,10
(-)	Costos de producción		83.331,89	89.472,38	96.058,25	106.504,92	114.549,35
(-)	Costos de administración		18.988,64	19.861,82	20.778,85	21.741,93	22.753,38
(-)	Costos de ventas		6.350,30	6.672,08	7.010,18	7.365,42	7.738,69
(-)	Costos Financieros		14.150,50	14.150,50	11.116,92	7.769,51	4.075,81
(=)	Utilidad antes del reparto de utilidades		44.601,30	79.515,14	122.684,24	173.370,83	240.447,88
(-)	Reparto de utilidades 15%		6.690,20	11.927,27	18.402,64	26.005,62	36.067,18
(=)	Utilidades antes de impuestos		37.911,11	67.587,87	104.281,61	147.365,20	204.380,69
(-)	Impuestos 25%		9.477,78	16.896,97	26.070,40	36.841,30	51.095,17
(=)	Utilidad neta		28.433,33	50.690,90	78.211,20	110.523,90	153.285,52
(+)	Depreciaciones		2.223,32	2.223,32	2.223,32	2.223,32	2.223,32
(+)	Amortizaciones		1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
(-)	Inversión de Activos Fijos	-344.343,83					
(-)	Inversión de Activos Intangibles	-5.760,00					
(-)	Capital de trabajo	-6.682,05					
(+)	Valor de salvamento						281.823,27
(+)	Recuperación del capital de trabajo						6.682,05
(+)	Préstamo	136.785,89					
(-)	Amortización del préstamo			-29324,1552	-32357,739	-35705,1471	-39.398,84
	Flujo neto de fondos	-220.000,00	31.736,65	24.670,06	49.156,78	78.122,07	405.695,31

Elaborado por: Wilma Pilco

4.3. Evaluación Financiera

La evaluación del proyecto consiste en comparar los beneficios proyectados asociados a una decisión de invertir y de financiar. Se realiza con la finalidad de tomar una determinación de aceptación o de rechazo para la implementación del Complejo Turístico. El objetivo de este capítulo es verificar la viabilidad financiera del proyecto para un horizonte de cinco años, en el período comprendido entre el año 2013 hasta el año 2017.

4.3.1 Determinación de las tasas de descuento

La tasa de descuento de los flujos de fondo de un proyecto, mide el costo de oportunidad de los fondos y recursos que se utilizan en el mismo, es decir, cuánto deja de ganar el inversionista por colocar sus recursos en un proyecto. Es un elemento fundamental en la evaluación de proyectos, pues proporciona la pauta de comparación contra la cual el proyecto se mide, de manera operativa se requiere para calcular el valor actual neto (Herrera, 2007).

Para el cálculo de la tasa de descuento, se utilizó el modelo de CAPM (capital asset pricing model)

Primer paso

$$Re = Rf + \beta (Rm - Rf) + RP$$

Donde:

Re:	Rentabilidad exigida del capital propio
Rf:	Tasa libre de riesgo T-Bonds
β :	Beta del sector
Rm-Rf	Prima por riesgo en el mercado
Rm	Tasa de rentabilidad del mercado
RP	Riesgo país Ecuador

Tabla 4.24. Datos para el cálculo de la tasa de descuento CAPM

Rf:	Está representada por los T-Bonds cuya rentabilidad es:	4,68% ^a
β :	Tomada de proyectos del sector turístico	0,737 ^b
Rm	Valor promedio de las empresas del sector	11,40% ^c
RP	A febrero de 2012 es de 788 puntos	7,9% ^d

Nota.Fuente: ^a Bono del tesoro de los Estados Unidos

^b Valor β Industria Turística en el Ecuador. (Pilco, 2010)

^c Rentabilidad promedio del sector ecoturístico (Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC), 2000)

^d Riesgo país Ecuador (Banco Central del Ecuador (BCE), 2012)

$$Re = 4,68\% + 0,737 \times (11,40\% - 4,68\%) + 7,9\%$$

$$Re = 17\%$$

Segundo paso

Se determinó la tasa de descuento o costo de la deuda, aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Costo de la deuda} = id (1 - t)$$

Donde:

id: interés de la CFN : 10,345%

t : impuesto a las utilidades de la empresa 36,25% (impuesto vigente en Ecuador)

$$id = 10,345\%(1-36,25\%)$$

id= 6,59%

Tercer paso

Luego se procedió a aplicar el modelo del costo del capital promedio ponderado conocido como WACC (weighted average costo of capital), que es la tasa que debe utilizarse para descontar el flujo de fondos del activo o proyecto con financiamiento. (Herrera, 2007).

$$\text{WACC} = (\%D) [id (1 - t)] + (\%CP) (icp)$$

$$\text{WACC} = (\% \text{ de recursos ajeno}) (\text{coste}) + (\% \text{ de recursos propios}) (\text{coste})$$

$$\text{WACC} = 38\% * 6,59\% + 62\% * 17\%$$

$$\text{WACC} = 13\%$$

La tasa de descuento aplicada será del 13%

4.3.2. Evaluación Financiera del proyecto y del inversionista.

4.3.2.1. Criterios de evaluación

4.3.2.1.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que hace el VAN igual a cero y la tasa que iguala a la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Se llama TIR, porque supone que el dinero que se gana año tras año se reinvierte en su totalidad (Sapag, N & Sapag, R, 2008).

