



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO  
TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, PARROQUIA AMBUQUI,  
CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD  
Y AUDITORÍA C.P.A.**

**Autora: Chalá Lara Sandra M.**

**TUTOR: Dr. Walter Jácome V. Msc.**

**IBARRA 2015**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, PARROQUIA AMBUQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA", es un proyecto que se ha planteado de acuerdo a las condiciones técnicas y necesidades de los servicios a ofertar. Con este proyecto se pretende reactivar la actividad turística en la comunidad del Chota, además de mejorar el estilo y calidad de vida de los habitantes. La información de la presente investigación se resume en: Diagnóstico Situacional el cual nos permitió determinar la realidad actual del turismo en el Valle del Chota. El Marco Teórico describe las bases teóricas y científicas de temas de interés relacionados con la actividad turística, con la finalidad de sustentar el desarrollo del proyecto. Con el Estudio de Mercado, se determinó la oferta, la demanda, la competencia entre otros aspectos, mediante la investigación documental y de campo, lo cual nos dio como resultado una demanda potencial a satisfacer. En el Estudio Técnico se estableció el tamaño, localización, inversiones, organización y estructura del paradero turístico. La inversión que requiere el proyecto se especifica en el Estudio Financiero, mediante el cual se determinó la viabilidad de la creación del paradero turístico. También se estableció la estructura del paradero turístico, la misma que cuenta con los más altos estándares de calidad, conforme a la administración moderna. Finalmente se evaluaron los posibles impactos que generará por el proyecto, los cuales se determinaron mediante la investigación de campo. Para concluir con el trabajo de grado se detalló conclusiones y se emitió recomendaciones de la investigación realizada, destacándose en lo fundamental la factibilidad y sustentabilidad a través del tiempo o vida útil establecida para el proyecto planteado.

## ABSTRACT

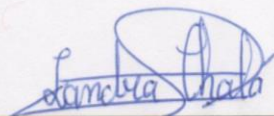
This research work is about "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A RESORT IN THE CHOTA TOWN - AMBUQUÍ RURAL COMMUNITY, IBARRA CITY - IMBABURA PROVINCE ". It is a Project that has been raised according to the technical conditions and requirements of the services that will be offered. This project aims to come alive again the tourism in the Community of Chota, and improve the style and quality of life in the inhabitants of this town. The information of this research is summarized in the following chapters: Situational Diagnosis; which allowed us to determine the current situation of tourism in the Valle del Chota; The Theoretical framework describes the theoretical and scientific topics of interest that are related with tourism in order to sustain the Project bases; with the Market study; the research group determined the demand, the request and competitiveness among other things, through documentary and field research, which gave as result a determined potential demand. The Technical Study settled the size, location, investments, organization and structure of the tourism where it going to be established. The required investment for the Project is specified in the Financial Study, where through the viability of the creation of this tourist resort. Also the structure was also established, which has the highest quality standards, according to the modern administration. Then the possible impacts generated by the project, which were determined by field research and they were evaluated. To end with the degree work; it detailed the conclusions and recommendations of the conducted research ,it was issued and as most important point of this research work is the feasibility and sustainability through the time or the established lifetime for the proposed project.

## AUTORÍA

### AUTORÍA

Yo, **Chalá Lara Sandra María**, portadora de la cédula de identidad 100353086-0, declaro bajo juramento que el trabajo desarrollado es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, PARROQUIA AMBUQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas tomadas en cuenta en este documento.

En la ciudad de Ibarra a los 15 días del mes de Julio del 2014.



Srta. Chalá Lara Sandra María.

C.C. 100353086-0


## CERTIFICACIÓN

### CERTIFICACIÓN DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Chalá Lara Sandra María**, para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, PARROQUIA AMBUQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 15 días del mes de Julio del 2014.



---

Dr. Walter Jácome V.

C.C. 100002227-5

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE  
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE  
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **Chalá Lara Sandra María** con Cédula de Ciudadanía N° 100353086-0, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5, y 6, en calidad de autora del Trabajo de Grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, PARROQUIA AMBUQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor no reservado los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

TELÉFONO FIJO:

062-562-002

TELÉFONO  
MÓVIL:

0981821322

**DATOS DE LA OBRA**

Chalá Lara Sandra María

C.C 100353086-0

Ibarra, 27 de Enero 2015

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, PARROQUIA AMBUQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Chalá Lara Sandra María

2015-Enero-27

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA IDENTIDAD:</b>	<b>DE</b>	100353086-0	
<b>APELLIDOS NOMBRES:</b>	<b>Y</b>	Chalá Lara Sandra María	
<b>DIRECCIÓN:</b>		El Chota, Mirador N° 2 frente al parque infantil.	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062-562-002	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0981821322
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>		“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, PARROQUIA AMBUQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.	
<b>AUTORA:</b>		Chalá Lara Sandra María	
<b>FECHA:</b>		2015-Enero-27	

<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Dr. Walter Jácome V.

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **Chalá Lara Sandra María** con Cédula de Ciudadanía N° 100353086-0, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de obra y trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos. Para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## **3. CONSTANCIAS**

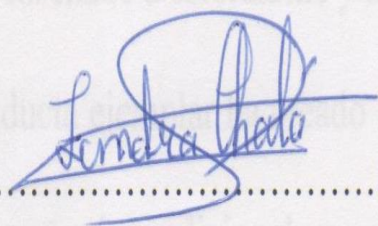
Yo como autora manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y soy el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumo la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldré en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Fecha: Ibarra, 27 de Enero 2015.



EL AUTOR

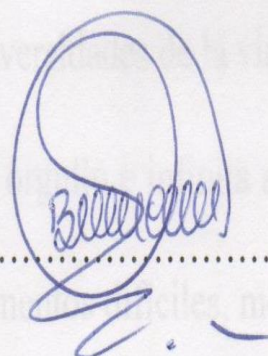
DEDICATORIA ACEPTACIÓN:



.....

Chalá Lara Sandra María

C.C 100353086-0



.....

Ing. Bethy Chávez

Jefe de Biblioteca

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar el presente trabajo de grado con mucho cariño y amor a mi padre, quien me ha enseñado a esforzarme y no rendirme ante las adversidades de la vida, quién con su conducta ejemplar ha creado en mi un profundo orgullo e infinita admiración, también por el apoyo incondicional que me ha brindado en momentos difíciles, motivándome así para cumplir con las metas y objetivos propuestos en mi vida. No existen palabras suficientes para poder definir todo lo que siento por ti, sin duda eres el mejor papá del mundo, mi héroe de todos los tiempos.

## AGRADECIMIENTO

Quiero extender un profundo agradecimiento primeramente a Dios que me ha permitido alcanzar este objetivo en mi vida profesional, a mis padres, a mis hermanos, a mis cuñados y demás familiares por todo el apoyo que me brindaron durante mis estudios y en el proceso de este trabajo.

Agradezco a mi asesor de tesis el Doctor Walter Jácome, quien me colaboró en el desarrollo de este proyecto de grado, transmitiéndome sus conocimientos y experiencias adquiridas en el ejercicio de su profesión.

De igual forma a mis profesores de la Universidad como a los de la secundaria y primaria, por compartir sus conocimientos de una manera profesional y ética.

A todos mis amigos y compañeros de la carrera, en cada uno de ustedes hay una persona muy especial. He aprendido y disfrutado con ustedes mis horas de estudio, nunca los voy a olvidar.

Así como también a todas las personas que de alguna u otra manera me colaboraron para la culminación de este proyecto.

## PRESENTACIÓN

La presente investigación científica denominada Estudio de Factibilidad para la creación de un paradero turístico en la comunidad del Chota, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, ha sido desarrollada por la modalidad de proyecto.

El proyecto está estructurado de siete capítulos, mismos que tienen la información pertinente, siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

El primer capítulo corresponde al Diagnóstico Situacional, el cual contiene antecedentes históricos de la comunidad del Chota, ubicación, superficie, datos poblacionales y las principales actividades económicas. Datos que permitieron establecer el problema central.

El segundo capítulo, hace referencia a las Bases Teóricas y Científicas en sustento a una investigación bibliográfica y lincográfica, a través de conceptos y teorías referentes al proyecto, mercado, contabilidad y evaluadores financieros.

El tercer capítulo denominado Estudio de Mercado, en el que se determinaron: las variables diagnósticas, muestra poblacional, demanda y oferta, precios, publicidad, competencia y el mercado en el que entrará en marcha el proyecto. Se realizó una investigación de campo con encuestas, mismas que demostraron las necesidades de los turistas al visitar establecimientos turísticos.

El cuarto capítulo es el Estudio Técnico, comprende el tamaño del proyecto, la macro y micro localización, la ubicación del paradero, diseño y distribución de las instalaciones, flujograma de procesos, equipos, mano de obra, entre otros.

El quinto capítulo corresponde a la Evaluación Financiera y Económica, se encuentran registrados todos los ingresos y egresos, mano de obra, costos fijos, costos variables, balances que detallan la situación y proyección de los rubros del proyecto, con su respectivo análisis para determinar si el proyecto es o no viable.

El sexto capítulo plantea la Estructura Organizacional y Funcional de la empresa, en la cual se especifican aspectos como: la misión, visión, valores, principios, objetivos, organigrama estructural y manual de funciones.

El capítulo séptimo son los Impactos que generará el proyecto en el ámbito sociocultural, económico, ambiental y educativo.

Finalizados los capítulos mencionados, se da a conocer las conclusiones y recomendaciones a los cuales se ha llegado con la investigación.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vi
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA .....	x
AGRADECIMIENTO .....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL .....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxiv
INTRODUCCIÓN .....	xxvi
OBJETIVOS .....	xxvii
GENERAL.....	xxvii
Específicos .....	xxvii
JUSTIFICACIÓN .....	xxviii
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	xxix
CAPÍTULO I .....	31
DIAGNÓSTICO .....	31
Antecedentes .....	31
Objetivos.....	33

General .....	33
Específicos .....	33
Variables diagnósticas .....	33
Indicadores que definen las variables .....	34
Servicios turísticos .....	34
Producción agrícola .....	34
Comercialización .....	34
Costumbres y tradiciones .....	35
Matriz de relación diagnóstica .....	36
Desarrollo operativo del diagnóstico .....	37
Identificación de la población .....	37
Identificación de la muestra .....	37
cálculo de la muestra.....	38
Diseño de instrumentos de investigación.....	41
Información directa.....	41
Información secundaria.....	42
Evaluación de la información .....	43
Resultado de la entrevista dirigida a representantes de los establecimientos turísticos del sector. ....	43
Resultado de la Entrevista dirigida a agricultores de la zona del Valle del chota .....	52
Resultado de la encuesta dirigida a integrantes o empleados de los establecimientos turísticos del sector. ....	54
Construcción de la matriz AOOD .....	65
Cruce estratégico.....	66
Estrategias AO (Aliados & Oportunidades) .....	66
Estrategias OO (Oponentes & Oportunidades).....	66
Estrategias AR (Aliados & Riesgos).....	66
Estrategias OR (Oponentes & Riesgos).....	67
Identificación del problema u oportunidad .....	67
CAPÍTULO II.....	68
BASES TEÓRICAS.....	68

La empresa .....	68
Definición de empresa .....	68
Importancia de la empresa .....	68
Clasificación de la empresa .....	70
Turismo .....	72
Definición de turismo .....	72
Tipos de turismo .....	72
Categorías .....	74
Base legal de las empresas dedicadas al turismo .....	76
Parador turístico .....	78
Proyecto .....	79
Ciclo de vida del proyecto .....	79
Factibilidad .....	80
Definición .....	80
Estudio de factibilidad .....	80
Estudio de mercado.....	81
Definición .....	81
Oferta .....	81
Demanda .....	82
Producto turístico:.....	83
Precio .....	83
Comercialización .....	84
Estudio técnico.....	84
Tamaño óptimo del proyecto .....	85
Localización.....	85
Estudio financiero .....	85
Presupuesto .....	85
Ingresos .....	86
Costos.....	86
Gastos.....	87
Evaladores financieros .....	87



Fuentes de financiamiento .....	89
Contabilidad.....	90
Definición de la contabilidad .....	90
Estados financieros .....	91
Organigrama .....	93
Impactos que genera el turismo en el medio ambiente .....	93
Impacto económico.....	93
Impacto sociocultural.....	94
Impacto medioambiental.....	94
CAPÍTULO III.....	95
ESTUDIO DE MERCADO .....	95
Introducción .....	95
Objetivos.....	96
Objetivo general.....	96
Objetivos específicos .....	96
Descripción e identificación del servicio .....	96
Mercado meta.....	99
Segmentación de mercado .....	100
Identificación de la población.....	100
Cálculo de la muestra.....	102
Instrumentos de recolección de información .....	104
Resultados de la encuesta a turistas nacionales y extranjeros que visitan el valle del Chota. .....	105
Análisis y proyección de la demanda.....	115
Análisis y proyección de la oferta.....	117
Demanda potencial a satisfacer.....	118
Determinación de precios .....	121
Estrategias de comercialización.....	122
Producto .....	122
Plaza.....	123
Precio .....	128

Promoción .....	129
Publicidad .....	129
Conclusiones del estudio de mercado .....	130
CAPÍTULO IV.....	131
ESTUDIO TÉCNICO .....	131
Macrolocalización.....	131
Microlocalización .....	132
Diseño de la infraestructura .....	135
Distribución de las áreas .....	136
Distribución de las áreas .....	140
Tamaño del proyecto.....	143
Flujograma de operación.....	145
Flujograma del servicio de alojamiento .....	145
Flujograma del servicio de gastronomía .....	146
Flujograma del servicio de deportes .....	147
Flujograma del servicio costumbres y tradiciones.....	148
Flujograma del servicio bazar .....	149
Presupuesto técnico o inversiones requeridas.....	150
Inversiones fijas .....	150
Inversión gastos de constitución .....	156
Inversión variable.....	156
Capital de trabajo .....	159
CAPÍTULO V.....	160
ESTUDIO FINANCIERO .....	160
Estructura de la inversión.....	160
Financiamiento.....	160
Estructura del financiamiento .....	160
Tabla de amortización del crédito.....	161
Proyección de ingresos .....	163
Proyección de clientes.....	164
Proyección de precios .....	166

Proyección de ingresos por venta .....	168
Proyección de egresos .....	171
Presupuesto de costos .....	171
Presupuesto de gastos .....	175
Depreciación .....	178
Estados financieros proforma .....	179
Estado de situación financiera proforma.....	179
Estado de resultados proyectado .....	181
Flujo de caja proyectado .....	183
Evaluación financiera.....	185
Costo de capital.....	185
Tasa de rendimiento medio .....	185
Cálculo del valor actual neto (VAN) .....	186
Calculo de la tasa interna de retorno (TIR).....	187
Periodo de recuperación.....	188
Costo-Beneficio .....	190
Punto de equilibrio.....	190
Análisis de la bondad del proyecto .....	191
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>193</b>
<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL .....</b>	<b>193</b>
Nombre o razón social .....	193
Imagen corporativa .....	193
Logotipo .....	193
Isotipo .....	194
Slogan .....	194
Misión .....	195
Visión.....	196
Objetivos .....	196
Objetivo general.....	196
Objetivos específicos .....	196
Valores y principios .....	196

Organigrama .....	198
Descripción de perfiles y funciones del personal .....	198
Requerimientos .....	202
Base legal .....	208
Determinación de la forma jurídica .....	208
CAPÍTULO VII .....	214
IMPACTOS DEL PROYECTO .....	214
Descripción .....	214
Impacto sociocultural .....	215
Impacto económico .....	217
Impacto ambiental .....	218
Impacto educativo .....	219
Impacto general .....	221
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	222
CONCLUSIONES .....	222
RECOMENDACIONES: .....	224
BIBLIOGRAFÍA .....	225
LINKOGRAFÍA .....	227
ANEXOS .....	228
ANEXO N° 1 Entrevista dirigida a representantes de los establecimientos turísticos del valle del Chota .....	229
ANEXO N° 2 Entrevista dirigida a agricultores de la zona del valle del Chota .....	232
ANEXO N° 3 Encuesta a integrantes o empleados de los establecimientos turísticos del sector .....	234
ANEXO N° 4 Fotografías diagnóstico .....	237
ANEXO N° 5 Encuesta dirigida a los turistas que visitan las hosterías del valle del Chota .....	238
ANEXO N° 6 Fotografías servicios .....	241
ANEXO N° 7 Organigrama del ministerio de turismo .....	244
ANEXO 8 .....	245
ANEXO 9 .....	252

## ÍNDICE DE CUADROS

1. Matriz de relación diagnóstica .....	36
2. Identificación de la muestra .....	38
3. Cálculo de los informantes por extractos .....	40
4. Capacitación.....	54
5. Fijación de precios .....	55
6. Motivación .....	56
7. Mercado .....	57
8. Prestación de servicios .....	58
9. Difusión costumbres y tradiciones .....	59
10. Vestimenta tradicional .....	60
11. Danzar .....	61
12. Participación en festivales.....	62
13. Control de calidad .....	63
14. Paradero turístico .....	64
15. Construcción de la matriz AOOD .....	65
16. Paquete básico.....	98
17. Paquete intermedio.....	98
18. Paquete completo .....	99
19. Entrada de extranjeros al ecuador .....	100
20. Ingreso de turistas a Imbabura .....	101
21. Ingresado de turistas a ambuquí.....	102
22. Lugar de procedencia .....	105
23. Preferencia por el tipo de turismo .....	106
24. Con quién acude.....	107
25. Frecuencia.....	108
26. Implementación de paradero turístico.....	109
27. Aspecto de mayor importancia .....	110
28. Servicios.....	111
29. Tiempo de permanencia .....	112

30. Precio .....	113
31. Medio de difusión .....	114
32. Proyección de la demanda .....	116
33. Análisis y proyección de la oferta.....	117
34. Proyección de la oferta.....	118
35. Balance de la oferta-demanda.....	119
36. Demanda de potenciales clientes .....	120
37. Determinación de precios .....	121
38. Precios psicológicos.....	128
39. Matriz de microlocalización .....	133
40. Distribución de las áreas .....	136
41. Capacidad de servicios turísticos .....	143
42. Terreno.....	150
43. Infraestructura.....	151
44. Equipamiento.....	151
45. Muebles y enseres.....	153
46. Menaje.....	154
47. Resumen de inversiones fijas.....	155
48. Inversión gastos de constitución .....	156
49. Sueldos administrativos mano de obra indirecta .....	157
50. Sueldos administrativos .....	157
51. Sueldos operativos mano de obra directa.....	158
52. Honorarios MOD .....	158
53. Capital de trabajo .....	159
54. Estructura de la inversión.....	160
55. Estructura del financiamiento .....	161
56. Tabla de amortización.....	162
57. Proyección de servicios.....	164
58. Proyección de precios .....	166
59. Proyección de ingresos por venta .....	168
60. MOD con rol de pagos.....	171

61. MOD con factura .....	172
62. Alimentación.....	172
63. Gastos varios .....	173
64. Presupuesto de costos variables .....	174
65. Gasto personal administrativo rol de pagos .....	175
66. Gasto personal administrativo con factura.....	176
67. Gastos varios .....	176
68. Presupuesto de gastos administrativos .....	177
69. Depreciación anual.....	178
70. Activos fijos se deprecian de acuerdo a: .....	179
71. Balance de situación financiera .....	180
72. Estado de resultados proforma.....	181
73. Flujo de caja proyectado .....	183
74. Costo de capital.....	185
75. TIR automatizado.....	187
76. Recuperación de la inversión valor corriente.....	188
77. Recuperación de la inversión valor real .....	189
78. Cálculo del costo-beneficio.....	190
79. Resumen de la evaluación.....	192
80. Colores de la marca.....	195
81. Requerimientos de personal del área administrativa .....	199
82. Requerimientos de personal del área de contabilidad Contador .....	200
83. Requerimientos de personal del área de contabilidad Cajera Recepcionista .....	201
84. El personal del área restaurante Jefe de cocina.....	202
85. El personal del área restaurante Ayudante de cocina.....	203
86. El personal del área restaurante Mesero .....	204
87. Requerimientos de personal servicios generales Camarera .....	205
88. Requerimientos de personal servicios generales Guardia.....	206
89. Requerimientos de personal servicios generales Operador de sericios .....	207
90. Matriz de criterios .....	215
91. Impacto sociocultural.....	215

92. Impacto económico .....	217
93. Impacto ambiental.....	218
94. Impacto educativo .....	219
95. Impacto general.....	221

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Capacitación.....	54
2. Fijación de precios .....	55
3. Motivación .....	56
4. Mercado .....	57
5. Prestación de servicios .....	58
6. Difusión costumbres y tradiciones.....	59
7. Vestimenta tradicional .....	60
8. Danzar .....	61
9. Participación en festivales.....	62
10. Control de calidad .....	63
11. Paradero turístico .....	64
12. Clasificación de la empresa .....	71
13. Lugar de procedencia.....	105
14. Preferencia por el tipo de turismo.....	106
15. Con quién acude.....	107
16. Frecuencia.....	108
17. Implementación de paradero turístico.....	109
18. Aspecto de mayor importancia .....	110
19. Servicios.....	111
20. Tiempo de permanencia .....	112
21. Precio .....	113
22. Medio de difusión .....	114
23. Buzón de sugerencias.....	123



24. Gigantografía .....	124
25. Letrero.....	125
26. Tarjeta de presentación .....	126
27. Tríptico.....	127
28. Mapa de ubicación del proyecto .....	131
29. Plano de la comunidad del chota .....	135
30. Diseño arquitectónico del paradero turístico .....	139
31. Área administrativa.....	140
32. Salón de uso múltiple.....	140
33. Área de alojamiento .....	141
34. Área de mantenimiento y limpieza .....	141
35. Área de restaurante y bazar .....	142
36. Parqueadero.....	142
37. Flujograma del servicio de alojamiento .....	145
38. Flujograma del servicio de gastronomía .....	146
39. Flujograma del servicio de deportes .....	147
40. Flujograma del servicio costumbres y tradiciones.....	148
41. Flujograma del servicio bazar.....	149
42. Logotipo del paradero turístico .....	193
43. Isotipo .....	194
44. Organigrama estructural.....	198

## INTRODUCCIÓN

El Turismo en la actualidad se ha convertido en una de las más importantes actividades humanas, como producto del avance de la ciencia y tecnología, pues es uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez en el mundo.