La tasa interna de retorno puede calcularse aplicando la siguiente ecuación.

$$\sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+r)^n} - I_0 = 0$$

Si la TIR > Tasa de descuento se acepta

Si la TIR < Tasa de descuento se rechaza.

Si la TIR = Tasa de descuento es indiferente

Los valores obtenidos para la TIR fueron:

Proyectista

TIR	21%
Tasa de descuento	17%

Inversionista

TIR	27%
Tasa de descuento	13%

Tanto para el proyectista como para el inversionista la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento, siendo este proyecto viable.

4.3.2.1.2 Valor Actual Neto (VAN)

“...el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a 0, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual. También da a conocer en que medida el inversionista al realizar el proyecto es más rico o más pobre, es decir cuanto gana o pierde con respecto al capital invertido”(Sapag, N.& Sapag, R,2008.p:321).

La fórmula para calcular el VAN es la siguiente:

$$VAN = \sum_{i=1}^n \frac{FNF_n}{(1+td)^n} - Inversión$$

De análisis del VAN para el proyecto puro y para el inversionista, se obtuvieron los siguientes resultados:

Proyectista

Tasa de descuento: 17%

FNF	-356.785,89	40.757,59	63.015,16	88.601,55	118.780,28	447.692,49
------------	--------------------	------------------	------------------	------------------	-------------------	-------------------

VAN	46.987,93
------------	------------------

El valor actual neto es mayor a cero, por lo tanto es viable financieramente para el proyectista.

Inversionista

Tasa de descuento: 13%

FNF	-220.000,00	31.736,65	24.670,06	49.156,78	78.122,07	405.695,31
------------	--------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	-------------------

VAN	129.582,81
------------	-------------------

El valor actual neto de los flujos obtenidos y descontados a la tasa del 13% resultó de 129.582,81 USD, siendo este valor mayor que cero, el proyecto es viable para el inversionista.

4.3.2.1.3 Relación Beneficio Costo (R B/C)

Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluyendo la inversión. Una relación > 1 implica que los ingresos son mayores a los egresos, por lo que el proyecto es aceptable (Carrasco, 2009).

La fórmula para calcular la relación beneficio costo es la siguiente:

$$Rb/c = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{FNF_i}{(1+Td)^n}}{Inversión}$$

Proyectista

RB/C	2,13
-------------	-------------

Inversionista

RB/C	2,68
-------------	-------------

4.3.2.1.4 Período de Recuperación

Consiste en determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, tomando como referencia la vida útil del proyecto (Carrasco, 2009).

Para calcular la recuperación de la inversión se debe calcular el valor actual de un monto futuro, con la siguiente ecuación:

$$FA = \frac{FF}{(1+i)^n}$$

Del análisis del período de recuperación de la inversión, se obtuvo los siguientes resultados.

Proyectista

PERÍODOS	FNF	
	FNF	ACUMULADO
1	40.757,59	40.757,59
2	63.015,16	103.772,75
3	88.601,55	192.374,30
4	118.780,28	311.154,58
5	447.692,49	758.847,07

$$311.154,58/12 \text{ meses} = 25.929,55$$
$$(356.785,89-311.154,58)/ 25.929,55 = 1,76$$

La inversión se recuperará en 4 años y 2 meses

Inversionista

PERÍODOS	FNF	
	FNF	ACUMULADO
1	31.736,65	31.736,65
2	24.670,06	56.406,71
3	49.156,78	105.563,49
4	78.122,07	183.685,56
5	405.695,31	589.380,87

$$183.685,56/12 \text{ meses} = 15.307,13$$
$$(220.000,00 - 183.685,56)/ 15.307,13 = 2,37$$

La inversión se recupera en 4 años y 2 meses

4.4 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite determinar las variaciones que tendría el Proyecto, ante cambios en las variables que han sido utilizadas para llevar a cabo la evaluación del mismo (Sapag, N & Sapag, R, 2008).

Una forma de realizar un análisis de sensibilidad es mediante el establecimiento de tres escenarios: optimista, moderado y pesimista. Para el análisis de este proyecto se ha variado los ingresos y los costos de producción.

En el primer caso se ha tomado como escenario pesimista el decremento de los ingresos con una disminución del 20% en los precios de los servicios, y como escenario optimista el incremento en los ingresos con un 15% de incremento en los precios del servicio. El escenario moderado será el escenario que ya se encuentra analizado.

Para el segundo caso se ha tomado como escenario pesimista el incremento del 30% en los costos de mano de obra directa e indirecta y el 20% en los costos de materia prima e insumos, el escenario moderado será el actualmente analizado y como escenario optimista se tomará disminución del costo de mano de obra directa e indirecta en un 10% y el 20% en materia prima e insumos.

4.4.1 Variación de la variable ingresos

Tabla 4.25. Precios de los servicios en diferentes escenarios

PRODUCTO	ESC.MODERADO	ESC. PESIMISTA	ESC.OPTIMISTA
	PVP (USD)	PVP (- 20%)(USD)	PVP (+15%)(USD)
Trucha asada	3,60	3,10	3,97
Papas con conejo	4,49	3,79	5,03
Papas con cuy	4,49	3,84	4,98
Llapingachos	3,60	3,08	3,99
Caldo de gallina	2,24	1,89	2,50
Jugos	0,70	0,68	0,77
Cabañas por dos días	28,00	25,00	15,00
Uso de piscina (adultos)	4,00	3,26	4,55
Uso de piscina(niños)	2,00	1,80	2,20
Alquiler de bar (piscinas)	300,00	240,00	345,00
Uso de canchas múltiples	4,00	3,60	4,30
Uso de Juegos Infantiles	2,00	1,60	2,15

Elaborado por: Wilma Pilco

Escenario Pesimista

Tabla 4.26. Presupuesto de ingresos, escenario pesimista

Servicio	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Alimentación	65.694,12	80.789,88	99.404,24	122.356,02	150.654,12
Cabañas	35.724,48	43.933,56	54.056,06	66.537,24	81.925,75
Uso de piscina (adultos)	22.897,89	28.159,56	34.647,66	42.647,57	52.510,96
Uso de piscina(niños)	3.308,99	7.172,30	8.824,84	10.862,43	13.374,66
Alquiler de bar (piscinas)	2.880,00	3.312,00	3.808,80	4.380,12	5.037,14
Uso de canchas múltiples	10.324,34	12.696,76	15.622,15	19.229,20	23.676,47
Uso de Juegos Infantiles	3.674,70	4.519,10	5.560,32	6.844,16	8.427,06
TOTAL	144.504,52	180.583,16	221.924,07	272.856,74	335.606,15

Elaborado por: Wilma Pilco

Utilidad neta del proyectista

	2013	2014	2015	2016	2017
Utilidad neta	22.843,98	41.167,76	62.523,95	87.493,35	121.485,02

Utilidad neta del inversionista

	2013	2014	2015	2016	2017
Utilidad neta	13.823,04	32.146,82	55.436,92	82.540,29	118.886,69

Flujo Neto de Fondos del Proyectista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto de fondos	-356.785,89	26.147,30	44.471,08	65.827,27	90.796,67	413.293,65

Flujo de Fondos del inversionista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto de fondos	-220.000,00	17.126,35	6.125,98	26.382,49	50.138,46	371.296,48

Escenario Optimista

Tabla 4.27. Presupuesto de ingresos, escenario optimista

Servicio	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Alimentación	83.962,53	103.256,16	127.046,86	156.381,13	192.548,45
Cabañas	43.588,36	53.604,47	65.955,19	81.183,80	99.959,72
Uso de piscina (adultos)	32.005,01	39.359,39	48.427,98	59.609,68	73.396,01
Uso de piscina(niños)	3.309,40	8.845,84	10.883,96	13.397,00	16.495,41
Alquiler de bar (piscinas)	4.140,00	4.761,00	5.475,15	6.296,42	7.240,89
Uso de canchas múltiples	12.401,08	15.250,70	18.764,54	23.097,15	28.438,98
Uso de Juegos Infantiles	4.944,08	6.080,17	7.481,07	9.208,40	11.338,09
TOTAL	184.350,45	231.157,73	284.034,75	349.173,57	429.417,54

Elaborado por: Wilma Pilco

Utilidad neta del proyectista

	2013	2014	2015	2016	2017
Utilidad neta	48.245,76	73.409,05	102.119,51	136.145,33	181.289,77

Utilidad neta del inversionista

	2013	2014	2015	2016	2017
Utilidad neta	39.224,82	64.388,11	95.032,48	131.192,27	178.691,45

Flujo Neto de Fondos del Proyectista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto de fondos	-356.785,89	51.549,08	76.712,37	105.422,83	139.448,65	473.098,41

Flujo Neto del Inversionista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto de fondos	-220.000,00	42.528,14	38.367,27	65.978,06	98.790,44	431.101,24

4.4.2 Variación de la variable Costos

Escenario pesimista

Al incrementarse los costos de mano de obra directa, indirecta, materia prima e insumos, cambia el monto de capital del trabajo y por consiguiente el monto de inversión y la estructura de financiamiento.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	
ACTIVOS FIJOS	344.343,83
ACTIVOS INTANGIBLES	5.760,00
CAPITAL DE TRABAJO	8.213,79
INVERSIÓN TOTAL	358.317,63

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		
Capital propio	220.000,00	61%
Préstamo	138.317,63	39%

La estructura de costos del proyecto sufre cambios que se muestran en la Tabla 4.28.