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna, es por ello que este sector económico representa el 4,2% del PIB, generando así importantes recursos económicos para el país.

El Ministerio de Turismo, como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador; pues su misión es posicionar al Ecuador como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial en el marco del turismo consciente como actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible y su visión es Ecuador Potencia Turística.

El Turismo Cultural precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo, como museos y monumentos, incluido el llamado patrimonio inmaterial: idiomas, folklore, costumbres, gastronomía, música, literatura, religión, historia, entre otros. Este puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socio-económica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza, por ejemplo en el caso de los países en desarrollo.

El Valle del Chota es un lugar turístico que posee una riqueza natural y cultural, es por ello que tanto turistas nacionales como extranjeros año tras año visitan esta comunidad, principalmente en los feriados de carnaval, el mismo que sea a convertido en un referente de la cultura negra y la tradición, pues durante este periodo los turistas pueden degustar de la gastronomía, cultura, danza, peinados afros, elección de la reina y shows artísticos con artistas locales y nacionales.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un paradero turístico en la comunidad del Chota, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

### **Específicos**

- ❖ Realizar un diagnóstico situacional para determinar la realidad actual, de la comunidad, mediante la matriz AOOR.
- ❖ Elaborar un marco teórico que sustente el proyecto, a través de investigación bibliográfica y documental.
- ❖ Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda, competencia entre otros aspectos, mediante la investigación de campo.
- ❖ Efectuar un estudio técnico e ingeniería de proyecto que establezca el tamaño, localización, inversiones, organización y estructura del paradero turístico.
- ❖ Evaluar el estudio económico-financiero para determinar viabilidad no de la creación del paradero turístico

- ❖ Diseñar la estructura del paradero turístico, con los más altos estándares de calidad, conforme a la administración moderna.
- ❖ Determinar los posibles impactos que generará el proyecto, por medio de la investigación de campo.

## **JUSTIFICACIÓN**

El desarrollo del presente proyecto será de mucha importancia; ya que el turismo es una de las fortalezas que tiene nuestro país, el cual posee una gama extensa de atractivos turísticos en cada una de sus regiones y provincias. En la comunidad de Chota se encuentra uno de estos atractivos turísticos, por lo cual, la creación de un paradero turístico en el sector permitirá que las personas disfruten de un servicio de calidad y calidez, de una manera diferente, agradable y acorde a sus necesidades.

Las razones por las cuales es importante la creación de este paradero turístico son:

En razón de que actualmente en la comunidad del Chota no existe específicamente un paradero turístico, los turistas nacionales y extranjeros ocupan las hosterías del sector de Ambuquí, sector que a pesar de estar en la misma zona del valle del Chota tiene sus propias características en cuanto a identidad, cultura y folklor.

Por cuanto en la comunidad del Chota no se ha explotado en su totalidad lo que es la música, folklor, gastronomía y cultura.

Debido a que los representantes de la comunidad no se han preocupado de buscar alternativas de desarrollo socio económico para este sector.

Es necesario entonces buscar alternativas de desarrollo y crecimiento para el sector y hacer que mejoren las condiciones de vida de la población, conservando la identidad y la cultura.

Existirán dos tipos de beneficiarios, directos los patrocinadores del proyecto e indirectos los miembros de la Comunidad del Chota.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La realización del presente estudio se enmarca en la metodología de la investigación de campo, la misma que utilizando el método científico permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social.

El proceso de investigación se desarrollara mediante la investigación descriptiva, la misma que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Para la formulación del presente proyecto se utilizara las siguientes técnicas:

- ❖ Observación directa: permite conocer la realidad actual, las características idóneas que se encuentran en el mercado, en el estudio del presente proyecto nos permite conocer las características esenciales para la creación de un paradero turístico.

- ❖ Encuesta: proporciona información relevante, por este motivo fue realizada a los integrantes y empleados de los establecimientos turísticos del sector como a los turistas que visitan estos establecimientos.
- ❖ Entrevista: es la técnica destinada para obtener datos y consistente en el dialogo, por lo que se consideró realizar a los representantes, gerentes y/o propietarios de los establecimientos turísticos del sector como también a los productores agrícolas de la zona.

Como instrumento de investigación se utilizara el cuestionario, el cual consiste en una serie de preguntas con el propósito de obtener información de los consultados; es decir, que las respuestas nos puedan ofrecer toda la información que se precisa.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO**

#### **1.1 Antecedentes**

La comunidad del Chota se encuentra ubicada al norte de la provincia Imbabura a 35 km de la ciudad de Ibarra, entre los límites de Imbabura y Carchi a 1560 m.s.n.m.; la población es de 637 habitantes en su mayoría de etnia afro-ecuatoriana. Con una temperatura de 24°C da lugar a un clima cálido seco; lo cual ha contribuido para que esta posea una variedad de flora y fauna, además goza de un caudaloso río Chota.

La comunidad cuenta con buenas vías de acceso, mini coliseo, iglesia, centro de salud, centro infantil, escuela y los servicios básicos de primera necesidad.

El Ingenio Azucarero del Norte y la agricultura por muchos años fueron la principal fuente de empleo de los moradores de la comunidad, pero en la actualidad los jóvenes se inclinan por otro tipo de profesiones, como la Policía Nacional, Milicia, obtener un título de tercer y cuarto nivel o prestar sus servicios como empleadas domésticas. Por tal motivo se puede manifestar que la tasa de desempleo ha disminuido viéndose reflejado en un nivel de vida aceptable.

Por el clima que posee los productos agrícolas que se pueden cultivar en esta comunidad son: tomate, ovos, frejol, yuca, plátano, camote, caña de azúcar, mango, entre otros.

La comunidad es conocida por el tradicional Carnaval Coangue, que se viene realizando desde hace 12 años y acoge a más de 60.000 turistas nacionales y extranjeros quienes reactivan la economía local, del cantón y de la provincia de Imbabura, beneficiando alrededor de 100 familias de la zona del Valle del Chota, a través del ejercicio gastronómico y artesanal durante los tres días del Carnaval.

El Valle del Chota, en los últimos años ha recibido constante apoyo por parte del Ministerio de Turismo de la Provincia de Imbabura; a través de programas de desarrollo turístico comunitario; puesto que, es la puerta de entrada a mejorar la economía y calidad de vida de la población.

Los turistas visitan el río Chota en su mayoría en feriados, debido a que la comunidad no cuenta con un lugar donde los turistas puedan alojarse y tener los servicios de alimentación de manera permanente.

Por esta razón se ha detectado la oportunidad de crear un paradero turístico, que oferte los servicios de alojamiento, gastronomía, rafting, natación y distracción en general, bajo este enfoque se plantea realizar un estudio de factibilidad para la creación del mismo, en la comunidad del Chota. En este se brindará un servicio de calidad y calidez a los turistas, fortaleciendo de esta manera el turismo en el sector y por ende la calidad de vida de los habitantes mejorará.



## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 General**

Determinar la situación actual del turismo en la comunidad del Chota, mediante la matriz AOOR.

### **1.2.2. Específicos**

- ❖ Analizar los servicios turísticos actuales.
- ❖ Establecer el nivel de producción agrícola.
- ❖ Identificar las formas de comercialización.
- ❖ Investigar las costumbres y tradiciones de la comunidad del Chota.

## **1.3 Variables diagnósticas**

Para facilitar el enfoque de éste estudio en los aspectos relevantes y sus diferentes relaciones se ha determinado las siguientes variables:

- ❖ Servicios turísticos.
- ❖ Producción agrícola.
- ❖ Comercialización.
- ❖ Costumbres y Tradiciones

## **1.4. Indicadores que definen las variables**

De acuerdo a las variables expuestas anteriormente, a continuación se detallan los aspectos más importantes para su respectivo análisis:

### **1.4.1. Servicios turísticos**

- ❖ Organización
- ❖ Capacitación
- ❖ Motivación

### **1.4.2. Producción agrícola**

- ❖ Tipo de productos
- ❖ Volúmenes de producción
- ❖ Calidad del producto
- ❖ Destino de la producción

### **1.4.3. Comercialización**

- ❖ Formas de venta
- ❖ Lugares de venta
- ❖ Frecuencia de consumo
- ❖ Precios

#### **1.4.4. Costumbres y tradiciones**

- ❖ Gastronomía
- ❖ Danza y vestimenta
- ❖ Mitos y leyendas
- ❖ Festivales

## 1.5. Matriz de relación diagnóstica

### Cuadro N° 1

#### Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Analizar los servicios comunitarios actuales.	Servicios Turísticos	-Organización -Capacitación -Motivación	Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta	Integrantes hospederías comunitarias y hosterías.
Establecer el nivel de producción agrícola.	Producción Agrícola	-Volúmenes de producción -Calidad del producto -Destino de la producción	Primaria Primaria Primaria	Entrevista	Agricultores de la zona del Valle del Chota
Identificar las formas de comercialización	Comercialización	-Formas de venta -Lugares de venta -Frecuencia de consumo -Precios	Primaria Secundaria Primaria Primaria	Encuesta y Libros Encuesta Encuesta Encuesta	Comerciantes y Registros oficiales
Investigar las costumbres y tradiciones de la comunidad del Chota.	Costumbres y Tradiciones	-Danza y vestimenta -Mitos y leyendas -Festivales	Primaria Primaria y Secundaria Primaria	Encuesta y Observación directa Encuesta, libros, revistas, folletos, Encuesta y Observación directa	Moradores de la comunidad y registros oficiales.

Fuente: Diagnostico

## **1.6. Desarrollo operativo del diagnóstico**

### **1.6.1. Identificación de la población**

Para la construcción del diagnóstico situacional se ha considerado como objeto de estudio a los establecimientos turísticos comunitarios y las hosterías que se encuentran en la parroquia de Ambuquí que son 14; debido a que, ofrecen servicios similares a los que se pretende ofertar, también se aplicará una entrevista a los agricultores de la zona.

### **1.6.2. Identificación de la muestra**

Para determinar la muestra se ha tomado como base los datos obtenidos de la investigación de campo a los establecimientos turísticos del sector. A continuación la descripción de dichos datos:

## Cuadro N° 2

*Identificación de la muestra*

N°	ESTABLECIMIENTO TURISTICO	EMPLEADOS O INTEGRANTES
1	HOSPEDERÍA COMUNITARIA DOÑA EVITA	12
2	ASOCIACIÓN DE TURISMO Y CULTURA AFROECUATORIANA "AROMA CALIENTE"	13
3	ARTESANÍAS GARTÁN	8
4	TIENDAS COANGUE	5
5	HELADOS DOÑA JUDITH	3
6	HOSTERÍA OASIS	18
7	HOSTERÍA ARUBA	9
8	HOSTERÍA TIERRA DEL SOL	7
9	HOSTERÍA KIBUTZ	6
10	HOSTERÍA PALMIRA	4
11	HOSTERÍA ARCO IRIS	5
12	HOSTERÍA FABRICIO'S	5
13	HOTEL LA PLAYA	4
14	HOSTAL EL FOGON	3
<b>TOTAL</b>		<b>102</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

**1.6.3 cálculo de la muestra**

$$= \frac{Z^2 * N * \sigma^2}{e^2(N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

**Dónde:**

$N$  = Población

$\sigma^2$  = Varianza 0,5

$Z^2$  = Confianza 1,96

$(N - 1)$  = Correlación de la población

$e^2$  = Error admisible 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 * 102 * (0,5)^2}{(0,05)^2 * (102 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)^2}$$

$$n = \frac{97,9608}{1,2129}$$

$$n = 80,76$$

$$n = 81$$

*Cuadro N° 3**Cálculo de los informantes por extractos*

<b>EXTRACTO</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>CONSTANTE</b>	<b>EXTRACTO DE LA MUESTRA</b>
HOSPEDERÍA COMUNITARIA DOÑA EVITA	12	11.76%	10
ASOCIACIÓN DE TURISMO Y CULTURA AFROECUATORIANA "AROMA CALIENTE"	13	12.75%	10
ARTESANÍAS GARTÁN	8	7.84%	6
TIENDAS COANGUE	5	4.90%	4
HELADOS DOÑA JUDITH	3	2.94%	2
HOSTERÍA OASIS	18	17.65%	14
HOSTERÍA ARUBA	9	8.82%	7
HOSTERÍA TIERRA DEL SOL	7	6.86%	6
HOSTERÍA KIBUTZ	6	5.88%	5
HOSTERÍA PALMIRA	4	3.92%	3
HOSTERÍA ARCO IRIS	5	4.90%	4
HOSTERÍA FABRICIO´S	5	4.90%	4
HOTEL LA PLAYA	4	3.92%	3
HOSTAL EL FOGON	3	2.94%	2
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>	<b>81</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora



## **1.7. Diseño de instrumentos de investigación**

Para la realización del presente diagnóstico situacional, se utilizarán las distintas técnicas de investigación, las cuales han sido utilizadas a lo largo de las investigaciones.

### **1.7.1 Información directa**

Para la recolección de la información de los establecimientos turísticos se aplicará: observación directa, entrevistas y encuestas, las cuales fueron elaboradas en base a las distintas variables.

#### **❖ OBSERVACIÓN DIRECTA**

Se la realizó mediante visita a los establecimientos turísticos.

#### **❖ ENTREVISTA**

Esta técnica fue realizada de forma aleatoria a los representantes de los establecimientos turísticos, como son: Hostería Oasis, Hostería Aruba, Hostería Kibutz y Hospedería comunitaria “Doña Evita”, como también a productores agrícolas de la zona.

### **REPRESENTANTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS**

Sr. Rubén Benalcazar Gerente-Propietario de la Hostería Oasis

Sr. Orlando Mera Administrador de la Hostería Aruba

Sr. Allan León Administrador de la Hostería El Kibutz

Sra. Eva Lara Coordinadora de la hospedería comunitaria “Doña Evita”

## **AGRICULTORES DE LA ZONA DEL VALLE DEL CHOTA**

Sr. Segundo Benedito Méndez

Sr. Fernando Calderón

Sr. Eusebio Acosta

Sr. Pedro Chalá

### **❖ ENCUESTA**

Las encuestas fueron realizadas a los integrantes o empleados de los establecimientos turísticos, en función de los resultados arrojados del cálculo de la muestra.

#### **1.7.2. Información secundaria**

La información secundaria a utilizar es extraída de libros, revistas, folletos, documentos de organismos públicos, internet, datos del INEC 2010, cifras del Ministerio de Turismo 2013, entre otros.

## **1.8. Evaluación de la información**

### **1.8.1 Resultado de la entrevista dirigida a representantes de los establecimientos turísticos del sector.**

El objetivo de la entrevista fue recopilar información relevante y necesaria que nos permita determinar el estado actual de la actividad turística en el Valle del Chota.

#### **Establecimiento turístico: HOSTERÍA OASIS**

##### **1. ¿Qué le motivó a crear un establecimiento turístico en el Valle del Chota?**

En el año de 1986, decidí aprovechar la oportunidad de obtener grandes beneficios del turismo en el Valle del Chota, en vista que no existía ningún establecimiento que brinde los servicios de alojamiento ni alimentación, convirtiéndome de esta forma en pionero de la explotación turística en este sector.

El nombre de la Hostería, se debe a que considero que el Valle del Chota es un oasis por su vegetación e instalaciones.

##### **2. ¿El tipo de negocio que usted tiene es de carácter familiar, accionistas o economía mixta?**

Es de carácter familiar del cual soy el gerente propietario, y espero que en el futuro mis hijas administren la hostería.

**3. ¿Qué tiempo lleva en la actividad turística?**

Son 28 años dedicados a la actividad turística en el Valle del Chota.

**4. ¿Qué servicios ofrece en su establecimiento?**

Alojamiento, restaurante, piscina de olas, toboganes, hidrotúnel, sauna, turco, hidromasaje, heladería, salones para conferencias y eventos sociales y recorrido en chiva por el valle conociendo los pueblos de nuestros famosos futbolistas, plantaciones de mangos, caña de azúcar, entre otros.

**5. ¿Para cuantas personas tiene capacidad su establecimiento?**

La capacidad máxima de la hostería es para 102 personas.

**6. ¿Cuál es el flujo de turistas que visitan el Valle del Chota?**

No existen registros estadísticos oficiales pero considero que es alrededor de 12.000 a 13.000 turistas al año.

**7. ¿Cuáles son los aspectos que hacen que la comunidad del Chota sea un atractivo turístico?**

El clima cálido seco, la tierra, la población afro y el río crean un ambiente tropical, además la música, la danza y el deporte como distracción.

**8. ¿Cree usted que existe una adecuada difusión de los atractivos?**

No, pues muchas veces las personas que visitan la hostería desean conocer más sobre la población del Valle de Chota, sus costumbres y tradiciones, pero la mayoría de los establecimientos donde podrían acceder a este tipo de servicios pasan cerrados, pues no existe continuidad en el negocio.

**9. ¿Realiza algún tipo de promociones?**

Cuando existen grupos de más de 20 personas, se realizan descuentos o se entrega algún tipo de obsequio.

**10. ¿De dónde provienen los clientes que visitan el establecimiento?**

La mayoría de los turistas son de nuestro vecino país Colombia, de la ciudad de Nariño, Pasto, Ipiales y Cali. Los turistas nacionales son de Tulcán, San Gabriel, Zamora, Machala, Quito y un pequeño porcentaje de la provincia de Imbabura.

**Establecimiento turístico: HOSTERÍA ARUBA****1. ¿Qué le motivó a crear un establecimiento turístico en el Valle del Chota?**

Se construyó unas cabañas con motivo de descanso e integración familiar para fines de semanas y vacaciones, pero con el pasar del tiempo nos dimos cuenta que también se podrían incrementar un negocio ya que era una zona desierta y muchas personas buscaban un lugar donde hospedarse antes de continuar su viaje.