Tabla 4.28. Presupuesto de Costos, escenario pesimista

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Mano de obra directa	27.885,05	29.279,30	30.743,27	36.499,73	38.324,72
Mano de obra indirecta	7.747,76	8.135,15	8.541,91	8.969,00	9.417,45
Materia prima (comida típica)	25.607,05	28.865,16	32.554,12	36.729,10	41.452,42
Materia prima (jugos)	2.406,78	2.713,01	3.059,73	3.452,13	3.896,07
Insumos para alimentación	1.299,74	1.465,12	1.567,55	1.677,82	1.796,40
Insumos de restaurante	159,18	179,43	191,98	205,48	220,01
Insumos para cabañas	69,12	77,91	83,36	89,23	95,53
Insumos para piscina	930,80	1.049,22	1.122,58	1.201,55	1.286,47
Insumos para todas las áreas	197,21	207,88	219,12	230,98	243,47
Gasto de combustible	7.482,24	7.887,03	8.313,72	8.763,49	9.237,59
Servicios básicos (agua,luz,gas)	17.569,79	18.520,32	19.522,27	20.578,42	21.691,71
Depreciación de construcción	546,16	546,16	546,16	546,16	546,16
Depreciación maquinaria	271,00	271,00	271,00	271,00	271,00
Depreciación de vehículos	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00
Depreciación de muebles y enseres	108,87	108,87	108,87	108,87	108,87
Depreciación de equipos	177,37	177,37	177,37	177,37	177,37
Depreciación de menaje	84,37	84,37	84,37	84,37	84,37
Reparación y mantenimiento	2.279,70	2.403,04	2.533,04	2.670,08	2.814,53
Contingencias	2.887,75	3.043,98	3.208,66	3.382,25	3.565,23
Medidas Ambientales	1.100,00	1.159,51	1.222,24	1.288,36	1.358,06
Subtotal	99.689,95	107.053,83	114.951,31	127.805,39	137.467,44
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos y salarios	21.230,22	22.291,74	23.406,32	24.576,64	25.805,47
Suministros de oficina	120,00	126,49	133,34	140,55	148,15
Servicios básicos(telefonía)	814,00	858,04	904,46	953,39	1.004,97
Depreciación de equipos de cómputo	155,54	155,54	155,54	155,54	155,54
Amortizaciones	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Pago de Patente	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Subtotal	23.759,76	24.871,81	26.039,66	27.266,12	28.554,13
GASTOS DE VENTA					
Sueldos	6.815,79	7.156,58	7.514,41	7.890,13	8.284,64
Gastos de Publicidad	1.040,00	1.096,26	1.155,57	1.218,09	1.283,99
Subtotal	7.855,79	8.252,84	8.669,98	9.108,22	9.568,62
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses bancarios	14.308,96	14.308,96	11.241,40	7.856,51	4.121,45
Subtotal	14.308,96	14.308,96	11.241,40	7.856,51	4.121,45
TOTAL	145.614,46	154.487,43	160.902,35	172.036,23	179.711,65

Elaborado por: Wilma Pilco

Utilidad neta del proyectista

	2013	2014	2015	2016	2017
Utilidad neta	22.764,48	43.982,10	68.448,33	96.780,62	135.812,34

Utilidad neta del inversionista

	2013	2014	2015	2016	2017
Utilidad neta	13.642,52	34.860,14	61.281,94	91.772,10	133.184,91

Flujo neto de fondos del proyectista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto de fondos	-358.317,63	26.067,80	47.285,42	71.751,65	100.083,94	428.334,05

Flujo neto de fondos del inversionista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto de fondos	-220.000,00	16.945,84	8.510,93	31.865,17	58.970,43	385.866,59

Escenario optimista

El monto de capital de trabajo disminuye a 5.921,63, como se puede observar en el siguiente detalle:

El capital social y el capital financiado, mantienen la relación 62%, 38% respectivamente.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	
ACTIVOS FIJOS	344.343,83
ACTIVOS INTANGIBLES	5.760,00
CAPITAL DE TRABAJO	5.921,63
INVERSIÓN TOTAL	356.025,47

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	
--------------------------------------	--

Capital propio	220.000,00	62%
Préstamo	136.025,47	38%

Tabla 4.29. Presupuesto de Costos, escenario optimista

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Mano de obra directa	19.561,25	20.539,31	21.566,28	25.565,65	26.843,93
Mano de obra indirecta	5.453,68	5.726,36	6.012,68	6.313,32	6.628,98
Materia prima (comida típica)	17.136,44	19.316,79	21.785,47	24.579,40	27.740,29
Materia prima (jugos)	1.604,52	1.808,67	2.039,82	2.301,42	2.597,38
Insumos para alimentación	866,50	976,74	1.045,04	1.118,55	1.197,60
Insumos de restaurante	106,12	119,62	127,99	136,99	146,67
Insumos para cabañas	46,08	51,94	55,57	59,48	63,69
Insumos para piscina	620,53	699,48	748,39	801,03	857,65
Insumos para todas las áreas	131,47	138,58	146,08	153,99	162,32
Gasto de combustible	7.340,16	7.737,26	8.155,85	8.597,08	9.062,18
Servicios básicos (agua,luz,gas)	11.713,19	12.346,88	13.014,84	13.718,95	14.461,14
Depreciación de construcción	546,16	546,16	546,16	546,16	546,16
Depreciación maquinaria	271,00	271,00	271,00	271,00	271,00
Depreciación de vehículos	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00
Depreciación de muebles y enseres	108,87	108,87	108,87	108,87	108,87
Depreciación de equipos	177,37	177,37	177,37	177,37	177,37
Depreciación de menaje	84,37	84,37	84,37	84,37	84,37
Reparación y mantenimiento	2.279,70	2.403,04	2.533,04	2.670,08	2.814,53
Contingencias	2.183,49	2.301,62	2.426,14	2.557,39	2.695,75
Medidas Ambientales	1.100,00	1.159,51	1.222,24	1.288,36	1.358,06
Subtotal	72.210,91	77.393,60	82.947,20	91.929,46	98.697,94
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos y salarios	14.967,39	15.715,76	16.501,54	17.326,62	18.192,95
Suministros de oficina	120,00	126,49	133,34	140,55	148,15
Servicios básicos(telefonía)	592,00	624,03	657,79	693,37	730,88
Depreciación de equipos de cómputo	155,54	155,54	155,54	155,54	155,54
Amortizaciones	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Pago de Patente	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Subtotal	17.274,93	18.061,81	18.888,21	19.756,08	20.667,53
GASTOS DE VENTA					
Sueldos	4.808,47	5.048,89	5.301,34	5.566,41	5.844,73
Gastos de Publicidad	1.040,00	1.096,26	1.155,57	1.218,09	1.283,99
Subtotal	5.848,47	6.145,16	6.456,91	6.784,49	7.128,71
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses bancarios	14.071,83	14.071,83	11.055,11	7.726,32	4.053,15
Subtotal	14.071,83	14.071,83	11.055,11	7.726,32	4.053,15
TOTAL	109.406,15	115.672,41	119.347,43	126.196,35	130.547,33