**2. ¿El tipo de negocio que usted tiene es de carácter familiar, accionistas o economía mixta?**

De carácter familiar, es decir, la hostería era patrimonio de la Familia Terán Ruiz, de la cual por varios años todos los hermanos tenían acciones pero en la actualidad uno de ellos es el único propietario.

**3. ¿Qué tiempo lleva en la actividad turística?**

Alrededor de 20 años.

**4. ¿Qué servicios ofrece en su establecimiento?**

Piscina, sauna, turco, hidromasaje, canchas deportivas, habitaciones, salón de conferencias y restaurante.

**5. ¿Para cuantas personas tiene capacidad su establecimiento?**

La hostería tiene una capacidad en hospedaje para 131 personas y en cuanto al restaurante, la piscina y los demás servicios para 200 personas.

**6. ¿Cuál es el flujo de turistas que visitan el Valle del Chota?**

No contamos con datos exactos, pero considero que debe estar aproximadamente en 12.000 turistas.

**7. ¿Cuáles son los aspectos que hacen que la comunidad del Chota sea un atractivo turístico?**

Se podría nombrar a varios, pero el factor fundamental es el clima cálido del cual es privilegiado este Valle.

**8. ¿Cree usted que existe una adecuada difusión de los atractivos?**

No en su totalidad, ya que muchos turistas que visitan el establecimiento, desconocen los rasgos y características principales del Valle del Chota.

**9. ¿Realiza algún tipo de promociones?**

Dependiendo del número de clientes que lleguen en grupo, se realiza descuentos.

**10. ¿De dónde provienen los clientes que visitan el establecimiento?**

La mayoría son de la región norte del país y colombianos.

**Establecimiento turístico: HOSTERÍA KIBUTZ**

**1. ¿Qué le motivó a crear un establecimiento turístico en el Valle del Chota?**

La idea de la familia Morales-Núñez fue tener una casa campestre, el lugar ideal, no muy lejos de la ciudad, para disfrutar con la compañía de los seres queridos. El terreno adquirido en ese entonces, no brindaba en aquella época casi nada, aparte de maleza, piedras y espinos en grandes cantidades.

El esmero, la dedicación y el amor fueron inmensos, para construir y dar forma a este proyecto familiar, con el aprovechamiento del canal de riego, empezó a poblarse de árboles frutales, jardines y una variedad de arbustos que perfuman, las frescas y agradables noches del Valle del Chota.

Con el tiempo y observando, que la necesidad de alojamiento de muchos visitantes, propios y extranjeros, se incrementaba, gana fuerza la idea, de compartir este terruño con los turistas, ofreciéndoles un lugar generoso, seguro y de buen gusto para quedarse.

Inspirados en sus viajes a Israel y en la estética de los famosos “Kibutz”, es como se bautiza así a este paraje familiar. Actualmente, Hostería “El Kibutz”.

**2. ¿El tipo de negocio que usted tiene es de carácter familiar, accionistas o economía mixta?**

De carácter familiar.

**3. ¿Qué tiempo lleva en la actividad turística?**

Ya son 25 años que la hostería presta sus servicios.

**4. ¿Qué servicios ofrece en su establecimiento?**

Hospedaje, alimentación, piscinas, sauna, turco, spa, canchas deportivas, juegos para niños, sala de eventos y producción.



**5. ¿Para cuantas personas tiene capacidad su establecimiento?**

La capacidad depende del servicio; es decir, en hospedaje es para 94 personas, restaurante 150 personas y la sala de eventos para 70 personas.

**6. ¿Cuál es el flujo de turistas que visitan el Valle del Chota?**

Se desconoce la cantidad exacta de turistas que visitan el sector, pero estimo que debe ser entre 12.000 a 13.000.

**7. ¿Cuáles son los aspectos que hacen que la comunidad del Chota sea un atractivo turístico?**

Principalmente el magnífico clima cálido, seco y relajante ambiente que solo nuestra zona puede ofrecer, la producción agrícola y las costumbres y tradiciones del pueblo afrochoteño.

**8. ¿Cree usted que existe una adecuada difusión de los atractivos?**

Considero que no debemos centrarnos únicamente en la difusión, sino más bien en concientizar a los moradores del Valle del Chota de los grandes beneficios que se pueden obtener a través del turismo; debido a que muchas veces se realizan propagandas para que visiten el sector, pero al llegar los turistas encuentran los establecimientos cerrados y por tal motivo no tiene nada que hacer.

**9. ¿Realiza algún tipo de promociones?**

Para aquellos que son afiliados al presentar el carnet se concede hasta un 17% de descuento.

A grupos mayores de 30 personas se concede pequeños descuentos o se les entrega algún tipo de obsequios.

Tenemos enlaces en Colombia con la Cámara de Red de Comercio de Pasto y la Caja de compensación familiar de Nariño.

**10. ¿De dónde provienen los clientes que visitan el establecimiento?**

El 50% de los turistas son colombianos. Los ecuatorianos que viajan a Colombia.

**Establecimiento turístico: HOSPEDERÍA COMUNITARIA DOÑA EVITA****1. ¿Qué le motivó a crear un establecimiento turístico en el Valle del Chota?**

La entrevistada menciona que ella nació y creció en esta comunidad y su casa se encuentra a las orillas del río Chota, al ver la cantidad de turistas que llegaban en busca de distracción, conocer las costumbres afrochoteñas, alimentación y/o alojamiento decidió aprovechar la oportunidad y empezó a prestar sus servicios.

**2. ¿El tipo de negocio que usted tiene es de carácter familiar, accionistas o economía mixta?**

Al principio era de carácter familiar, pero en vista a que el negocio con el pasar de los años se ha ido expandiendo decidió asociarse algunas mujeres de la comunidad, con la finalidad de lograr satisfacer la demanda turística.

**3. ¿Qué tiempo lleva en la actividad turística?**

La entrevistada manifestó que prácticamente toda la vida y que lo hace desde la comodidad de su hogar.

**4. ¿Qué servicios ofrece en su establecimiento?**

Servicios de alojamiento, convivencia familiar, gastronomía típica del pueblo afro y guía por las comunidades de Valle del Chota y Cuenca del Mira.

**5. ¿Para cuántas personas tiene capacidad su establecimiento?**

Cada socia acoge a hasta cuatro turistas en su hogar por lo que la capacidad sería para 48 personas.

**6. ¿Cuál es el flujo de turistas que visitan el Valle del Chota?**

La entrevistada manifestó que no sabría decirnos la cantidad de turistas con certeza, pero que existe mayor demanda de turistas en el Carnaval Coangue.

**7. ¿Cuáles son los aspectos que hacen que la comunidad del Chota sea un atractivo turístico?**

El río, el clima, la gastronomía, la música y la danza.

**8. ¿Cree usted que existe una adecuada difusión de los atractivos?**

A pesar que se creó una página web de la hospedería es necesario que las personas vengan y disfruten de la riqueza que posee la comunidad, debido a que la experiencia es la mejor forma de dar a conocer los atractivos.

**9. ¿Realiza algún tipo de promociones?**

Los precios por cada servicio son fijos, pero cada socia entrega a los turistas que alojó en su hogar un pequeño obsequio característico de la zona como recuerdo.

**10. ¿De dónde provienen los clientes que visitan el establecimiento?**

Turistas internacionales que realizan reservaciones a través de unos amigos de la familia y turistas nacionales los fines de semana.

**1.8.2 Resultado de la Entrevista dirigida a agricultores de la zona del Valle del chota**

El objetivo de la entrevista fue recopilar información relevante y necesaria que nos permita determinar el estado actual de la producción agrícola en el Valle del Chota.

**1. ¿Qué productos se cultivan en la zona del Valle del Chota?**

En esta zona se puede producir un sin número de productos de clima cálido pero por el poco recurso económico que poseen los agricultores solo se cultivan los siguientes: fréjol, cebolla, tomate, ovos, guayaba, mango, plátano, aguacate, entre otros, pero todas estas en pequeñas proporciones.

**2. ¿Cuáles son las causas por las cuales los agricultores no mejoran la producción o siembran en mayores cantidades?**

En algunos casos es porque no disponen de agua de riego las 24 horas al día, no tienen el recurso económico como anteriormente lo señale, no existe apoyo de las autoridades para mejorar la producción e invertir en proyectos agrícolas, no se realiza la suficiente promoción de los productos del Valle para que tengan más aceptación en el mercado y al mismo tiempo no existen las estrategias para comercializar los productos, ya que la mayoría de los agricultores no saben utilizar maneras o métodos para llegar al cliente.

**3. ¿Cree usted que dentro del Valle existen las hectáreas de terreno suficientes para incrementar la producción?**

Si existen las hectáreas de terreno suficientes para incrementar la producción, pero los agricultores solo utilizan una parte de ella, en algunos casos por no poseer un mercado al cuál ofrecer el producto y en un gran porcentaje es porque no les alcanza el presupuesto como para sembrar en todo el terreno.

### 1.8.3. Resultado de la encuesta dirigida a integrantes o empleados de los establecimientos turísticos del sector.

1. ¿Con que frecuencia recibe capacitación sobre atención al cliente?

#### Cuadro N° 4

#### Capacitación

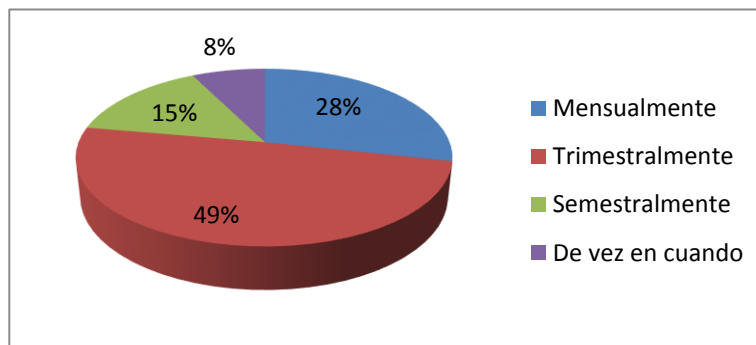
VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Mensualmente	23	28.40%
Trimestralmente	40	49.38%
Semestralmente	12	14.81%
De vez en cuando	6	7.41%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Integrantes o Empleados Establecimientos Turísticos

Elaborado por: La autora

#### Gráfico N° 1

#### Capacitación



#### ANÁLISIS:

La mayoría de las personas encuestadas expresan que reciben capacitación en atención al cliente trimestralmente, lo cual ha permitido el progreso y desarrollo de los servicios que brindan, ya que la mejora continua, contribuye a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los clientes.

2. ¿En base a que fija el precio de sus servicios?

### Cuadro N° 5

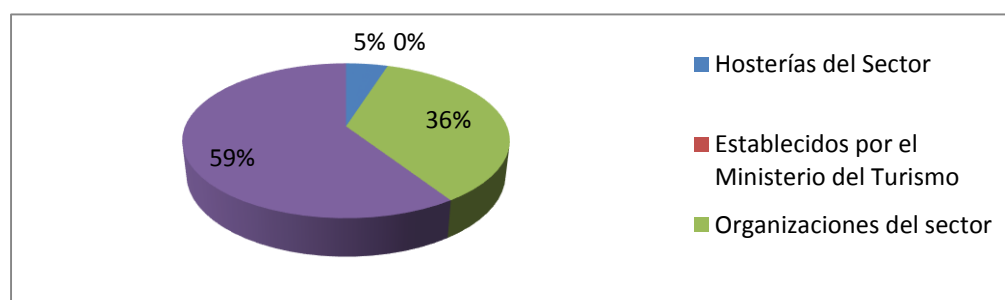
#### Fijación de precios

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Hosterías del Sector	4	4.94%
Establecidos por el Ministerio del Turismo	0	0.00%
Organizaciones del sector	29	35.80%
Establecidos por la organización	48	59.26%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Integrantes o Empleados Establecimientos Turísticos  
Elaborado por: La autora

### Gráfico N° 2

#### Fijación de precios



#### ANÁLISIS:

Gran parte las personas encuestadas manifestaron que los precios de los servicios que brindan son establecidos por la organización, ya que analizan el Costo-Beneficio, con la finalidad de maximizar sus ganancias para que su negocio crezca y a la vez lograr estabilidad en el mercado.

### 3. ¿Qué le motiva a ser parte del establecimiento turístico?

#### *Cuadro N° 6*

#### *Motivación*

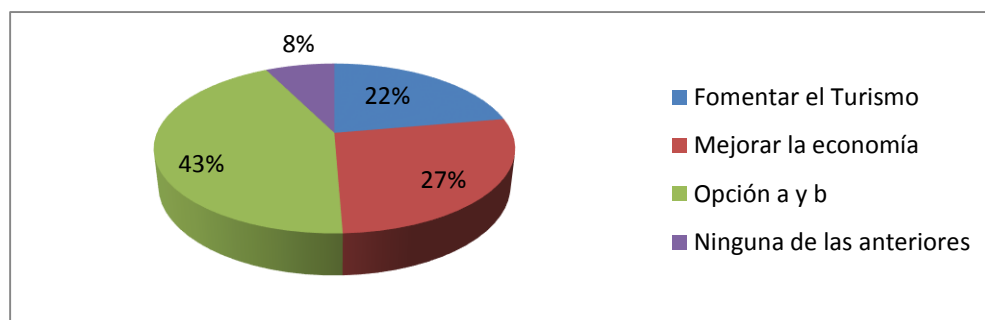
VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Fomentar el Turismo	18	22.22%
Mejorar la economía	22	27.16%
Opción a y b	35	43.21%
Ninguna de las anteriores	6	7.41%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Integrantes o Empleados Establecimientos Turísticos

Elaborado por: La autora

#### *Gráfico N° 3*

#### *Motivación*



#### **ANÁLISIS:**

Para la mayoría de las personas encuestadas es importante fomentar el turismo y mejorar la economía, consideran que la actividad turística es una oportunidad de desarrollo, en vista que permite aprovechar racionalmente la riqueza natural del sector y obtener recursos económicos para satisfacer sus necesidades.



4. ¿A qué tipo de mercado está dirigido su negocio?

**Cuadro N° 7**

**Mercado**

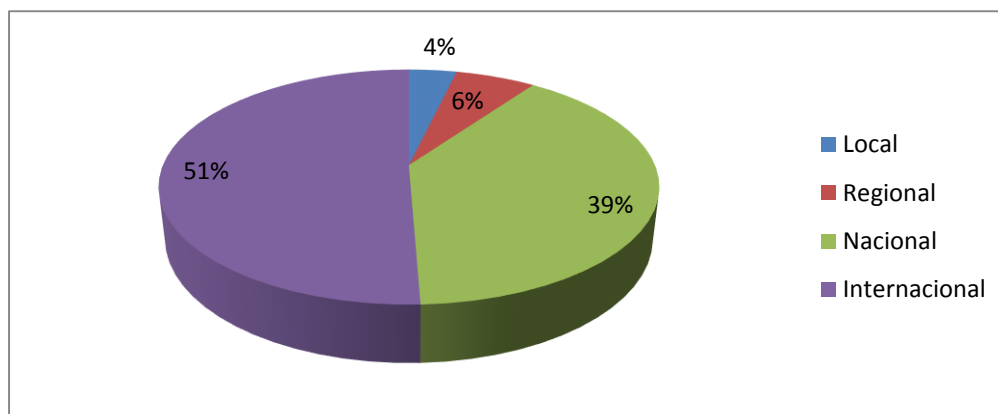
VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Local	3	3.70%
Regional	5	6.17%
Nacional	32	39.51%
Internacional	41	50.62%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Integrantes o Empleados Establecimientos Turísticos

Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 4**

**Mercado**



**ANÁLISIS:**

Gran parte de las personas encuestadas mencionan que el mercado meta son los turistas internacionales, en vista que ellos son los que acuden al sector con la finalidad de conocer sus costumbres, tradiciones y a la vez disfrutar de los atractivos turísticos del mismo.

5. ¿Con que frecuencia presta sus servicios?

**Cuadro N° 8**

***Prestación de servicios***

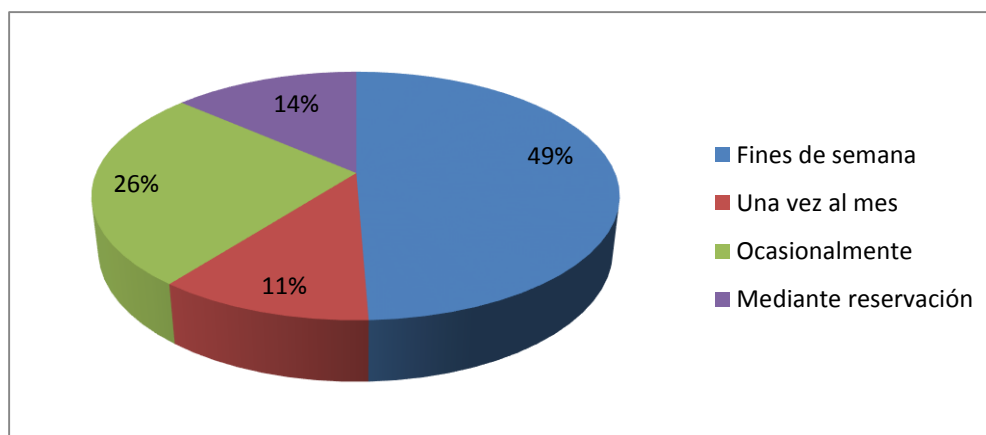
VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Fines de semana	40	49.38%
Una vez al mes	9	11.11%
Ocasionalmente	21	25.93%
Mediante reservación	11	13.58%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Integrantes o Empleados Establecimientos Turísticos

Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 5**

***Prestación de servicios***



**ANÁLISIS:**

La mayoría de las personas encuestadas mencionan que prestan sus servicios los fines de semana, con un porcentaje del 49%, debido a que las personas ahí disponen de tiempo para compartir con la familia y amigos.

6. ¿Informa Ud. a los turistas las costumbres y tradiciones del Valle del Chota?

**Cuadro N° 9**

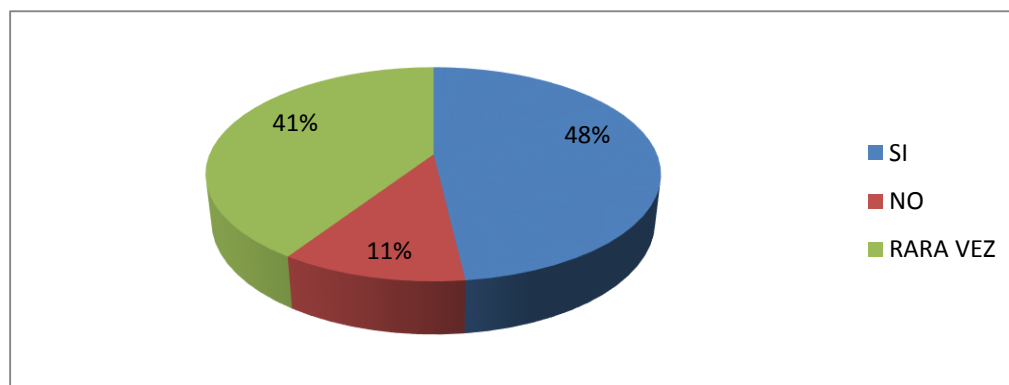
*Difusión costumbres y tradiciones*

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	39	48.15%
NO	9	11.11%
RARA VEZ	33	40.74%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Integrantes o Empleados Establecimientos Turísticos  
Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 6**

*Difusión costumbres y tradiciones*



**ANÁLISIS:**

La mayoría de las personas encuestadas mencionan que dan a conocer a los turistas las costumbres y tradiciones del sector, cuando brindan los servicios, recalcando que hace falta mayor difusión para que los turistas visiten la comunidad más a menudo.

7. ¿Utiliza vestimenta tradicional cuando presta los servicios en el establecimiento?

**Cuadro N° 10**

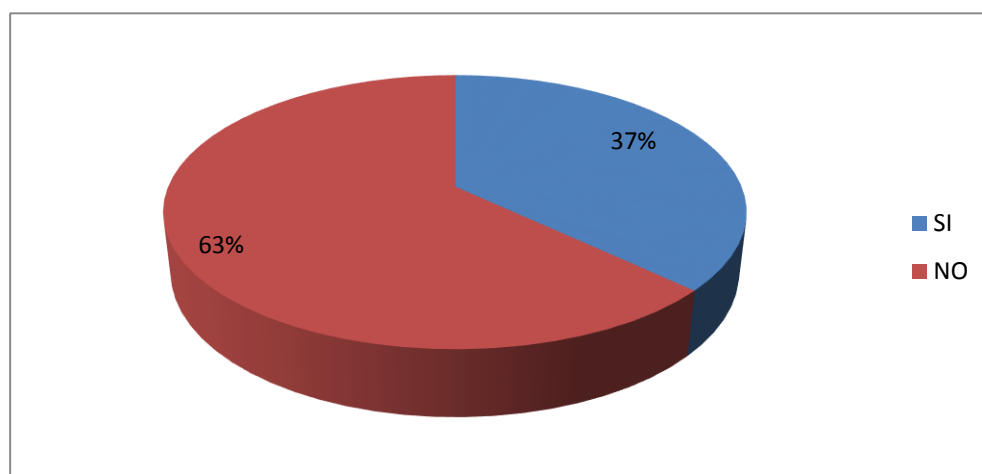
***Vestimenta tradicional***

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	30	37.04%
NO	51	62.96%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Integrantes o Empleados Establecimientos Turísticos  
Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 7**

***Vestimenta tradicional***



**ANÁLISIS:**

La mayoría de las personas encuestadas mencionan que no utilizan vestimenta tradicional, que usan únicamente las personas que danzan al compás de la música la bomba. Generalmente llevan puesto jeans, camiseta, licras, entre otros, que es la ropa que utilizan de forma habitual.

8. ¿Considera que bailar contribuye a mantener las manifestaciones culturales de la comunidad?

**Cuadro N° 11**

**Danzar**

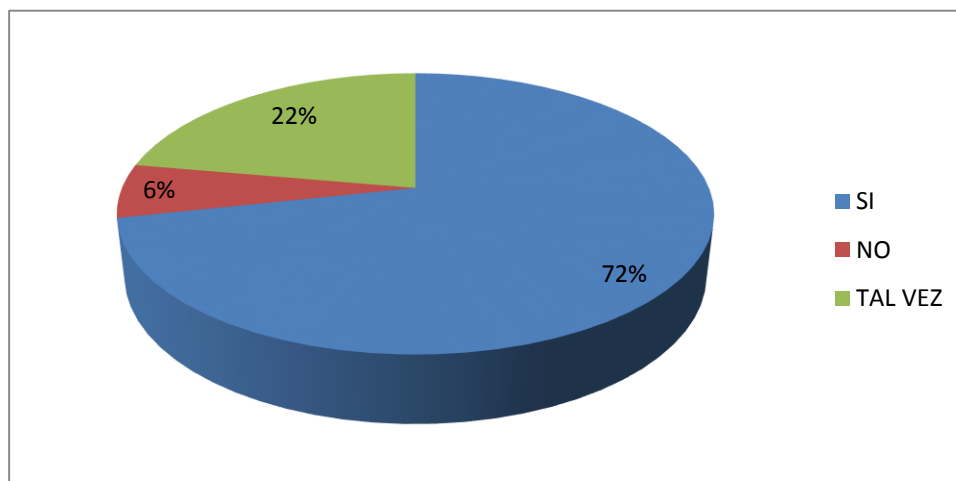
VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	58	71.60%
NO	5	6.17%
TAL VEZ	18	22.22%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Integrantes o Empleados Establecimientos Turísticos

Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 8**

**Danzar**



**ANÁLISIS:**

La mayoría de las personas encuestadas consideran que la danza contribuye a mantener las manifestaciones culturales de la etnia afrochoteña, en su mayoría los moradores del Valle del Chota saben y disfrutan bailar la música bomba con la botella en la cabeza.

9. ¿Participan en los festivales que se realizan en la comunidad?

**Cuadro N° 12**

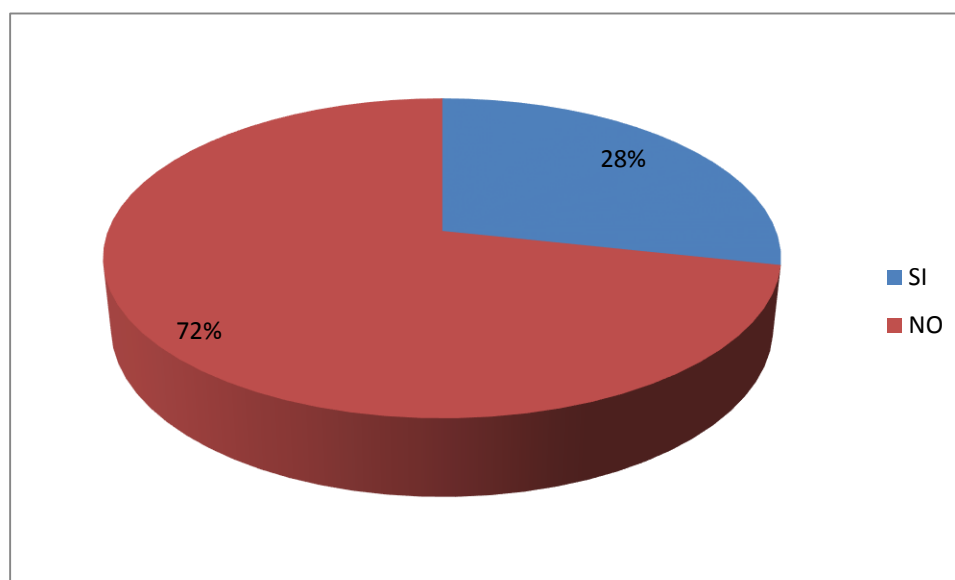
**Participación en festivales**

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	23	28.40%
NO	58	71.60%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Integrantes o Empleados Establecimientos Turísticos  
Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 9**

**Participación en festivales**



**ANÁLISIS:**

La mayoría de las personas encuestadas mencionan que no participan en los festivales que se realizan en el sector, que se limitan a ser simplemente espectadores. Los festivales se realizan únicamente en feriados como es el caso del tradicional Carnaval Coangue.

10. ¿Lleva el control de calidad de los servicios ofertados?

**Cuadro N° 13**

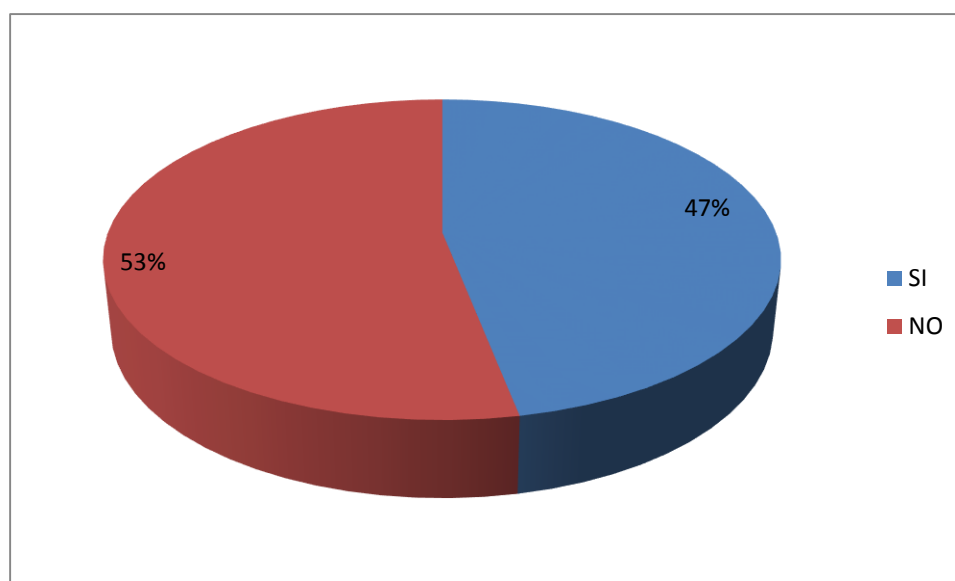
**Control de calidad**

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	38	46.91%
NO	43	53.09%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Integrantes o Empleados Establecimientos Turísticos  
Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 10**

**Control de calidad**



**ANÁLISIS:**

La mayoría de las personas encuestadas mencionan que no llevan un control de calidad de los servicios ofertados, como parámetro de medición, pero que conversan con los clientes para conocer cuál fue su nivel de satisfacción y que es lo que pueden mejorar.

11. Considera Ud. que la creación de un paradero turístico en la comunidad del Chota es:

**Cuadro N° 14**

**Paradero turístico**

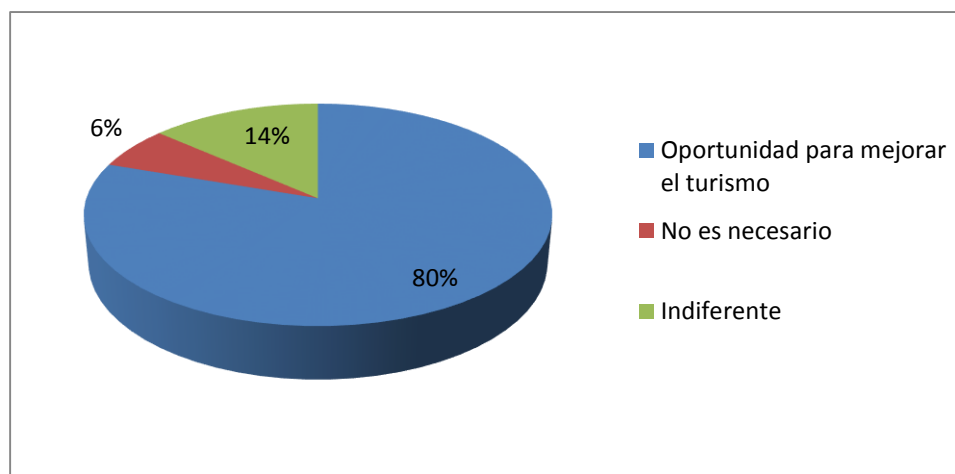
VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Oportunidad para mejorar el turismo	65	80.25%
No es necesario	5	6.17%
Indiferente	11	13.58%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Integrantes o Empleados Establecimientos Turísticos

Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 11**

**Paradero turístico**



**ANÁLISIS:**

La mayoría de las personas encuestadas consideran que la creación de un paradero turístico sería una oportunidad para mejorar el turismo en la comunidad del Chota, en vista que la principal deficiencia es que los servicios no sean ofertados de manera permanente.



## 1.9 Construcción de la matriz AOOR

### Cuadro N° 15

#### Construcción de la matriz AOOR

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ El Gobierno Provincial</li> <li>❖ El Ministerio de cultura</li> <li>❖ El Ministerio y agencias de turismo.</li> <li>❖ El Gobierno Municipal</li> <li>❖ Junta Parroquial</li> <li>❖ Productores de la zona</li> <li>❖ Hospederías del sector</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ La promoción y publicidad de las hosterías existentes.</li> <li>❖ Falta de concienciación de la comunidad para proyectos turísticos.</li> <li>❖ Ausencia de centros de provisión de insumos y productos necesarios para el proyecto.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Atractivos turísticos</li> <li>❖ Fortalecimiento de las costumbres y tradiciones de las zona</li> <li>❖ Ampliación de la producción agrícola de la zona.</li> <li>❖ Vías de acceso de calidad</li> <li>❖ La bondad climática</li> <li>❖ Los programas de fomento turístico del gobierno</li> <li>❖ Contar con servicios básicos</li> <li>❖ Ley de fomento turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Las convulsiones políticas en la zona.</li> <li>❖ La inestabilidad económica de los precios de insumos y productos.</li> <li>❖ Las regulaciones del gobierno referente a impuestos.</li> <li>❖ Posicionamiento en el mercado de las hosterías del sector.</li> </ul>

Fuente: Diagnostico

Elaborado por: La autora

## **1.10 Cruce estratégico**

### **1.10.1 Estrategias AO (Aliados & Oportunidades)**

- ❖ Fortalecer las costumbres y tradiciones de la zona con el apoyo del Ministerio del turismo.
- ❖ Aprovechar los atractivos turísticos en coordinación con las agencias de turismo.
- ❖ Incentivar a los productores de zona a la ampliación de la producción agrícola.
- ❖ Formar con las Hosterías del sector una red de servicios turísticos

### **1.10.2 Estrategias OO (Oponentes & Oportunidades)**

- ❖ Fomentar el turismo mediante los programas impartidos por el departamento de cultura del GAD Municipal de Ibarra, para concientizar a la población y así lograr que exista un mayor aprovechamiento de los atractivos turísticos.
- ❖ Promocionar la bondad climática de la zona para una mayor afluencia de turistas.

### **1.10.3 Estrategias AR (Aliados & Riesgos)**

- ❖ Reducir las convulsiones de la zona, mediante programas establecidos por la Junta parroquial en beneficio de cada una de las comunidades del Valle del Chota.
- ❖ Contemplar los impuestos establecidos por el GAD Municipal de Ibarra en lo referente a las regulaciones de la actividad turística.
- ❖ Posicionar los servicios que ofrecerá el paradero turístico con la ayuda de las agencias de turismo.

#### 1.10.4 Estrategias OR (Oponentes & Riesgos)

- ❖ Promover la creación de centros de provisión de insumos y productos con la finalidad de que exista, mayor estabilidad en cuanto a los precios de los mis mismos.

#### 1.11 Identificación del problema u oportunidad

En base al análisis de la información del presente diagnóstico y con la ayuda de la matriz AOOD se ha llegado a determinar que las trabas principales en la población motivo de estudio, es el no saber aprovechar al máximo los atractivos turísticos que posee el Valle del Chota, centrarse únicamente en los turistas internacionales y por ende que exista demanda insatisfecha a nivel nacional.

La oportunidad se origina por una serie de factores siendo los más relevantes: la falta de interés de los moradores de explotar la actividad turística, difusión insuficiente de las costumbres y tradiciones, no brindar los servicios de manera permanentemente, entre otros.

Por lo anteriormente expuesto se considera oportuno aprovechar esta oportunidad a través de la creación de un **“PARADERO TURISTICO EN LA COMUNIDAD DEL CHOTA, PARROQUIA AMBUQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

## CAPÍTULO II

### 2. BASES TEÓRICAS

#### 2.1 La empresa

##### 2.1.1 Definición de empresa

(ZAMBRANO Potón, 2013), en su libro MICROECONOMÍA manifiesta:

*“Empresa es toda unidad jurídicamente establecida que organiza, planifica, coordina, supervisa y controla la producción de bienes y servicios. Al ubicarnos en un sistema de mercado, hablamos de empresa privada, obedeciendo a los intereses de iniciativa particular, siendo empresa, sinónimo de productor”. Pág. 353*

(ANZOLA Rojas, 2010, pág. 5) en su texto sobre Administración de pequeñas empresas, manifiesta: *“La Empresa es toda aquella organización o grupo que realiza actividades comerciales e industriales y que provee bienes y servicios para mantener y mejorar la calidad de vida de las personas”.*

De acuerdo a las definiciones anteriormente presentadas, puedo mencionar que empresa es una organización en la cual se combinan diversos factores con la finalidad de proporcionar soluciones oportunas para la satisfacción de necesidades.

##### 2.1.2 Importancia de la empresa

(ROJAS, 2010, pág. 124), en su libro de Administración de Pequeñas Empresas dice:

*Las empresas producen bienes o servicios que satisfacen las necesidades y los deseos de la sociedad al ponerse a la venta en un mercado, que es el lugar donde se reúnen compradores y vendedores, la existencia de empresas es de gran importancia por lo que promueve el crecimiento y el desarrollo; por ejemplo crear una nueva unidad de negocio implica la compra de terreno, maquinaria, equipo, patentes, materias primas, etc. Estos accionares generan empleo y progreso general.*

Para entender de mejor manera la importancia que implica la existencia de una entidad productiva citaremos algunos aspectos como:

### **Aspecto Económico**

- ✓ Unidad generadora de ingresos o recursos financieros para un individuo, y para un país, es la que permite la estabilidad económica.
- ✓ Unidad productiva que desplaza bienes y/o servicios a un mercado.

### **Aspecto Social**

- ✓ Unidad generadora de empleos.
- ✓ La empresa satisface las necesidades sociales de la colectividad.
- ✓ Permite alcanzar objetivos empresariales, grupales e individuales, mediante la toma de decisiones.

### **Aspecto Político**

- ✓ Unidad de progreso nacional al trabajar en forma conjunta o grupal, para aspirar entrar a un mercado competitivo.

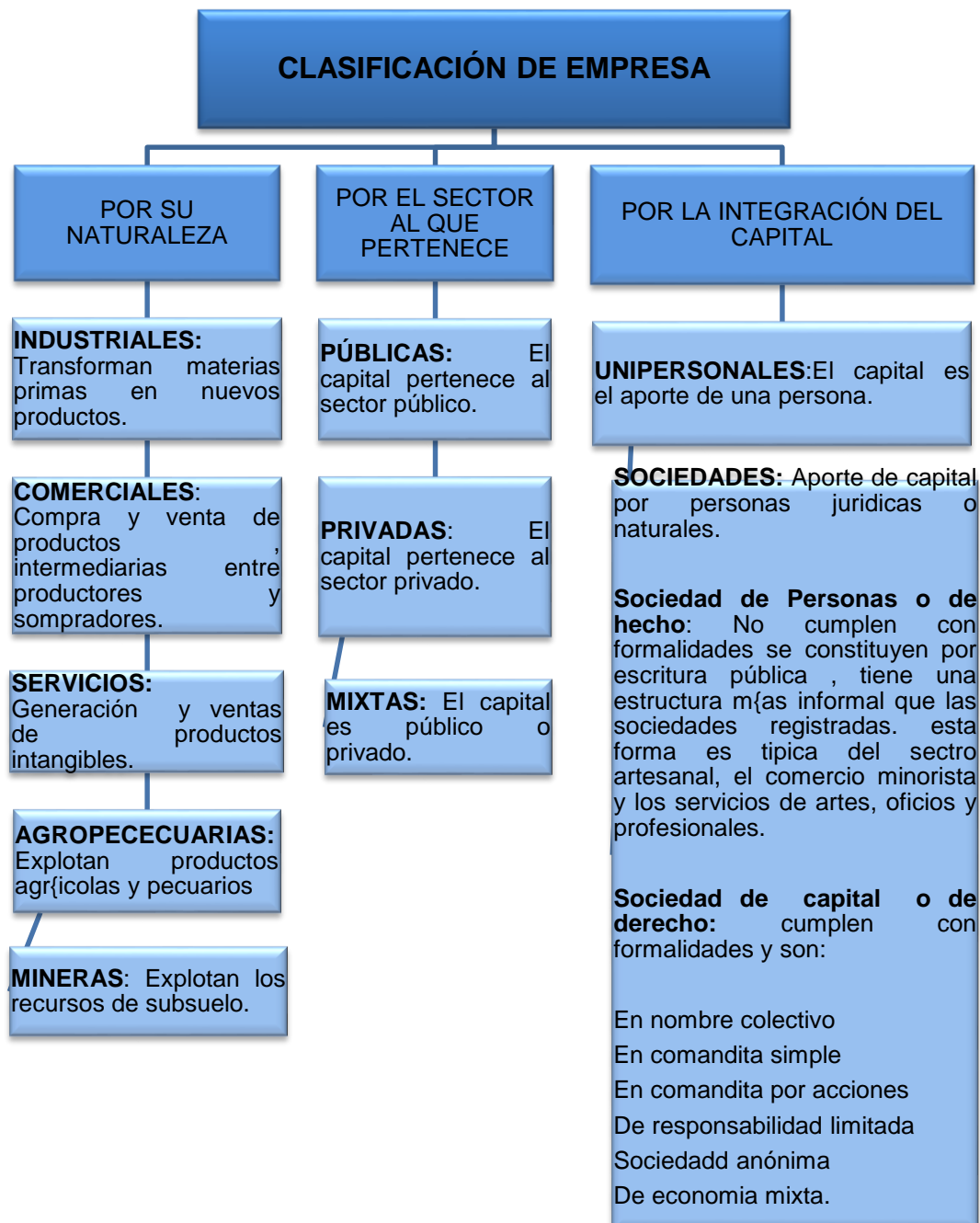
- ✓ Una empresa es generadora de divisas para un país.
- ✓ Unidad de intercambio comercial, al exportar e importar productos y/o servicios.
- ✓ Unidad de intercambio monetario.