Elaborado por: Wilma Pilco

Utilidad neta del proyectista

	2013	2014	2015	2016	2017
Utilidad neta	45.696,12	68.575,51	94.820,83	125.920,55	167.111,05

Utilidad neta del inversionista

	2013	2014	2015	2016	2017
Utilidad neta	36.725,32	59.604,72	87.773,20	120.995,02	164.527,16

Flujo neto de fondos del proyectista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto de fondos	-356.025,47	48.999,43	71.878,83	98.124,15	129.223,86	459.632,76

Flujo neto de fondos del inversionista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto de fondos	-220.000,00	40.028,64	33.746,90	58.898,66	88.791,68	417.869,06

Tabla 4.30. Índices de evaluación financiera al variar la variable Ingresos

CAMBIOS EN LA VARIABLE INGRESOS						
Escenario optimista: incremento 15% en el precio de los servicios						
Escenario pesimista: decremento del 20% en el precio de los servicios						
ÍNDICES DE EVALUACIÓN	PROYECTISTA			INVERSIONISTA		
	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO ESPERADO	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO ESPERADO	ESCENARIO PESIMISTA
VAN	99.337,73	46.987,93	-23.888,95	187.983,32	129.582,81	50.513,71
TIR	25%	21%	15%	32%	27%	18%
RB/C	2,37	2,13	1,80	3,08	2,68	2,14
PRI	3 años, 6 meses	4años, 2 meses	4 años, 7 meses	3 años, 6 meses	4 años 2 meses	5 años, 2 meses

Tabla 4.31. Índices de evaluación financiera al variar la variable Costos

CAMBIOS EN LA VARIABLE COSTOS						
Escenario optimista: disminución en un 10% en el costo de mano de obra directa e indirecta y el 20% en materia prima e insumos						
Escenario pesimista: incremento del 30% en los costos de mano de obra directa e indirecta y el 20% en materia prima e insumos						
ÍNDICES DE EVALUACIÓN	PROYECTISTA			INVERSIONISTA		
	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO ESPERADO	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO ESPERADO	ESCENARIO PESIMISTA
VAN	78.232,63	46.987,93	-7.917,47	163.932,25	129.582,81	69.346,38
TIR	23%	21%	16%	30%	27%	20%
RB/C	2,27	2,13	1,88	2,91	2,68	2,28
PRI	4 años	4 años, 2 meses	4 años, 6 meses	3 años, 8 meses	4 años, 2 meses	4 años, 11 meses

Elaborado por: Wilma Pilco

Sensibilidad al variar el precio de los servicios ofertados por el Complejo Turístico.

Al realizar el análisis del incremento de precios en un 15%, (escenario optimista), manteniendo constante la demanda, se obtiene que la tasa interna de retorno TIR sube en un 4% para el proyectista y un 5% para el inversionista, estas tasas son superiores al costo de oportunidad o tasa de descuento, especialmente en el caso del inversionista. Con este escenario además el período de recuperación de la inversión disminuye a 3 años y 6 meses. Sin embargo, no se considera que al incrementar los precios, se pudiera tener una disminución en la demanda.

En el escenario pesimista, se disminuyó el precio de los servicios en un 20%, escenario que puede ser muy acogido por los turistas. El valor de la tasa interna de retorno disminuye en un 7% para el proyectista, siendo menor a la tasa de descuento, el VAN adquiere un valor negativo y el proyecto ya no es rentable para el proyectista.

La TIR disminuye en un 9% para el inversionista, el proyecto sigue siendo rentable porque la TIR es mayor a la tasa de descuento, el VAN en este caso es positivo y la relación beneficio costo también es aceptable. El período de recuperación de la inversión para el inversionista sube a 5 años y 2 meses. El proyecto con la disminución de los ingresos se torna bastante sensible para el inversionista.

Sensibilidad al variar los costos de mano de obra y materiales directos e indirectos.

En el escenario pesimista, analizó el incremento del 30% a la mano de obra directa e indirecta y el 20% a la materia prima e insumos, en este escenario, el capital de trabajo sufre un incremento de 1.531,74 dólares americanos, requiriendo una mayor inversión en el inventario de insumos. En este escenario se mantiene el precio de los servicios considerados en el escenario moderado, para que la demanda de turistas no se vea afectada. El proyecto en este escenario sigue siendo rentable para el inversionista y es menos sensible en comparación al escenario pesimista de la variable ingresos ya que presenta valores superiores de indicadores de evaluación, como se puede observar en las Tablas 4.30 y 4.31.