### **2.1.3 Clasificación de la empresa**

Según el autor (ZAPATA Sánchez, 2010) en su libro “Contabilidad General”, pág. 5, menciona que la clasificación de las empresas es la siguiente:

## Gráfico N° 12

## Clasificación de la empresa



Fuente: Zapata Sánchez Pedro, "Contabilidad General".

Elaborado por: La autora

## **2.2 Turismo**

### **2.2.1 Definición de turismo**

(CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, 2012) en el Art. 2 de la Ley de turismo, Reglamento se define *“Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”*.

(OÑA, 2011, pág. 46) en su texto sobre Turismo, Hotelería y Restaurante, suele definir al *“Turismo como la actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas agricultura, construcción, fabricación y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas”*.

De acuerdo a las definiciones anteriores el Turismo consisten en viajar a lugares distintos al de su origen por un lapso de tiempo determinado con la finalidad de satisfacer necesidades de relajación, distracción e incluso conocimiento.

### **2.2.2 Tipos de turismo**

(CORDOVA, 2010). TURISMO Y GUIANZA. Recuperado de <http://turismoyguianza.blogspot.com/2010/01/conceptualizacion-basica-de-la-omt.html>.

Según la OMT (Organización Mundial de Turismo) menciona los siguientes:



**❖ Turismo receptivo:**

*Es la sumatoria de desplazamientos de visitantes de un país o países denominados "Emisores" hacia otros llamados "Receptores", durante un lapso temporal entre 24 horas y 90 días.*

**❖ Turismo emisivo:**

*Corresponde al total de desplazamientos de residentes de un país hacia el exterior, por al menos 24 horas, pero no más de 90 días.*

**❖ Turismo Interno:**

*Es el consumo de bienes y servicios turísticos realizado por los residentes de un país cualquiera que sea su nacionalidad quienes se trasladan fuera de su domicilio habitual por un lapso de al menos 24 horas o una noche, según la OMT. Ese desplazamiento se realiza por motivos diferentes al ejercicio de una profesión remunerada, obedeciendo más bien a un aprovechamiento del tiempo libre (placer, vacaciones, salud, estudios, deportes, negocios, religión deportes, familia, misiones o reuniones).*

**❖ Turismo interior:**

*Es el compuesto por turismo interno y por turismo receptivo. Es decir que corresponde al conjunto de desplazamientos realizados en el interior de un país y hacia este como destino de los visitantes.*

❖ **Turismo nacional:**

*Es el compuesto de turismo interno y de turismo emisor.*

❖ **Turismo Internacional:**

*Comprende el turismo receptivo y el turismo emisor.*

### 2.2.3 Categorías

(HOTELERIA Y TURISMO MANUAL DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA, 2010), presenta las siguientes categorías:

- ❖ **Hoteles:** *establecimientos comerciales abiertos al público que, ofreciendo alojamiento turístico, con o sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de un edificio o parte independizada del mismo, constituyéndose sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, ascensores y escaleras de uso exclusivo y que reúnen los requisitos técnicos mínimos establecidos en la legislación vigente de cada país.*
- ❖ **ApartHoteles:** *Los hoteles que, además de reunir las características anteriores, dispongan de instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de cada unidad de alojamiento se denominarán ApartHoteles.*
- ❖ **Pensiones:** *Son establecimientos que ofrecen alojamiento turístico en habitaciones, con o sin complementarios y no alcanzan los niveles exigidos para hoteles y reúnen los requisitos mínimos establecidos para ser clasificados como pensiones.*

- ❖ **Hostales:** *Son aquellos establecimientos que ofreciendo alojamiento en habitaciones, con o sin comedor u otros servicios complementarios, cuentan con un mínimo de habitaciones y plazas y reúnen los requisitos mínimos de pensiones.*
- ❖ **Casas de huéspedes:** *Son aquellas que, reuniendo las condiciones higiénicas necesarias, no suman otros servicios de alojamiento y no alcanzan los niveles necesarios para ser clasificados las estrellas de la categoría de pensiones.*
- ❖ **Moteles:** *Suponen la evolución directa de los albergues de paso que se encontraban a mitad de camino entre poblaciones por lo que suelen estar situados en las proximidades de las carreteras.*
- ❖ **Apartamentos:** *Son aquellos establecimientos ofrecidos en régimen de alquiler y dotados de mobiliario, que por su estructura y servicios disponen de medios adecuados para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de la unidad de alojamiento.*
- ❖ **Campings:** *Se denomina campamento de turismo al terreno debidamente delimitado y acondicionado para su ocupación temporal al aire libre, utilizando por tanto como residencia cualquier tipo de albergue móvil, tienda de campaña, caravanas o similares.*
- ❖ **Balnearios:** *Estos establecimientos tuvieron su mayor auge a principios del siglo pasado y hasta los años 30 cuando eran recomendados por muchos profesionales médicos para la cura de enfermedades, sobre todo de piel.*
- ❖ **Casas rurales:** *Estos inmuebles están dotados de todas las instalaciones propias de una vivienda y están igualmente destinados a alojamiento (turístico) mediante un precio.*
- ❖ **Paradores:** *Es un tipo de establecimiento que se da exclusivamente en España y cuya gestión la lleva directamente el estado. Este tipo de alojamientos, de singular importancia histórica, monumental y artística, han sido perfectamente adaptados a su nueva función de*

*hospedaje y se encuentran integrados en el ambiente que los rodea de una manera impecable.*

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, se puede decir que la categorización de establecimientos turísticos está en función a los servicios que brinda.

### **2.3 Base legal de las empresas dedicadas al turismo**

La (CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, 2012) en la **LEY DE TURISMO, REGLAMENTO** manifiesta:

La presente ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

De acuerdo al **Art. 5**. De la presente ley, 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. hipódromos y parques de atracciones estables.

El **Art.9** de la Ley de Turismo menciona que 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 LA LEY DE TURISMO Y SUS REGLAMENTOS. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Licencia Única Anual de Funcionamiento: (**Art. 10 Ley de Turismo**) 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, la Licencia Única Anual de Funcionamiento. Toda persona natural y jurídica que ejerzan actividades turísticas deberán someterse a las disposiciones contenidas en la Ley de Turismo, reglamentos, normativas e instructivos vigentes, además deberán cumplir con lo que establecen los Municipios y Consejos Provinciales a los cuales esta Cartera de Estado transfiera las potestades en materia turística.

Además en el **Art. 26**, se habla de los incentivos y beneficios en general

Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento

del respectivo año, en el plazo de noventa días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, el Ministerio de Turismo;
3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

#### **2.4 Parador turístico**

El Ministerio de Turismo considera que: *“El paradero turístico se puede definir como un lugar donde los turistas puedan descansar y a su vez divertirse, consumiendo productos típicos y alejados del incómodo ruido de las grandes ciudades”*.

Es un lugar donde los turistas pueden aprovechar de las bondades de la naturaleza, pasar un momento agradable y de relajación además disfrutar de actividades recreacionales.

## 2.5 Proyecto

(CLIFFORD, 2009) en su libro Administración de proyectos menciona: *“Un proyecto es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único”*.

Un proyecto puede generar:

- Un producto que puede ser un componente de otro elemento o un elemento final en sí mismo,
- La capacidad de realizar un servicio (por ej., una función comercial que brinda apoyo a la producción o distribución), o
- Un resultado tal como un producto o un documento (por ej., un proyecto de investigación que desarrolla conocimientos que se pueden emplear para determinar si existe una tendencia o si un nuevo proceso beneficiará a la sociedad).

### 2.5.1 Ciclo de vida del proyecto

El ciclo de vida del proyecto es un conjunto de fases del mismo, generalmente secuenciales y en ocasiones superpuestas, cuyo nombre y número se determinan por las necesidades de gestión y control de la organización u organizaciones que participan en el proyecto, la naturaleza propia del proyecto y su área de aplicación.

Las características del ciclo de vida del proyecto son: Inicio, Organización y preparación, Ejecución del trabajo y Cierre.

De acuerdo a lo manifestado un proyecto es un esfuerzo no rutinario, que está limitado por factores como el tiempo y los recursos para cumplir con las especificaciones y necesidades de los clientes.

## **2.6 Factibilidad**

### **2.6.1 Definición**

Según (<http://pstinformatico2011.wordpress.com>, 2012) “*Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados*”.

La factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

- ❖ Operativo.
- ❖ Técnico.
- ❖ Económico.

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores.

### **2.6.2. Estudio de factibilidad**

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.



## **2.7 Estudio de mercado**

### **2.7.1 Definición**

(BACA, 2010, pág. 7) Afirma: *“Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”*.

(HAIR , Joseph; BUSH, Robert; ORTINAU, David;, 2010, pág. 4) Señalan: *“La investigación de mercados es un proceso sistemático. Las tareas de este proceso comprenden diseñar métodos para recopilar información, administrar la recolección de la información. Analizar e interpretar los resultados para comunicarlos a quienes toman las decisiones”*.

El estudio de mercado permite recopilar información mediante fuentes primarias y secundarias, la misma que permite obtener una idea clara sobre la viabilidad comercial de una actividad económica, debido a que el mercado está en función de la oferta y la demanda.

### **2.7.2 Oferta**

(BACA, 2010, pág. 14) Manifiesta: *“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”*.

#### **Oferta turística**

(CORDOVA, 2010), en su artículo de Turismo y Guianza menciona:

*Es el conjunto de servicios turísticos colocados efectivamente en el mercado. La oferta turística básica corresponde al conjunto de establecimientos, bienes y servicios de carácter residencial, artístico, cultural, social, recreacional y de otras tipologías complementarias, capaces de captar y asentar en una determinada zona y en un periodo de tiempo dado, una población que procede del exterior.*

De acuerdo a lo mencionado, la oferta se enfoca en conocer los proveedores de servicios del mismo tipo que se pretende brindar, con la finalidad de tener un referente en cuanto a la situación de la oferta y decidir la puesta o no en marcha del proyecto.

### **2.7.3. Demanda**

(BACA, 2010, pág. 15) Señala: *“Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un periodo determinado”.*

#### **Demanda turística**

*(CORDOVA, 2010) Menciona: Se entiende como la cantidad de bienes y servicios de determinada índole y calidad que un mercado puede absorber, porque los requiere y de hecho los solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio y en un periodo de tiempo determinados.*

Las solicitancias de servicios efectuadas por el consumidor están de acuerdo a las características y perfil de dicho consumidor.

En función a lo manifestado por el autor, se puede considerar a la demanda como las acciones que toman los consumidores respecto a cuanto consumir de un determinado servicio.

#### **2.7.4. Producto turístico:**

Corresponde al conjunto de bienes y servicios que ofrece una empresa para consumo de un mercado determinado. El producto se diseña en base a tres factores con el fin de lograr una satisfacción óptima del consumidor y son:

- ❖ Necesidades del consumidor
- ❖ Capacidad de pago del consumidor
- ❖ Circunstancias específicas que se presenten en un momento determinado.

De acuerdo a lo expuesto, se puede considerar al medio por el cual se logra satisfacer las necesidades de las personas en función de los requerimientos realizados por los consumidores, debido a que ellos definen las características de los servicios.

#### **2.7.5. Precio**

(BACA, 2010, pág. 44) Manifiesta: *“El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”*

Considerando lo expresado por el autor, el precio es el valor expresado en dinero que influye directa y principalmente en el momento de la compra o venta de un bien o servicio,

además se puede decir que el precio es uno de los principales indicadores del estancamiento, permanencia o desarrollo en el mercado.

### **2.7.6. Comercialización**

(BACA, 2010, pág. 48) Afirma: *“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”*.

El análisis de la comercialización constituye un elemento importante, porque define la manera en cómo se hará llegar el producto o servicio al consumidor tomando en cuenta el tiempo, lugar y la satisfacción del cliente.

### **2.8 Estudio técnico**

(BACA, 2010, pág. 92) Señala: *“El Estudio Técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo cómo y con qué producir lo que se desea”*.

De acuerdo a lo mencionado, el estudio técnico ayuda a determinar el lugar adecuado para la construcción del proyecto, mediante el análisis de factores como: disponibilidad y costo de terreno, infraestructura, acceso a servicios básicos, vías de acceso y medios de transporte, cercanía a fuentes de abastecimiento y mercado, entre otros.

### **2.8.1 Tamaño óptimo del proyecto**

(BACA, 2010, pág. 75) Menciona: *“El tamaño óptimo del proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año, se considera optimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”*.

De acuerdo a lo expuesto se puede manifestar que el tamaño del proyecto depende de la capacidad que tenga el proyecto, para brindar los servicios.

### **2.8.2 Localización**

(BACA, 2010, pág. 86) Menciona: *“La localización optima del proyecto es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”*.

Por lo manifestado, se puede decir; que la localización consiste básicamente en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización más apropiada para que dichas fuerzas produzcan la máxima ganancia o el mínimo costo.

## **2.9 Estudio financiero**

### **2.9.1 Presupuesto**

(BURBANO R. & ORTIZ G., 2004) Recuperado de <http://activaciencias.tripod.com/presupuestos.htm> *“Es la estimación programada, de manera*

*sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un período determinado”.*

De acuerdo a lo manifestado, se puede decir; que presupuesto es calcular anticipadamente los ingresos y egresos que se esperan obtener en un periodo determinado.

### **2.9.2 Ingresos**

*Los ingresos (<http://www.blasar.net/NIIF/GlosarioNIIF.html>) Son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos del valor de los activos, o bien como decrementos de las obligaciones que dan como resultado aumentos del patrimonio neto y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios de este patrimonio.*

Considerando lo expresado anteriormente, se puede decir; que son las ganancias obtenidas en un periodo.

### **2.9.3 Costos**

*Los costos Recuperado de (<http://www.loscostos.info/definicion.html>) El Costo o Coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.) que se debe realizar para lograr un objetivo operativo*

De acuerdo a lo manifestado anteriormente se puede considerar al costo como el desembolso que se realiza para producir un bien o la prestación de un servicio.

## 2.9.4 Gastos

*Los gastos Recuperado de (<http://www.blasar.net/NIIF/GlosarioNIIF.html>) Son los decrementos de los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien del nacimiento o aumento de los pasivos, que da como resultado decrementos en el patrimonio neto y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio.*

Considerando lo manifestado, los gastos constituyen las salidas de dinero que se ven reflejados en la disminución del patrimonio.

## 2.9.5 Evaluadores financieros

### ❖ Valor Actual Neto

(BACA, 2010, pág. 221) En su libro Evaluación de Proyectos, manifiesta: *“El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.*

El VAN nos permite comprobar si el proyecto es atractivo o no, debido a que mide la rentabilidad en términos del dinero que se pretenden obtener luego de recuperar la inversión total.

$$VAN = I + 1 + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} + \dots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

### ❖ Tasa interna de retorno

(LÓPEZ, 2010) En su texto Fundamentos de la Economía, Empresa, Derecho, Administración y Metodología de la Investigación Aplicada, manifiesta:

*“Se define como el tanto de actualización, que hace que el valor actual de los cobros y pagos que genere la inversión sea igual a cero, bajo este criterio una inversión es viable si el TIR es mayor que el rendimiento mínimo exigido a la inversión”. Pág. 102*

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts}$$

De acuerdo a lo mencionado se puede considerar al TIR, como una herramienta que expresa en porcentaje la rentabilidad que devuelve un proyecto durante su vida útil. Considerando además que esta tasa iguala los flujos descontados a la inversión inicial.

### ❖ Periodo de recuperación de la inversión

(VAQUIRO, C., 2010) *“Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”.*

De acuerdo a lo manifestado se puede mencionar que el periodo de recuperación de la inversión, nos permite conocer la fecha en la cual se logra cubrir la inversión inicial.



### 2.9.6 Fuentes de financiamiento

El autor (VACAS G., 2012 ) en su libro de Contabilidad financiera para empresas turística, menciona:

*Entendemos por financiación la obtención de recursos por parte de la empresa. Estos recursos se materializan en los diversos elementos del activo. La financiación es, por tanto, el origen de los recursos, siendo la inversión su destino.*

*Las fuentes de financiación están representadas en el patrimonio neto y en el pasivo del balance.*

*Su clasificación puede realizarse atendiendo a distintos criterios, entre los que citamos los siguientes:*

*Atendiendo a su integración en el patrimonio neto o en el pasivo:*

❖ **Fuentes de financiación propias:** *Son recursos no exigibles por terceros, que representan la contribución de los propietarios a la financiación de la empresa. Esta contribución puede realizarse mediante:*

- a) Aportaciones a título capitalista, que son las aportaciones realizadas por los propietarios de la empresa en el momento de su creación o en una ampliación posterior.*
- b) Autofinanciación, que son los recursos generados por la empresa y no distribuidos.*

Aunque tradicionalmente se ha identificado financiación propia con patrimonio neto, actualmente, tanto la normativa contable española como la internacional encuadran el patrimonio neto en un concepto más amplio.

- ❖ **Fuentes de financiamiento ajenas:** *constituidas por los recursos exigibles por haber sido aportados por personas ajenas a la propiedad y que deben ser devueltos a su vencimiento; se divide en:*
- a) *Recursos generados por el tráfico de la empresa; por ejemplo, los créditos concedidos por proveedores y acreedores comerciales.*
  - b) *Recursos no relacionados con el tráfico de la empresa, que serían el resto de las deudas de la empresa, tanto a corto como a largo plazo.*

La principal diferencia entre las fuentes de financiación propias y las ajenas es la exigibilidad de estas últimas.

## **2.10 Contabilidad**

### **2.10.1 Definición de la contabilidad**

(BRAVO, 2009) en su libro Contabilidad General define que:

*“La contabilidad es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objetivo de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”. Pág. 1*

*La contabilidad permite medir y analizar la situación económica y financiera de una entidad, ya que presenta información registrada de manera sistemática, lo cual facilita la oportuna toma de decisiones.*

### 2.10.2 Estados financieros

La autora (BRAVO), además manifiesta:

*“Los estados financieros se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía”. Pág. 191*

(ESTUPIÑÁN, GAITÁN, 2012, pág. 35) manifiesta: *“Los estados financieros constituyen una representación financiera estructurada de la situación financiera y de las transacciones llevadas a cabo por la empresa”.*

Son documentos que presentan un registro formal de las actividades de la empresa en un periodo determinado, lo cual facilita el control y dirección de la misma, debido a que proveen información relevante acerca de los activos, pasivos, patrimonio neto, gastos e ingresos, cambios en el patrimonio neto y flujos de efectivo.

Además el autor (ESTUPIÑÁN, GAITÁN) menciona los estados financieros lo siguiente:

#### ❖ ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

*Generalmente una entidad debe presentar el Estado de Situación Financiera, clasificado en activos y pasivos no corrientes y corrientes. Una representación del estado de situación financiera clasificada por la orden de liquidez es aceptable cuando provee información más relevante y confiable, como en las instituciones financieras. (pág. 41)*

## ❖ ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL

*El Estado de Resultado Integral de acuerdo con las NIC/NIIF, incluye todas las partidas de ingresos, costos y gastos reconocidas en el periodo, consideradas como operativas del ejercicio, que determinan la ganancia o la pérdida neta del mismo, incluyéndose aquellos ingresos o egresos que afecten ejercicios económicos de carácter extraordinario o algunas partidas generadas por estimaciones de cambios contables, ajustes por determinación de valores razonables y otras no operativas, las cuales deben ser registradas directamente al patrimonio de manera prospectiva o retrospectivamente. (pág. 51)*

## ❖ ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

*Los cambios en el patrimonio neto de la empresa entre dos balances contables consecutivos reflejan el incremento o disminución de sus activos versus sus pasivos, es decir su riqueza a favor de los propietarios generada en un periodo contándose dentro de ellas los superávit o déficit por revaluación o por diferencias de cambio, los aumentos y retiros de capital, dividendos o participaciones decretadas, cambios en políticas contables, corrección de errores, partidas extraordinarias no operacionales. (pág. 61)*

## ❖ ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

*Todo ente económico deberá presentar un estado de flujos de efectivo que informe acerca de los flujos de efectivo habidos durante el periodo, clasificados por actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación. (pág. 73)*

## ❖ NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

*Las notas a los estados financieros como componentes de los estados financieros, representan información referente a las bases de preparación, políticas contables aplicadas, sobre desglose de partidas del balance, cambios en el patrimonio, cuentas de resultados y los flujos de efectivo, así como de información relevante adicional que se quiera de los estados financieros. (pág. 85)*

### 2.11 Organigrama

Según (Ferrel , Hirt, Ramos , Adriaenséns , & Flores ) autores del libro "Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante" Recuperado de <http://www.promonegocios.net/organigramas/definicion-organigramas.html> El organigrama es una "*representación visual de la estructura organizacional, líneas de autoridad, (cadena de mando), relaciones de personal, comités permanentes y líneas de comunicación*"

De acuerdo a lo manifestado, el organigrama es la representación gráfica que nos permite apreciar el nivel de autoridad y responsabilidad que existe en una organización.

### 2.12 Impactos que genera el turismo en el medio ambiente

En la página web (<http://www.mincetur.gob.pe>) se menciona a los siguientes:

#### 2.12.1 Impacto económico

*Se afirma que la industria turística es muy compleja, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino porque involucra a distintos sectores económicos en su desarrollo. Así, su condición de producto de "exportación" acarrea una serie de beneficios y rentas al país*

*receptor, entre ellas la creación de empleo, la entrada de divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, el aumento de los ingresos públicos y el fomento de la actividad empresarial.*

*La actividad turística es, pues, uno de los medios más importantes para la generación del Producto Bruto Interno de las naciones receptoras.*

### **2.12.2 Impacto sociocultural**

*Como es sabido, la calidad de la experiencia turística depende no sólo de las atracciones principales ofrecidas en el destino, sino también de la infraestructura y los servicios disponibles. En ese sentido, el turismo busca incentivar y colaborar con las mejoras de servicios e infraestructura que se realicen en las regiones en las que se desarrolla, especialmente, los de tipo sanitario, pues los turistas dan prioridad a los aspectos relacionados con la salud. Dichas mejoras suelen extenderse a otros servicios: alumbrado, recojo de basura, mejora de las comunicaciones, nuevas sucursales de entidades financieras, etc. Con ello, la calidad de vida de los residentes se eleva.*

### **2.12.3 Impacto medioambiental**

*Los problemas de contaminación, depredación, deforestación, etc. que, a veces, genera el turismo han dado lugar a la formulación de medidas de conservación y mejoramiento de la calidad ambiental. En ese sentido, el turismo puede y debe contribuir con la revalorización del entorno natural de las zonas en las que desarrolla su actividad, pues un entorno bien preservado ayuda a elevar la calidad de la actividad turística y a dinamizar la economía local y nacional.*

El desarrollo de la actividad turística tiene consecuencias sobre el entorno en el que se desarrolla, las mismas que pueden ser positivas o negativas, es por ello que nuestro reto como paradero turístico consiste en reducir o minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Introducción**

De la investigación diagnóstica llevada a cabo, se determinó que existe demanda potencial a satisfacer porque los servicios actuales de los establecimientos turísticos de la zona no cubren todas las expectativas de los clientes.

Existen varias causas que ha provocado la disminución de turistas al Valle del Chota, como la contaminación de los recursos naturales existentes, perdiendo el encanto y la atracción de antaño.

A pesar de contar con una vía de acceso de primer orden, las condiciones o atractivos para los turistas dejan mucho que desear a excepción de las hosterías que están en la zona de Ambuquí.

El proyecto propone reactivar el flujo turístico hacia la comunidad del Chota, promocionando la gastronomía y las costumbres tradicionales, para que dejen de ser ocasionales como sucede con el Carnaval Coangue, y transformarla en una oferta permanente.

Se contará con la participación comunitaria como proveedores de insumos y materiales.

El proyecto tendrá el aval del Ministerio de Turismo porque va a cumplir con todas las exigencias para este tipo de servicios.

Existirán dos tipos de beneficiarios, directos los patrocinadores del proyecto e indirectos los miembros de la Comunidad del Chota.

## **3.2 Objetivos**

### **3.2.1 Objetivo general**

Analizar la demanda potencial que tendrá los servicios del proyecto en la zona de influencia.

### **3.2.2 Objetivos específicos**

- ❖ Establecer la demanda de los servicios turísticos que se van a ofertar.
- ❖ Proyectar la oferta y la demanda para establecer la demanda potencial a satisfacer.
- ❖ Establecer las estrategias de comercialización.
- ❖ Analizar los precios que tendrán los servicios.

## **3.3 Descripción e identificación del servicio**

El paradero turístico pondrá a disposición de los turistas nacionales y extranjeros el servicio de alojamiento el cual tendrá una construcción al estilo rustico, en vista que es el más adecuado para el proyecto además porque consigue crear un ambiente muy acogedor y con mucho encanto.



En cuanto a la gastronomía con la finalidad de aprovechar los productos que se cultivan en la zona, que son ricos en nutrientes como es el guandul, la yuca, camote, tomate, papaya, mango, guayaba entre otros se ofrecerá una variedad de platos típicos.

Los deportes de aventura son de gran interés para los turistas que visitan la comunidad del Chota y al contar esta con un caudaloso río el cual es apto para realizar este tipo de actividades, los turistas tienen un motivo más para visitar el paradero.

Con la finalidad de dar a conocer las costumbres y tradiciones de la comunidad, se realizará presentaciones de grupos de danza, grupos de música bomba del Valle del Chota, exposición de artesanías, narración de mitos y leyendas de las comunidades, entre otros.

Y como un servicio complementario se colocará un bazar, para lo cual se realizará convenios con las organizaciones de las comunidades, quienes elaboran artesanías de la cultura afro Choteña, para que accedan al establecimiento a proporcionar sus artículos de los cuales deberán entregar un pequeño porcentaje al paradero.

A continuación se detalla lo que contiene cada uno de los paquetes de servicios que ofrecerá el paradero turístico “TURICHOTA”

**Cuadro N° 16****Paquete básico**

<b>PAQUETE BÁSICO</b>	
<b>INCLUYE</b>	Entrada al paradero turístico
	Almuerzo afrochoteño (arroz, yuca, guandul, pollo, lechuga, un vaso de chicha y postre)
	Acceso al salón de uso múltiple
<b>PERMANENCIA:</b>	de 09h00 a 16:30
<b>Nota:</b> No incluye servicio de transporte	
<b>Valor del paquete:</b> 10,00 U.S.D	

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

**Cuadro N° 17****Paquete intermedio**

<b>PAQUETE INTERMEDIO</b>	
<b>INCLUYE</b>	Entrada al paradero turístico
	Almuerzo afrochoteño (arroz, yuca, guandul, pollo, lechuga, un vaso de chicha y postre)
	Acceso al salón de uso múltiple
	Presentación de grupo de música bomba y danza.
<b>PERMANENCIA:</b>	de 08h30 a 18:00
<b>Nota:</b> No incluye servicio de transporte	
<b>Valor del paquete:</b> 20,00 U.S.D	

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** La autora

**Cuadro N° 18****Paquete completo**

<b>PAQUETE COMPLETO</b>	
<b>INCLUYE</b>	Entrada al paradero turístico
	Desayuno
	Almuerzo afrochoteño
	Cena
	Acceso al salón de uso múltiple
	Relato contado de la historia del Valle del Chota, leyendas, mitos, entre otros.
	Noche cultural
<b>PERMANENCIA:</b>	Un día
<b>Nota:</b> No incluye servicio de transporte	
<b>Valor del paquete:</b> 32,00 U.S.D	

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Además se ofrecerá deportes como rafting, canotaje, entre otros, platos típicos y a la carta, guía turística por las comunidades del Valle del Chota y una variedad de artesanías, las mismas que tendrán un precio adicional de acuerdo a los requerimientos de los turistas.

### 3.4 Mercado meta

El mercado meta para el presente proyecto, constituirán los turistas nacionales y extranjeros que visitan los establecimientos turísticos comunitarios del valle del Chota y las hosterías que se encuentran en la parroquia de Ambuquí.

### 3.5. Segmentación de mercado

Es para todo tipo de público, sin embargo el proyecto se enfoca a los grupos familiares y de amigos que visitan el valle del chota.

### 3.6. Identificación de la población

Para analizar la población de análisis se utilizó la información proporcionada por el Ministerio de Turismo, Gobierno provincial de Imbabura y el Programa de Desarrollo Rural del Norte del Ecuador (PDRN), detallado en el cuadro siguiente:

#### *Cuadro N° 19*

#### *Entrada de extranjeros al Ecuador*

<b>MES</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>ENERO</b>	127,116	130,842	154,394
<b>FEBRERO</b>	99,521	103,768	122,446
<b>MARZO</b>	96,948	113,361	133,766
<b>ABRIL</b>	92,627	89,669	105,809
<b>MAYO</b>	92,644	98,420	116,136
<b>JUNIO</b>	118,292	121,742	143,656
<b>JULIO</b>	130,779	138,140	163,005
<b>AGOSTO</b>	106,375	112,576	132,840
<b>SEPTIEMBRE</b>	85,990	97,372	114,899
<b>OCTUBRE</b>	99,145	111,519	131,592
<b>NOVIEMBRE</b>	99,674	112,061	132,232
<b>DICIEMBRE</b>	122,790	136,799	161,423
<b>TOTAL</b>	<b>1,271,901</b>	<b>1,366,269</b>	<b>1,612,197</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Se ha identificado 1.271.901 turistas internacionales que han visitado el Ecuador en el año 2012. La cantidad de turistas se ha incrementado un 7.42% en el año 2013, es decir

1.366.269 y un estimado del 18% de crecimiento para el 2014, de acuerdo al arribo de turistas extranjeros a Ecuador durante el primer trimestre del año, obtenido en el Ministerio de Turismo dando un total de 1.612.197 turistas.

**Cuadro N° 20**

**Ingreso de turistas a Imbabura**

CANTONES	AÑOS			%
	2012	2013	2014	
Otavalo	305250	327900	386921	35%
Ibarra	199800	214625	253258	23%
Cotacachi	133200	143083	168838	15%
Antonio Ante	111000	119236	140699	13%
Urcuquí	111000	119236	140699	13%
Pimampiro	8880	9539	11256	1%
<b>TOTAL</b>	<b>869130</b>	<b>933619</b>	<b>1101671</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Una vez proyectado los datos estimados de ingreso de turistas a los diferentes cantones de la provincia de Imbabura, correspondió determinar la cantidad de turistas para el año 2013 con un incremento del 7.42% y para el año 2014 está tomado como referencia la tasa de crecimiento del 18% obtenida por el Ministerio de Turismo, dando un total de 1'101.671.

**Cuadro N° 21****Ingresado de turistas a ambuquí**

		<b>TURISTAS</b>		
		2012	2013	2014
<b>TOTAL</b>		<b>33377</b>	<b>35854</b>	<b>42307</b>

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: La autora

Algunas instituciones públicas como el Ministerio de Turismo (MINTUR), Gobierno Provincial de Imbabura (GPI), han hecho sondeos de mercado especialmente en los días de feriados, como en Carnaval del año 2012 en el cual visitaron la provincia alrededor de 33.377, para el 2013 se consideró el incremento del 7.42% dando un total de 35.854 y para el 2014 se utilizó la tasa de crecimiento del 18% estimada por el Ministerio de Turismo dando como resultado 42.307, la misma que la dividimos para 4 en vista que es la media por familia 10577.

**3.7. Cálculo de la muestra**

Para el cálculo se trabajó con la fórmula de la muestra para población finita, con la finalidad de tener mayor confiabilidad en la recopilación de información.

**FORMULA DE CÁLCULO:**

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

**NOMENCLATURA:**

N = Tamaño de la población 10.577 turistas nacionales y extranjeros.

$n$  = Tamaño de la muestra

$(n-1)$  = Tamaño de la muestra menos uno

$E$  = Límite de error aceptado

$Z$  = Nivel de confianza

$\delta^2$  = Varianza de la población

$$n = \frac{1.96^2 * 0,25^2 + 10577}{0,05^2(10577 - 1) + 1.96^2 * 0.25^2}$$

$$n = \frac{10577,2401}{26,6801}$$

$$n = 396,45 \approx 397$$

El tamaño de la muestra de la población, con que se trabajará en el proyecto, es de 397 personas sobre las que se aplicará las encuestas respectivas, las mismas que ayudará para la obtención de información necesaria para establecer si es factible o no dicho proyecto de investigación. Con la aplicación de estas encuestas se podrá establecer si los servicios que ofrecerá el paradero es aceptado o no por los posibles consumidores, lo que da un punto de partida para los análisis siguientes como son: el estudio técnico y económico.

### **3.8. Instrumentos de recolección de información**

Para la recolección de información del estudio de mercado se utilizó, fuentes primarias, a través de una encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Valle del Chota y la observación directa al visitar los lugares donde prestan servicios turísticos.



### 3.8.1. Resultados de la encuesta a turistas nacionales y extranjeros que visitan el valle del Chota.

1. ¿Cuál es el lugar de procedencia?

*Cuadro N° 22*

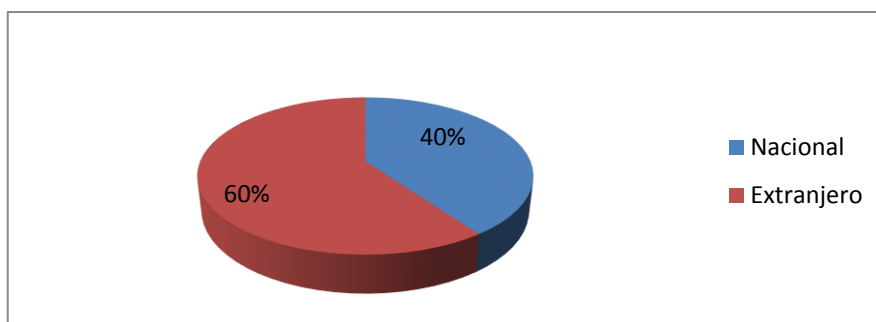
#### *Lugar de procedencia*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacional	160	40%
Extranjero	237	60%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: La autora

*Gráfico N° 13*

#### *Lugar de procedencia*



#### **ANÁLISIS:**

El estudio de mercado determinó que la mayoría de la población encuestada, proviene de otros países, por su particularidad el Valle del Chota hace que su visita sea una experiencia inolvidable.

2. ¿Qué tipo de turismo es de su preferencia?

**Cuadro N° 23**

***Preferencia por el tipo de turismo***

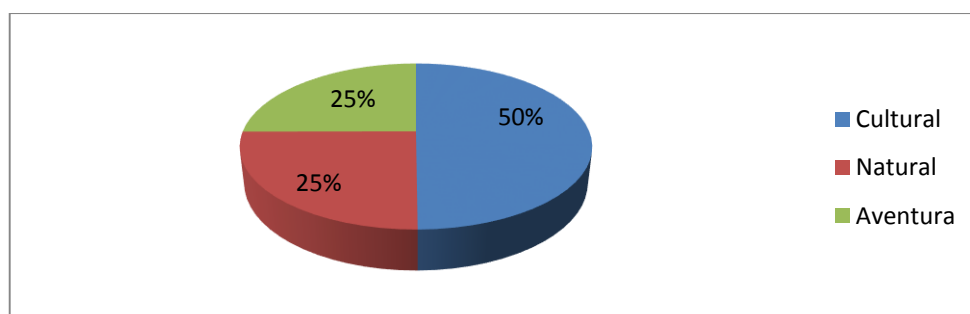
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cultural	199	50%
Natural	98	25%
Aventura	100	25%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 14**

***Preferencia por el tipo de turismo***



**ANÁLISIS:**

Gran parte de la población encuestada manifiesta, que tiene mayor importancia para ellos el turismo cultural, es por ello que acuden a la comunidad para conocer las costumbres y tradiciones de la misma y aprovechar el ambiente natural para su relajación y distracción.

### 3. ¿Con quién acude al Valle del Chota?

**Cuadro N° 24**

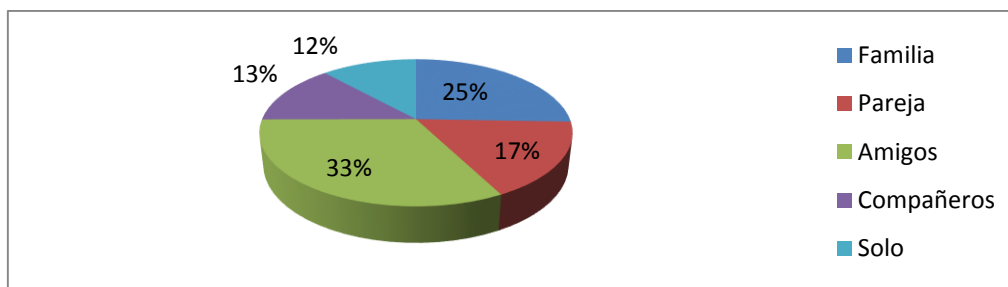
**Con quién acude**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familia	102	26%
Pareja	67	17%
Amigos	128	32%
Compañeros	53	13%
Solo	47	12%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 15**

**Con quién acude**



### ANÁLISIS:

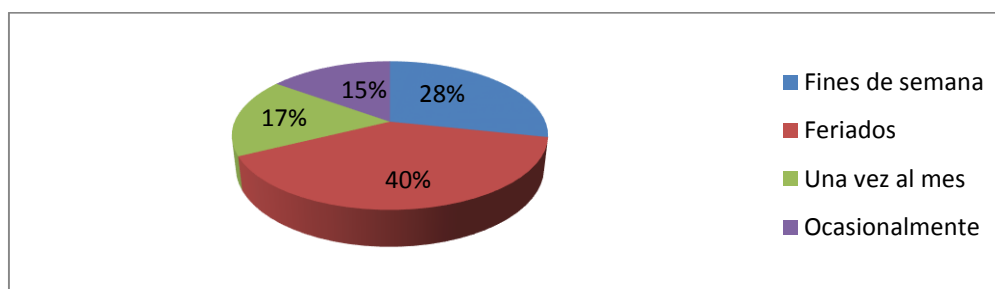
Gran parte de las personas encuestadas acuden al Valle del Chota con sus amigos, únicamente un pequeño porcentaje acude solo, lo cual nos permite determinar que se debe contar en su mayoría con habitaciones dobles y triples para poder cubrir las exigencias de los clientes potenciales.

## 4. ¿Con que frecuencia va al Valle del Chota?

**Cuadro N° 25****Frecuencia**

<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Fines de semana	113	28%
Feridos	155	39%
Una vez al mes	69	17%
Ocasionalmente	60	15%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 16****Frecuencia****ANÁLISIS:**

La población encuestada en su mayoría, manifiesta que debido a varios factores como la disponibilidad de tiempo acuden al Valle del Chota, por lo general en feriados, seguido por los fines de semana, por tal motivo se debe promocionar más el paradero en estos periodos.

5. ¿Estaría de acuerdo que en la comunidad del Chota se implemente un paradero turístico?