El proyecto no es rentable para el proyectista en el escenario pesimista de la variable costos, debido a que el VAN (-7.917,47) y el valor de la tasa interna de retorno (16%) es menor que la tasa de descuento (17%). Bajo estas consideraciones el proyecto se rechaza.

En el escenario optimista, la tasa interna de retorno se incrementa en un 2% para el proyectista y en un 3% para el inversionista, la inversión se recupera en 3 años y 8 meses para el proyectista y en 4 años para el inversionista. El proyecto con este escenario es rentable; sin embargo, no es una decisión acertada disminuir el costo de la mano de obra, sino más bien, mejorar las remuneraciones como un incentivo a los trabajadores conforme al buen desempeño de sus funciones.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones: resultados del estudio

- El turismo en el Ecuador se encuentra en franco crecimiento, sin embargo las políticas que el gobierno está implementando en la actualidad para favorecer al turismo, ha generado un incremento superior a lo planificado, por tal motivo el turismo sufre un retroceso en infraestructura de servicios, hace falta planificación y estudios de proyectos de factibilidad que arrojen índices financieros rentables que incentiven al inversionista a invertir en un proyecto de esta envergadura.
- El sector Quillán ubicado en la Parroquia San Miguelito del Cantón Píllaro, de acuerdo a la investigación realizada, cuenta con importantes atractivos turísticos, variedad de microclimas, flora y fauna, que hace que cada vez sea más visitado por turistas de edades comprendidas entre 19 y 60 años. El 76% de estos turistas viajan con sus familiares generalmente los fines de semana, les gusta la recreación, visitar atractivos turísticos, observar la flora y la fauna y degustar de la gastronomía. Estos turistas se convertirán en clientes potenciales del Complejo Turístico “Las Cascadas”.
- En la investigación de mercado se encontró que hay un alto grado de interés de los turistas por visitar un sitio turístico con las características que tiene el sector Quillán, estos turistas son procedentes de las ciudades de Ambato (94,74%) y Píllaro (90,54%), les gusta salir de paseo y están dispuestos a visitar un Complejo Turístico en este lugar.
- Con respecto a la oferta de complejos turísticos en el sector de estudio, existen paraderos turísticos que de acuerdo con los requerimientos de los servicios exigidos por el turista, estos lugares en su conjunto no cumplen con todos los beneficios esperados por el mercado potencial. Sin embargo, enfocándonos al Cantón Píllaro, existen Complejos Turísticos como “El Olimpo” y “El Porvenir” que si cumplen con los servicios demandados por el turista, por lo que el Complejo Turístico de este proyecto se diferenciará en la calidad e innovación del servicio que brinde a sus clientes.
- La demanda actual de turistas, según la investigación de campo realizada en el mes de diciembre del año 2011, fue de 547.208 turistas, este dato se tomó para proyectar la demanda, confrontarlo con la oferta y determinar la demanda insatisfecha que para el año 2012 es de 537.257 turistas. Considerando la disponibilidad de recursos y la infraestructura turística a pequeña escala, se creyó

adecuado satisfacer el 5% de esta demanda insatisfecha que para el año 2013 será de 28.709 turistas.

- Partiendo del dato de demanda insatisfecha y el perfil del turista, se analizó tres tamaños de mercado para satisfacer el 3%, 5% y 7% de demanda insatisfecha. El análisis económico-financiero realizado para satisfacer el 5% de la demanda insatisfecha da valores superiores de VAN y TIR.
- En función del tamaño óptimo del proyecto, datos de preferencias de servicios arrojados en la investigación de campo y demás requerimientos técnicos que conllevan a un adecuado funcionamiento de un Complejo Turístico, se determinó las capacidades de producción del proyecto. Así se decidió construir un restaurante de 208,04m² con capacidad de 148 clientes diarios; 6 cabañas de dos plantas que ocupan un área de 326,94 m² con capacidad de 28 personas semanales; una piscina para adultos de 200m² con capacidad de 78 personas en horas pico; una piscina para niños de 25m²; canchas multiuso de indor-futbol, basquetbol y vóleyvol; juegos infantiles y espacios verdes.
- En el estudio de micro localización muestra que el sector Quillán “La Carolina” reúne las mejores condiciones para la implementación del Complejo Turístico, por su accesibilidad, por el paisaje y por la disponibilidad de activos fijos (terreno).
- En el estudio ambiental realizado a través de la matriz de Leopold se identificó las acciones que se realizarán para la implementación del Complejo Turístico y las variables y componentes susceptibles a impactos, observando 58 impactos negativos frente a 26 impactos positivos. Los componentes más afectados son el aire, el agua, el suelo, la flora y la estética natural del entorno. Y los componentes que más se benefician con las actividades del Complejo Turístico son la calidad de vida a través del mejoramiento de la económica de la población y el aprecio a la naturaleza.
- Como beneficios a los habitantes del sector Quillán, se generarán siete puestos de trabajo empleados en el área operativa del proyecto. Con la generación de empleo, la economía del sector mejorará, lo cual beneficiará a todas las personas que estén ligadas directa o indirectamente a este proyecto.
- La empresa se constituirá legalmente como sociedad anónima y se someterá a las Leyes y Reglamentos de la República del Ecuador, en el ámbito que le compete. Los permisos y patentes se obtendrán en el tiempo establecido y el pago de impuestos seguirá el estricto calendario que determine la ley.
- El principal rector de la empresa será la Junta de Accionistas, donde la responsabilidad del correcto funcionamiento del proyecto cae sobre el Gerente del Proyecto, quien se encargará de administrar tres departamentos: Operación Turística, Promoción y Ventas y el departamento Financiero. El Jefe de Operaciones Turísticas liderará todas las áreas donde se ofrecen los servicios al turista.