**Cuadro N° 26**

**Implementación de paradero turístico**

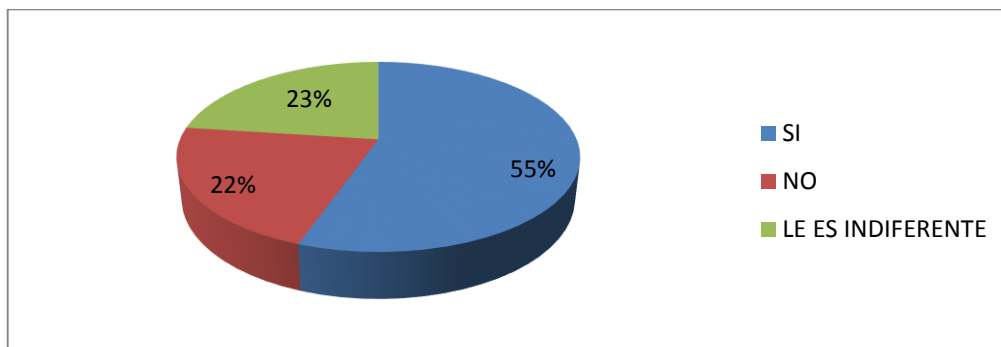
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	220	55%
NO	86	22%
LE ES INDIFERENTE	91	23%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 17**

**Implementación de paradero turístico**



**ANÁLISIS:**

La población encuestada en su mayoría, manifiesta que estarían de acuerdo con la implementación de un paradero turístico en la comunidad del Chota, lo cual es beneficioso para el proyecto en vista que existe demanda potencial a satisfacer.

6. ¿Cuál sería el aspecto de mayor importancia para visitar el paradero turístico?

**Cuadro N° 27**

*Aspecto de mayor importancia*

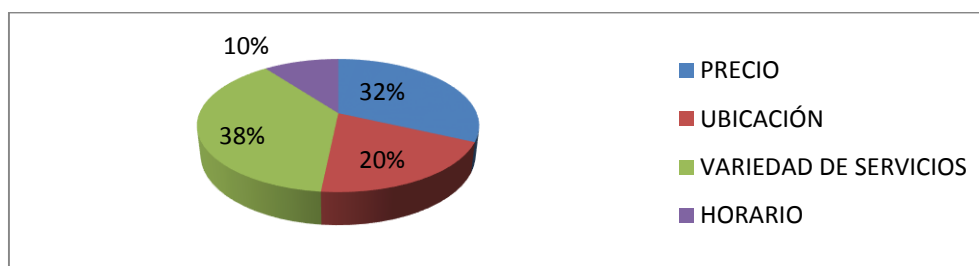
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	127	32%
UBICACIÓN	79	20%
VARIEDAD DE SERVICIOS	150	38%
HORARIO	41	10%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 18**

*Aspecto de mayor importancia*



**ANÁLISIS:**

Para la mayoría de las personas encuestadas, es importante la variedad de servicios y el precio, es por ello que en proyecto debemos plantear varias alternativas para satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente pero enfocados en el Costo-Beneficio que esto representa para nosotros.

7. ¿Le gustaría disponer en el paradero de los siguientes servicios: Alojamiento, Gastronomía, rafting, natación, Bazar y danzas al compás de la música bomba?

**Cuadro N° 28**

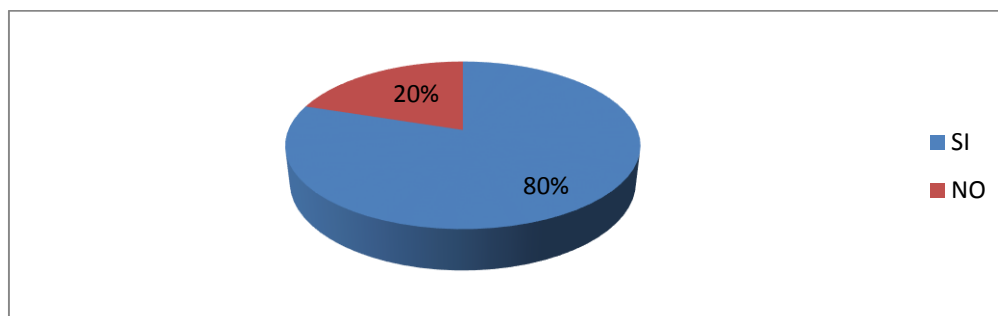
**Servicios**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	317	80%
NO	80	20%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 19**

**Servicios**



**ANÁLISIS:**

La población encuestada en su mayoría manifiesta que les gustaría disponer en el paradero turístico de los servicios mencionados anteriormente, lo cual refleja que para tener aceptación en el mercado debemos ofrecer un valor agregado al turismo, que en este caso corresponde a las costumbres y tradiciones de la comunidad.

8. ¿Cuánto tiempo permanecería en el paradero turístico?

**Cuadro N° 29**

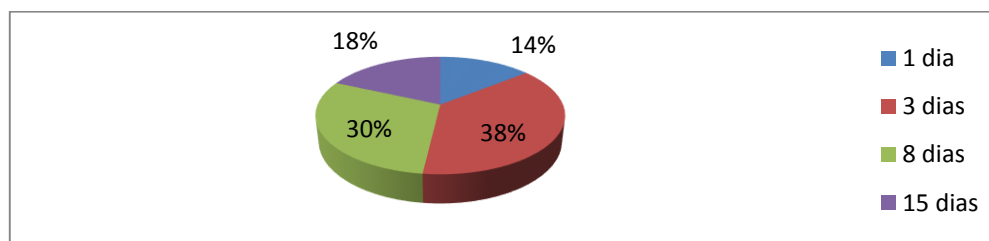
**Tiempo de permanencia**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 día	57	14%
3 días	149	38%
8 días	118	30%
15 días	73	18%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 20**

**Tiempo de permanencia**



**ANÁLISIS:**

El tiempo de permanencia de los turistas en el paradero, mayoritariamente sería de 3 días, ya que el lugar es adecuado para un excelente esparcimiento sin necesidad de optar por una estadía permanente que interfiera en sus labores cotidianas, es por esto que el turista prefiere visitar en su tiempo libre varios lugares que posean atractivos turísticos en diferentes partes de la provincia y del país.



9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios antes mencionados?

**Cuadro N° 30**

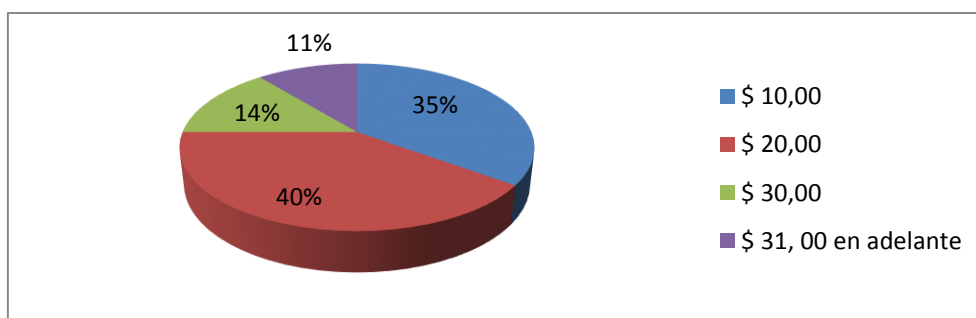
**Precio**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 10,00	139	35%
\$ 20,00	158	40%
\$ 30,00	56	14%
\$ 31, 00 en adelante	44	11%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 21**

**Precio**



**ANÁLISIS:**

Gran parte de las personas encuestadas el precio que estarían dispuestos a pagar por los servicios que brindará el paradero es de \$ 20,00 dólares, por lo cual debemos trabajar en función de la cantidad de ingresos que se puede obtener con este precio.

10. ¿A través de que medio le gustaría que se dé a conocer el paradero?

**Cuadro N° 31**

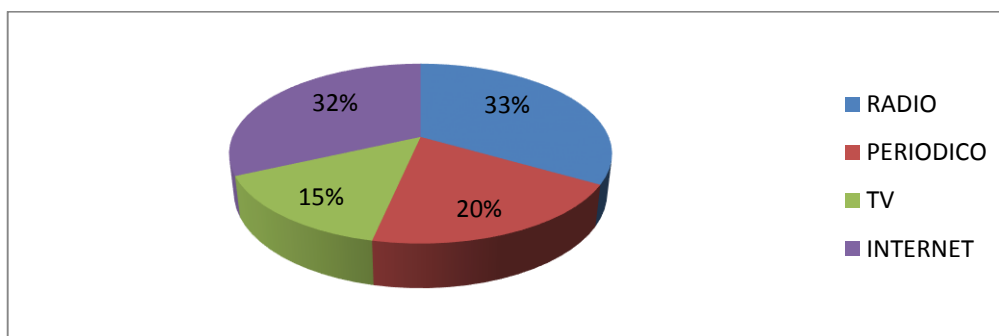
**Medio de difusión**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	132	33%
PERIODICO	80	20%
TV	59	15%
INTERNET	126	32%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de mercados  
Elaborado por: La autora

**Gráfico N° 22**

**Medio de difusión**



**ANÁLISIS:**

Gran parte de las personas encuestadas prefieren que la difusión del paradero se la realice por radio, en vista que este medio lo utilizan con mayor frecuencia o en su defecto por internet, lo cual nos da a entender que las personas no disponen de mucho tiempo, en vista de ello debemos ser claros, concisos y preciosos a la hora de dar a conocer los servicios.

### 3.9. Análisis y proyección de la demanda

Se ha podido determinar por medio del estudio de mercado, que existen personas interesadas de disponer de los servicios que el paradero turístico ofrecerá, por lo que el 55% de la población; es decir, 5817 personas se encuentran con la disponibilidad para utilizarlos, recalcando que los turistas se enfocan en la variedad de servicios y en el precio que deben pagar por ellos.

Para proyectar la demanda se basará en un modelo subjetivo, conocido como crecimiento exponencial, utilizando bases estadísticas e información histórica secuenciada.

El objetivo de esta proyección, es estimar cuantas personas se podrán captar en los próximos 10 años, para la utilización de los servicios e incrementar su frecuencia de visitas, a su vez lograr una fidelización y posicionamiento del paradero en la mente de la población.

#### PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Formula del modelo exponencial

$$p_t = P_o(1 + i)^n$$

**P<sub>t</sub>**= Población proyectada

**P<sub>o</sub>**= Población inicial

**i**= Tasa de crecimiento

**n=** Periodo observado

Para realizar el cálculo de la proyección de la demanda, que servirá para conocer a los futuros clientes potenciales, se tomará como base la información recopilada de 5817 Turistas, la misma que fue analizada anteriormente y el porcentaje de crecimiento de los turistas; es decir, la información emitida por el Ministerio de Turismo de que las visitas de turistas extranjeros a Ecuador aumento en un 18% durante el primer trimestre del año 2014.

***Cuadro N° 32***

***Proyección de la demanda***

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANADA DE POTENCIALES CLIENTES</b>
0	5817
1	6864
2	8100
3	9558
4	11278
5	13308
6	15703
7	18530
8	21865
9	25801
10	30445

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La autora

### 3.10. Análisis y proyección de la oferta

Para realizar el análisis y proyección de la oferta, se tomó en cuenta la información de los establecimientos turísticos comunitarios y las hosterías que se encuentran en la parroquia de Ambuquí que son en total 14, en vista que ofrecen servicios similares a los que se pretende brindar en el paradero, y al igual que la demanda se dividió para 4, en vista que es la media por familia, representando nuestro segmento de mercado.

El paradero turístico se diferenciara de la competencia por los deportes de aventura y la difusión permanente de las costumbres y tradiciones de la comunidad del Chota.

#### *Cuadro N° 33*

#### *Análisis y proyección de la oferta*

N°	ESTABLECIMIENTO TURISTICO	FLUJO DE TURISTAS ANUAL
1	HOSPEDERÍA COMUNITARIA DOÑA EVITA	125
2	ASOCIACIÓN DE TURISMO Y CULTURA AFROECUATORIANA "AROMA CALIENTE"	105
3	ARTESANÍAS GARTÁN	100
4	TIENDAS COANGUE	94
5	HELADOS DOÑA JUDITH	186
6	HOSTERÍA OASIS	598
7	HOSTERÍA ARUBA	328
8	HOSTERÍA TIERRA DEL SOL	116
9	HOSTERÍA KIBUTZ	387
10	HOSTERÍA PALMIRA	133
11	HOSTERÍA ARCO IRIS	130
12	HOSTERÍA FABRICIO'S	159
13	HOTEL LA PLAYA	227
14	HOSTAL EL FOGON	145
<b>TOTAL</b>		<b>2833</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

Para la proyección de la oferta, se utilizó la tasa de crecimiento económico del Ecuador que para el año 2014 se estima del 4,5% según el Banco Central del Ecuador. En el cuadro siguiente se muestra la proyección de la oferta para diez años, tiempo estimado de recuperación de la inversión.

**Cuadro N° 34**

**Proyección de la oferta**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA</b>
0	2833
1	2960
2	3094
3	3233
4	3378
5	3530
6	3689
7	3855
8	4029
9	4210
10	4400

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La autora

**3.11. Demanda potencial a satisfacer**

Una vez obtenidos los datos tanto de la oferta como de la demanda, se realizó un balance entre las dos con la finalidad de determinar la demanda potencial a satisfacer.

*Cuadro N° 35**Balance de la oferta-demanda*

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
0	2833	5817	-2984
1	2960	6864	-3904
2	3094	8100	-5006
3	3233	9558	-6325
4	3378	11278	-7900
5	3530	13308	-9778
6	3689	15703	-12014
7	3855	18530	-14675
8	4029	21865	-17836
9	4210	25801	-21591
10	4400	30445	-26045

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La autora

Al hacer el balance entre la demanda del mercado y la oferta de servicios turísticos, podemos apreciar que existe una demanda insatisfecha de estos servicios, por tal motivo podemos concluir que el proyecto puede ser puesto en marcha.

De la demanda potencial a satisfacer, el proyecto cubrirá el 40%, se ha tomado en cuenta este porcentaje, debido a que las instalaciones del Paradero Turístico abastecerán al número de personas equivalentes a este porcentaje.

A continuación se presenta la proyección para 10 años, a una la tasa de crecimiento del 9%, que corresponde al 50% de la manifestada por el Ministerio de Turismo del Ecuador, con la finalidad de manejanos con un criterio conservador.

***Cuadro N° 36***

***Demanda de potenciales clientes***

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA DE POTENCIALES CLIENTES</b>
0	1194
1	1562
2	2002
3	2530
4	3160
5	3911
6	4806
7	5870
8	7135
9	8636
10	10418

Fuente: MINTUR

Elaborado por: La autora

La demanda potencial para el proyecto es de 1194turistas que visitarían el Paradero Turístico durante un año calendario, siendo esto más común en los feriados y fines de semana. Con la finalidad de satisfacer las necesidades se proporcionará servicios de calidad y para todo público, recalando que será el primer paradero turístico en la comunidad.



### 3.12. Determinación de precios

Para determinar los precios con los que operará el paradero se decidió considerar los del mercado:

*Cuadro N° 37*

#### *Determinación de precios*

SERVICIO/PRODUCTO	DETALLE	PRECIOS
PAQUETE BÁSICO	Entrada al paradero turístico, almuerzo afrochoteño, acceso a la cancha deportiva y salón de uso múltiple.	10
PAQUETE INTERMEDIO	Entrada al paradero turístico, almuerzo afrochoteño, acceso a la cancha deportiva y salón de uso múltiple, presentación de grupo de música bomba y danza.	20
PAQUETE COMPLETO	Entrada al paradero turístico, desayuno, almuerzo, cena, acceso al salón de uso múltiple, relato contado de la historia del Valle del Chota, leyendas, mitos, entre otros y noche cultural.	32
DEPORTES	RAFTING	9
	CANOTAJE	9
PLATOS TÍPICOS Y A LA CARTA	Mano e mono, Sancocho de la virgen, entre otros	8
GUIA TURÍSTICA POR LAS COMUNIDADES DEL VALLE DEL CHOTA	Explicación de cada una de las características y atractivos en general de las comunidades a grupos de 30 pax.	150
ALQUILER ÁREA DE BAZAR	Por el préstamo del espacio físico a las organizaciones del sector, para la venta de artesanías, se cobrará \$80.00 dólares mensuales.	960
ALQUILER ÁREA DE USO MÚLTIPLE	Para dictar seminarios, conferencias, reuniones o celebraciones de bautizos, matrimonios, entre otros.	200

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

### **3.13. Estrategias de comercialización**

Uno de los retos del paradero, será ofrecer un servicio de calidad que genere ventajas competitivas sostenibles que garanticen la continuidad de su relación con los turistas nacionales e internacionales.

Por lo cual se utilizarán las siguientes estrategias las mismas que están en función del marketing mix:

#### **3.13.1. Producto**

El paquete turístico del paradero contiene una variedad de servicios entre los más representativos las manifestaciones culturales de la comunidad y los deportes de aventura, los mismos que le diferencia de la competencia.

#### **❖ BUZON DE SUGERENCIAS**

Se ubicara dentro de las instalaciones un buzón de sugerencias donde los clientes podrán depositar sus comentarios; por lo que, permitirá mejorar la calidad de nuestros servicios para así lograr la calidad de los mismos.

### Gráfico N° 23

#### *Buzón de sugerencias*



Diseñado por: Ing. Karla Chalá

#### ❖ RUTA TURISTICAS

A los turistas que visitan nuestras instalaciones se les dará una gira por las nueve comunidades que conforman la zona del valle del chota, mostrando las bondades de cada una de las comunidades y su cultura.

#### ❖ CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Dictar capacitaciones enfocadas en temas de atención al cliente e importancia del turismo para la empresa y la comunidad, los mismos que se llevaran a cabo en lugares escogidos por la gerencia, con el fin de mejorar la atención a los clientes y satisfacer sus necesidades sobrepasando sus expectativas.

#### **3.13.2. Plaza**

Para indicar donde se encuentra ubicado el paradero turístico se ubicará en la panamericana norte una gigantografía que informe, su ubicación exacta y contactos; también

en la entrada se ubicará un rotulo grande en el cual muestre el nombre, y su logotipo para fácil reconocimiento.

#### ❖ GIGANTOGRAFIA

#### *Gráfico N° 24*

#### *Gigantografia*



**Diseñado por:** Ing. Karla Chalá

## ❖ LETRERO

*Gráfico N° 25**Letrero*

Diseñado por: Ing. Karla Chalá

## ❖ TARJETA DE PRESENTACION

**Gráfico N° 26****Tarjeta de presentación**

Lado reverso

**MISION**

*"TURICHOTA", es una compañía limitada que ofrece servicios de alojamiento, gastronomía, deportes de aventura, música y danza afrochoteña, con el propósito de dar a conocer la cultura a nivel nacional e internacional.*

**VISION**

*En el año 2017 "TURICHOTA", desea alcanzar en posicionamiento en el mercado turístico, por la calidad de los servicios que brinda obteniendo prestigio y reconocimiento a nivel nacional e internacional.*

Lado adverso



**OFRECEMOS SERVICIOS DE:**

- Hospedaje
- Alimentacion
- Deportes tradicionales
- Deportes de aventura
- Guía turística
- Venta de artesanías

Ing. Sandra Chalá  
Gerente Propietaria

Dir: Comunidad El Chota, calle principal cerca a las orillas del Rio Chota. Tel: 062-562-002 / 0981821322. email: paraderoturichota\_@hotmail.es  
IBARRA - ECUADOR

## ❖ TRIPTICO

## Gráfico N° 27

## Tríptico

QUIENES SOMOS

**Somos una empresa dedicada a ofrecer servicios turísticos, mediante la difusión de las costumbres y tradiciones del pueblo afrochoteño; ya que poseen una infinidad de riquezas tanto en la música, danza, poesía, medicina ancestral, entre otros.**

OFRECEMOS SERVICIOS DE

- Hospedaje
- Alimentación
- Deportes tradicionales
- Deportes de aventura
- Guía turística
- Venta de artesanías

VALORES INSTITUCIONALES

**CONFIANZA:**  
*En los servicios que ofrecemos nuestros clientes para así lograr su satisfacción.*

**COMPROMISO:**  
*Con el medio ambiente, clientes y sociedad en general al cumplir con las normas establecidas.*

**RESPONSABILIDAD:**  
*Cumplir con los compromisos y obligaciones adquiridas con una persona, empresa o institución, grupo o sociedad, dando respuestas adecuadas a lo que se espera, yendo más allá de la obligación estricta y asumiendo las consecuencias de los actos, resultado de las decisiones que toma o acepta y estar dispuesto a rendir cuenta de estos.*

**HONESTIDAD:**  
*Trabajo con honestidad, equidad y transparencia reflejada día a día en cuanto a la elaboración del producto y cada uno de los empleados de la misma.*





PARADERO TURISTICO  
TURICHOTA



**MISION**

*"TURICHOTA", es una compañía limitada que ofrece servicios de alojamiento, gastronomía, deportes de aventura, música y danza afrochoteña, con el propósito de dar a conocer la cultura a nivel nacional e internacional.*

**VISION**

*En el año 2017 "TURICHOTA", desea alcanzar en posicionamiento en el mercado turístico, por la calidad de los servicios que brinda obteniendo prestigio y reconocimiento a nivel nacional e internacional.*

Dir: Comunidad El Chota, calle principal cerca a las orillas del Río Chota

Tel: 0981821322 / 062-562-002  
paraderoturichota\_@hotmail.es

Imbabura - Ecuador

### 3.13.3. Precio

Se utilizará la estrategia de precios psicológicos impares, para captar la atención de los clientes, como también redondeados para algunos artículos, en los distintos servicios que se ofertan.