- Los trabajadores recibirán todos los beneficios que por ley les corresponda y la empresa será pionera en el manejo adecuado del personal garantizando estabilidad y ofreciendo incentivos por el buen desempeño de sus empleados.
- El estudio económico y la evaluación financiera del presente proyecto, nos demuestra la factibilidad y rentabilidad económica, tras el análisis de las siguientes cifras:

Para el proyectista, una vez actualizados los ingresos y los egresos, se espera un valor actual neto positivo de 33.892,65 que significa que el proyecto arroja beneficios aún después de cubrir los costos de oportunidad de otras alternativas de inversión. La tasa interna de retorno es del 21% frente a la tasa de descuento del 17%. El período de recuperación de la inversión es de 4 años y 2 meses y la relación beneficio costo es de 2,13, lo que significa que el proyecto es rentable.

Para el inversionista, después del análisis de factibilidad del proyecto se concluye que se tiene una respuesta favorable para la realización del mismo, debido a que tanto el VAN da un valor positivo de 129.582,81, la TIR de 27% es superior a la tasa de descuento 13%, la inversión se recupera en 4 años y 2 meses y la relación costo beneficio es de 2,68.

- El estudio financiero del inversionista nos indica que es conveniente realizarlo en su totalidad a través de deuda, ya que el cálculo del VAN arroja un valor superior al VAN del proyectista.

5.2 Recomendaciones

- Para el desarrollo de la actividad turística del sector Quillán se requiere diseñar un modelo turístico que incorpore básicamente el diseño de una estrategia de servicio al turista, empezando por realizar un diagnóstico de las condiciones de infraestructura y servicios en el sector, el establecimiento de los participantes claves, así como la definición de factores positivos y limitantes para su desarrollo.
- Incentivar la participación de los habitantes del sector, dueños de paraderos turísticos, empleados del complejo y turistas, en foros sobre ecoturismo y conservación del ambiente, como un medio para conservar la imagen del sector y así ofrecer un servicio comprometido con la protección del medio ambiente.
- Una vez que la empresa comience a funcionar, se recomienda realizar un plan de marketing, comunicación y talento humano, esto permitirá mejorar el cumplimiento de los objetivos de la empresa, alcanzar mayor rentabilidad y mejorar la satisfacción de los clientes.
- Los servicios propuestos y diseñados en el estudio técnico deben estar expuestos a cambios para responder a casos específicos. Será necesario además crear nuevos servicios turísticos durante la vida útil del proyecto para cubrir las necesidades y expectativas de los clientes.

- Cumplir con todos los requerimientos legales de conformidad con las leyes vigentes. Es importante que la empresa cuente con personal calificado que se ajuste a los perfiles establecidos en el capítulo II, ya que de ello depende la calidad en el servicio. Para la mano de obra no calificada, se deberá cumplir rigurosamente con un plan de capacitación.
- La empresa siempre debe estar enfocada en cumplir con la filosofía de trabajo establecida, esto implica a todo el equipo de trabajo que la conforma.
- Para la realización del estudio de mercado, es importante efectuar una correcta segmentación para el cálculo de la muestra, y luego seleccionar las variables de estudio que respondan a los objetivos de mercado y del estudio técnico.
- Se recomienda, dentro de la encuesta, direccionar preguntas orientadas a obtener información sobre, plaza, producto, promoción y precio del servicio a ofrecerse.
- Al momento de implementar el proyecto, el estudio de demanda debe estar lo más actualizado posible para determinar la demanda insatisfecha y, a partir de ello, el tamaño y la capacidad de producción del proyecto.
- Es primordial conocer todos los aspectos relacionados a la ingeniería del proyecto para costear y determinar los ingresos y los egresos del mismo.
- Es importante determinar el punto de equilibrio del proyecto para tener un parámetro que sea el objetivo mínimo a cumplir para que el proyecto se efectúe con resultados positivos.
- Es fundamental analizar los indicadores de evaluación financiera antes de invertir en un proyecto, esta evaluación permite conocer si determinado proyecto es o no rentable.

BIBLIOGRAFÍA

1. Andino, M., Lligalo, R., & Chiluiza, V. (2004). Diagnóstico de Potencialidad Turística para la comunidad de Quillán, Parroquia San Miguelito, provincia de Tungurahua. Ambato.
2. Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC). (2000). Estudio de rentabilidad del Ecoturismo . Galápagos.
3. Baca, G. (2000). Evaluación de proyectos . México: Ultra S.A. 4ta ed.
4. Baena, G. (2004). Metodología de la investigación . Mexico: Publicaciones cultural, séptima reimpresión.
5. Banco Central del Ecuador (BCE). (2012). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 15 de 02 de 2012, de www.bce.fin.ec.
6. Biblioteca Salvat de Grandes Temas. (1973). Ocio y turismo. Barcelona.
7. Carrasco, F. (2009). Aspectos relevantes para la estructura del flujo de fondos del proyecto. Quito.
8. Conceptos Básicos de Microeconomía, Contabilidad y Finanzas. (2009). Recuperado el 01 de 03 de 2012, de www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap1.html.
9. CONSEJO PROVINCIAL DE TUNGURAHUA. (2007). Levantamiento de Inventario de Atractivos Turísticos del sector Quillán. Ambato.
10. Contreras, C. (2005). Promoción Empresarial -Cámara de Madrid. Recuperado el 23 de 12 de 2011, de Planes Estartégicos- Estudios de Mercado: <http://www.promocion.camaramadrid.es>.
11. De la Peña, A. (2005). Proyecto Empresarial. Madrid: Paraninfo S.A.
12. Empresa de Agua Potable Ambato (EMAPA). (2004). Plan de Manejo y proyecto de Microcuenca. Quillán. Ambato.
13. Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). (2009). Proyecto de Creación de un Hotel orientado a ejecutivos y turistas de la clase media y alta en el Sector Norte de la Ciudad de Guayaquil. Revista Tecnológica ESPOL , 9.
14. Gobierno Provincial de Tungurahua. (2010). Estrategia de Turismo de la provincia de Tungurahua. Ambato.
15. Hernández, E. (1994). Proyectos Turísticos. Formulación y evaluación. México: Trillas.
16. Herrera, B. (2007). Acerca de la tasa de Descuentos en Proyectos. Lima.

17. Hoel, P. (1965). Estadística Elemental. México: Continental. 2da. Impresión. pp:145-153.
18. Hotel Bienestar. (2000). Complejo y Urbanización Turística. Recuperado el 23 de 01 de 2012, de <http://www.hotelbienestar.com>.
19. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2010). Encuesta de Condiciones de Vida, Censo de Población y Vivienda. Quito.
20. Martínez, D., & Milla, A. (2007). La elaboración del Plan Estratégico y su implementación a través del Cuadro de Mando Integral. España: Díaz de Santos.
21. Ministerio de Turismo (MINTUR). (2007). Inventario Turístico del Cantón Pillaro. Ambato.
22. MINTUR. (2009). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014. Quito.
23. Mintzberg, H. (1997). El Proceso Estratégico, concepto, contextos y casos. México.
24. Molina, S., & Rodríguez, S. (1991). Planificación Integral del Turismo. México: Trillas.
25. Monje, J. (2010). Estadística no paramétrica. Prueba Ji Cuadrado X2. Recuperado el 05 de 01 de 2012, de www.uoc.edu/archivo PDF.
26. Nuñez, K. (2005). Monografías . Recuperado el 24 de 12 de 2012, de Oferta y Demanda : <http://www.monografias.com>
27. Organización Mundial del Turismo (OMT). (1998). Turismo un abordaje Micro y Macro económico. Madrid.
28. Pakin, M. (1998). Microeconomía. Madrid.
29. Pavón, R. (2009). Módulo de Impacto Ambiental. Quito.
30. Pérez, M. (2011). Plan de Operaciones. Quito.
31. Pilco, W. (23 de 11 de 2010). Industria Turística en el Ecuador. Recuperado el 20 de 03 de 2012.
32. Raza, J. (2004). Formulación de Proyectos .
33. Sabino, C. (s.f). EUMENT.NET. Recuperado el 20 de 12 de 2011, de Enciclopedia Virtual. Diccionario de Economía y Finanzas.: <http://www.eumed.net/cursecon/dic/B.htm>.
34. Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). Preparación y Evaluación de Proyectos. Colombia : McGraw Hill.4ta.ed.
35. Segura, G. (2009). Plan Estratégico de Turismo Sostenible del Ecuador (PLANDETUR 2020). Quito.

36. Sierra, R. (1999). Propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador Continental. Proyecto INEFAN/GEF-BIRF y ECOCIENCIA. Quito.
37. SILEC. Sistema Integrado de Legislación Ecuatoriana. (15 de mayo de 2008). Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. Recuperado el 24 de febrero de 2012, de http://www.cortenacional.gob.ec/cn/wwwcn/pdf/reglamentos/reglamento_ley_organica_tributario.pdf.
38. Todo Expertos. (22 de 03 de 2011). Todo expertos, piscinas Recuperado el 20 de 02 de 2012, de <http://www.todoexpertos.com>.
39. Torres, M. (2007). Diseño de un Programa de Desarrollo Ecoturístico para la comunidad Quillán. Ambato.
40. Valle, R. (2010). Consultoría para la Formación de Productos Turísticos del Cantón Santiago de Píllaro. Píllaro.
41. Váquiro, J. (2006). Pymes Futuro. Recuperado el 08 de 03 de 2012, de <http://pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>.
42. WIKIPEDIA . (01 de 12 de 2011). Estación Turística. Recuperado el 10 de 12 de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/Estaci%C3%B3n_tur%C3%ADstica.
43. Yosvanys R., R., & Valverde, G. (25 de 02 de 2011). Gestión Restaurantes. Recuperado el 13 de 01 de 2012, de El uso óptimo de la Capacidad de Restaurantes: www.gestionrestaurantes.com