#### ❖ PRECIOS PSICOLÓGICOS

Se utilizara la estrategia de precios impares, para despertar el interés de los turistas y así aumentar el nivel de visitas al paradero turístico.

#### *Cuadro N° 38*

#### *Precios psicológicos*

SERVICIOS	PRECIOS DE LOS SERVICIOS
Paquete Básico	<b>\$ 9.99</b>
Paquete Intermedio	<b>\$ 19.99</b>
Paquete completo	<b>\$ 31.99</b>

Diseñado por: Ing. Karla Chalá

#### ❖ INGRESOS POR PRÉSTAMO DE ESPACIO FÍSICO DEL PARADERO.

Área de bazar a las organizaciones turísticas como: Artesanías GARTAN, Tiendas COANGUE, entre otros.

Área de uso múltiple para dictar seminarios, conferencias, reuniones o celebraciones de bautizos, matrimonios, entre otros.



#### ❖ CONVENIOS CON HOSTERIAS DEL SECTOR

Esta estrategia garantizará que en el paradero siempre exista afluencia de turistas; ya que, el apoyo sería mutuo entre los negocios. Las hosterías son las siguientes: Oasis, Aruba y Kibutz.

#### **3.13.4. Promoción**

- ❖ A clientes que visiten de manera frecuente y grupos mayores a veinticinco personas, por un día se aplicará un descuento del 5% y si la visita es por tres días en adelante el descuento será de 6 al 8%.
- ❖ Por temporada de introducción al mercado se aplicara descuentos en estadía del 10%, a grupos mayores de treinta personas.
- ❖ A la persona que ocupe el número cincuenta en visitarnos se le otorgara un recuerdo de la zona.
- ❖ A las cinco primeras familias conformadas por cuatro personas, que asistan la inauguración se les brindara un refrigerio gratis.
- ❖ Se entregara material POP a los turistas que visitan el paradero como: pequeñas artesanías negras propias de la zona

#### **3.13.5. Publicidad**

- ❖ Creación de una página web donde los turistas puedan encontrar la dirección y contactos de cómo llegar, hacer sus reservaciones, conocer parte de la historia de la empresa y su apariencia física.

- ❖ Se ubicara una cuña radial en las emisoras más escuchadas del país.
- ❖ En ocasiones especiales aparecerán anuncios en los diarios más comercializados del país.
- ❖ Los clientes podrán hacer sus reservaciones mediante vía telefónica.

### **3.14. Conclusiones del estudio de mercado**

Al finalizar el estudio se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ❖ Más del 50% de los turistas que acuden a los establecimientos turísticos del sector son internacionales.
- ❖ Mediante la observación y la investigación realizada, se determina que los turistas prefieren los fines de semana y feriados para acudir al paradero.
- ❖ El principal atractivo para los turistas es el clima del cual goza el Valle del Chota, pero además la mayoría de ellos desean palpar de cerca las costumbres y tradiciones de los moradores de este sector.
- ❖ Los establecimientos turísticos del sector no cumplen con todas las exigencias y requerimientos de los turistas, por tal motivo existe demanda potencial a satisfacer.
- ❖ El paradero servirá como incentivo para que la población afro-choteña tenga interés culturales.
- ❖ Por lo anteriormente expuesto se determina que existe la factibilidad de mercado para los servicios, debido a que la demanda supera a oferta, por tanto la propuesta tiene grado de éxito aceptable.

## CAPÍTULO IV

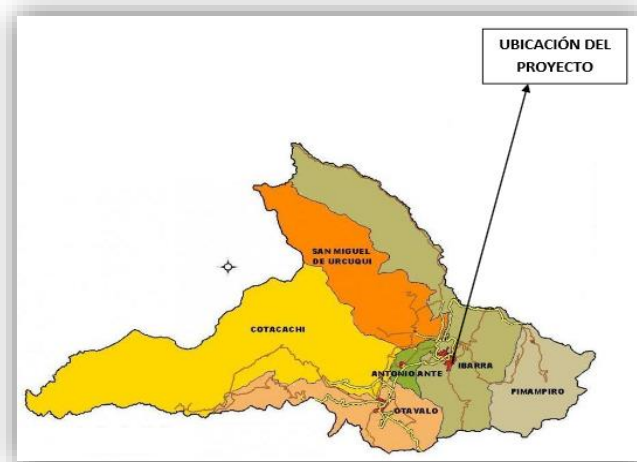
### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1 Macrolocalización

El proyecto tendrá lugar en la Sierra Norte del Ecuador, en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia Ambuquí. Esta parroquia es un lugar fascinante por su singular paisaje y su gente, “El pueblo afro-ecuatoriano” personas creativas, de una alegría contagiante y dueñas de su propio género musical: la bomba del Chota.

*Gráfico N° 28*

*Mapa de ubicación del proyecto*



Fuente: GAD- Ibarra  
Elaborado por: La autora

## 4.2 Microlocalización

Para determinar la Microlocalización del Proyecto, se ha establecido una relación entre tres alternativas dentro de la comunidad del Chota, para lo cual se tomara en cuenta el método de valoración cuantitativa de los factores de localización.

Para aplicar este método se consideró los siguientes factores:

- ❖ Sector estratégico
- ❖ Vías de acceso
- ❖ Acceso a la materia prima
- ❖ Servicios básicos
- ❖ Mano de obra

A continuación se ponderó los factores a una escala de medida de 1 a 5 puntos, siendo 5 la de mayor puntuación y 1 la de menor valor.

*Cuadro N° 39**Matriz de microlocalización*

Factores	Calificación	Calle Principal		Orillas del río Chota		Cerca de la Panamericana	
	Ponderación	Calif.	Prom	Calif.	Prom	Calif.	Prom.
Sector estratégico	30%	4	1.2	5	1.5	4	1.2
Vías de acceso	15%	5	0.75	4	0.6	5	0.75
Acceso a la materia prima	20%	4	0.8	4	0.8	2	0.4
Servicios básicos	15%	5	0.75	3	0.45	5	0.75
Mano de obra	20%	5	1	5	1	5	1
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>4.5</b>		<b>4.35</b>		<b>4.1</b>

Fuente: GAD-Ibarra

Elaborado por: La autora

Por la disponibilidad del área para los requerimientos actuales y futuras ampliaciones del proyecto y de acuerdo a la ponderación de la matriz de localización, se construirá el paradero turístico en la CALLE PRINCIPAL, en vista que es la alternativa óptima y con la finalidad de aprovechar los recursos naturales de la comunidad enfocados en una adecuada administración de riesgos.

A continuación mostramos detalladamente los aspectos antes indicados:

### ❖ **SECTOR ESTRATÉGICO**

El sitio donde funcionará el paradero turístico tiene suficiente espacio para la realización y prestación de los diferentes servicios que se pretende ofertar, además al estar frente al río el ambiente del lugar se vuelve ideal para el descanso y bienestar de los turistas.

### ❖ **VÍAS DE ACCESO**

El presente proyecto cuenta con vías de acceso de primer orden, que conectan a la comunidad con todo el país tanto Norte y Sur. Además la comunidad queda a pocos kilómetros de la ciudad de Ibarra, lo cual les permite a los turistas movilizarse hasta la misma a realizar diferentes trámites personales de ser necesario.

### ❖ **ACCESO A LA MATERIA PRIMA**

A pesar de que la producción agrícola en la comunidad ha disminuido, se puede adquirir con facilidad los productos necesarios para la gastronomía en las comunidades aledañas a la misma, a un costo accesible y de manera oportuna.

### ❖ **SERVICIOS BÁSICOS**

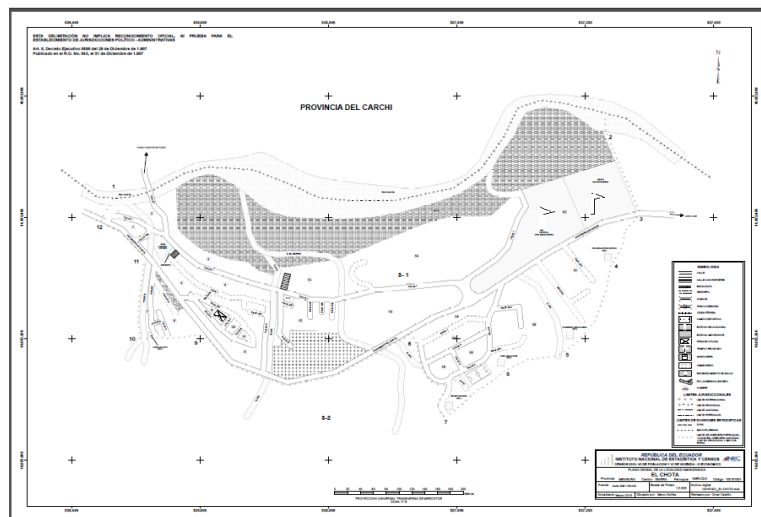
Los servicios básicos son unidades que prestan una ayuda significativa al correcto funcionamiento operativo del proyecto, mejorando la comodidad de los turistas y minimizando los costos y tiempo para nosotros. Cuenta con energía eléctrica y agua potable que son los de primera necesidad.

## ❖ MANO DE OBRA

La experiencia, destreza y conocimiento de la mano de obra en cuanto a la comunidad, sus costumbres y tradiciones, se convierte en un aspecto muy importante para nuestro proyecto, esto generará que realicemos un trabajo oportuno y de calidad.

### *Gráfico N° 29*

#### *Plano de la comunidad del chota*



Fuente: INEC  
Elaborado por: La autora

### 4.3 Diseño de la infraestructura

El diseño de la infraestructura del proyecto se establece de acuerdo a las necesidades del Paradero Turístico, para lo cual se ha tomado en cuenta lo siguiente:

### 4.3.1. Distribución de las áreas

En el diseño de la planta se consideró importante tomar en cuenta algunas condiciones que permitan realizar las actividades económicas y turísticas de manera eficaz, así como también se tomó en cuenta todas las medidas básicas que brinden seguridad y bienestar tanto a los empleados como a los turistas, evitando de esta manera posibles accidentes. El paradero será construido en 990.22 m<sup>2</sup>, los mismos que se distribuirán de la siguiente manera.

#### *Cuadro N° 40*

#### *Distribución de las áreas*

**ÁREA TOTAL:** 990.22 m<sup>2</sup>

<b>SERVICIOS A OFRECER</b>	<b>Área en m<sup>2</sup></b>
<b>ÁREA ADMINISTRACIÓN:</b> Recepción, Sala de espera, Oficina de administración, SS.HH.	54
<b>ALOJAMIENTO:</b> 25 habitaciones (cama, SS.HH, closet)	300
<b>RESTAURANTE:</b> Cocina, Comedor, barra y SS.HH.	102.21
<b>BAZAR:</b> Ubicación de estanterías para la venta de artesanías	20
<b>SALÓN DE USO MULTIPLE:</b> (exposiciones, seminarios, conferencias y eventos sociales)	74.01
<b>ÁREA DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA:</b> Bodega, lavandería, espacio para el planchado y guardianía.	40
<b>Parqueadero</b>	400

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La autora



Para determinar la capacidad que tendrá el paradero turístico se expone los siguientes detalles, el área del terreno es de 990.22m<sup>2</sup>, la misma que estará diseñada con un bloque de residencia que tendrá una capacidad para 50 personas en lo referente al restaurante tendrá igual una capacidad para 50 personas, el bazar tendrá una capacidad para 30 personas, además existirá un salón de uso múltiple con una capacidad para 50 personas, las mismas que a través de itinerarios serán distribuidas para evitar las aglomeraciones y mal estar en los turistas.

#### ❖ **ÁREA ADMINISTRATIVA**

Dentro de esta área se encuentra la recepción, sala de espera, oficina de administración y un SS.HH, con un área de 54 m<sup>2</sup>.

#### ❖ **ÁREA DE ALOJAMIENTO**

Existirá un bloque de residencia el cual contará con: cinco habitaciones matrimoniales con capacidad para dos personas dando un total de 10 personas, cuatro habitaciones triples con capacidad para tres personas dando un total de 12 personas, 10 habitaciones dobles con capacidad para dos personas dando un total 20 personas y ocho habitaciones individuales con capacidad para 8 personas. Es decir que esta área tendrá capacidad para 50 personas, la misma que tiene una superficie de 300 m<sup>2</sup>.

#### ❖ **ÁREA DE RESTAURANTE**

Esta área cuenta con un espacio para ubicar las mesas para el restaurante, en la parte superior se ubicara la cocina, la misma que contara con una sub bodega. Con una capacidad para 50 personas y con una área de 164m<sup>2</sup>.

### ❖ BAZAR

Esta área cuenta con un espacio para ubicar estanterías para la venta de artesanías elaboradas por los moradores de las comunidades de Mascarilla y Carpuela, con un área de 20 m<sup>2</sup>.

### ❖ SALÓN DE USO MULTIPLE

El Paradero también contará con un salón de uso múltiple, para la narración de mitos y leyendas, presentaciones de danza al compás de la música bomba o en el caso de que se desee dictar un seminario, conferencia, reuniones y organizar un evento familiar. Este salón tendrá capacidad para 50 personas, con un área de 74.01m<sup>2</sup>.

### ❖ ÁREA DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

El Paradero contará con un cuarto de lavandería, una bodega para planchado y para guardar el menaje correspondiente al área de habitaciones. De igual manera existe un patio para el secado de las diferentes prendas, con una superficie de 40m<sup>2</sup>.

### ❖ PARQUEADERO

Existirá un parqueadero privado para todos los turistas que lleguen con vehículo propio en un área de 400m<sup>2</sup>

Gráfico N° 30

Diseño arquitectónico del paradero turístico



Diseñado por: Ing. Henry Ibujes

### 4.3.2. Distribución de las áreas

Gráfico N° 31

#### Área administrativa



Diseñado por: Ing. Henry Ibujes

Gráfico N° 32

#### Salón de uso múltiple



Created by: Ing. Henry Ibujes

Diseñado por: Ing. Henry Ibujes

Gráfico N° 33

*Área de alojamiento*

Diseñado por: Ing. Henry Ibujes

Gráfico N° 34

*Área de mantenimiento y limpieza*

Diseñado por: Ing. Henry Ibujes

Gráfico N° 35

Área de restaurante y bazar



Diseñado por: Ing. Henry Ibujes

Gráfico N° 36

Parqueadero



Diseñado por: Ing. Henry Ibujes

#### 4.4 Tamaño del proyecto

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

#### *Cuadro N° 41*

#### *Capacidad de servicios turísticos*

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA DE POTENCIALES CLIENTES</b>
0	1194
1	1562
2	2002
3	2530
4	3160
5	3911
6	4806
7	5870
8	7135
9	8636
10	10418

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado por:** La autora

La capacidad de la planta se estimó en función del número de turistas que visitarían dicho paradero, del total de la demanda insatisfecha que es de 2984 turistas se tomó que el proyecto va a cubrir el 40% dando como resultado 1194 personas que visitarían el paradero de manera anual, cuyo porcentaje se tomó de acuerdo a la capacidad tanto en infraestructura física como del personal que laborará dentro del mismo.

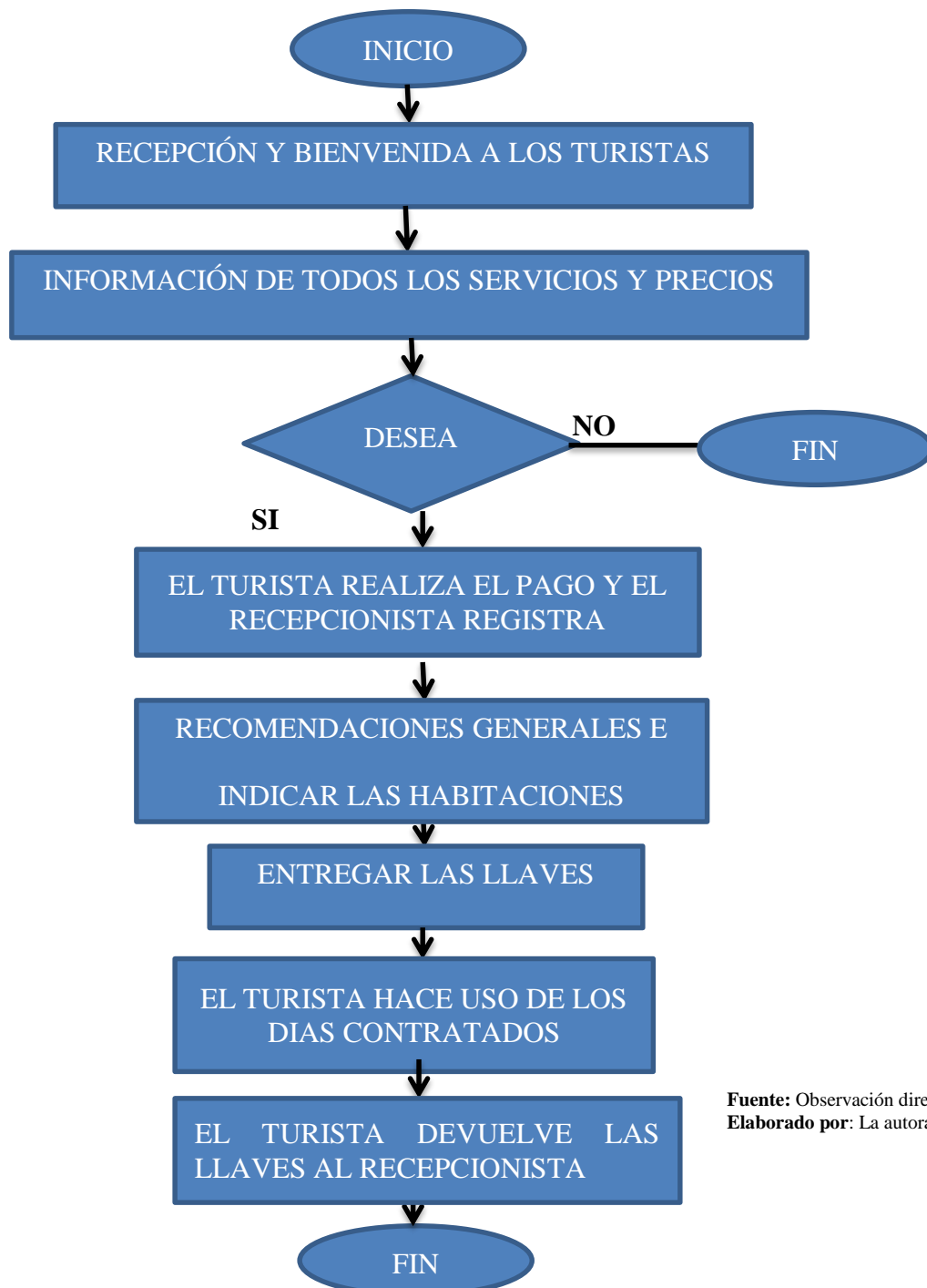


## 4.5 Flujograma de operación

### 4.5.1 Flujograma del servicio de alojamiento

Gráfico N° 37

Flujograma del servicio de alojamiento

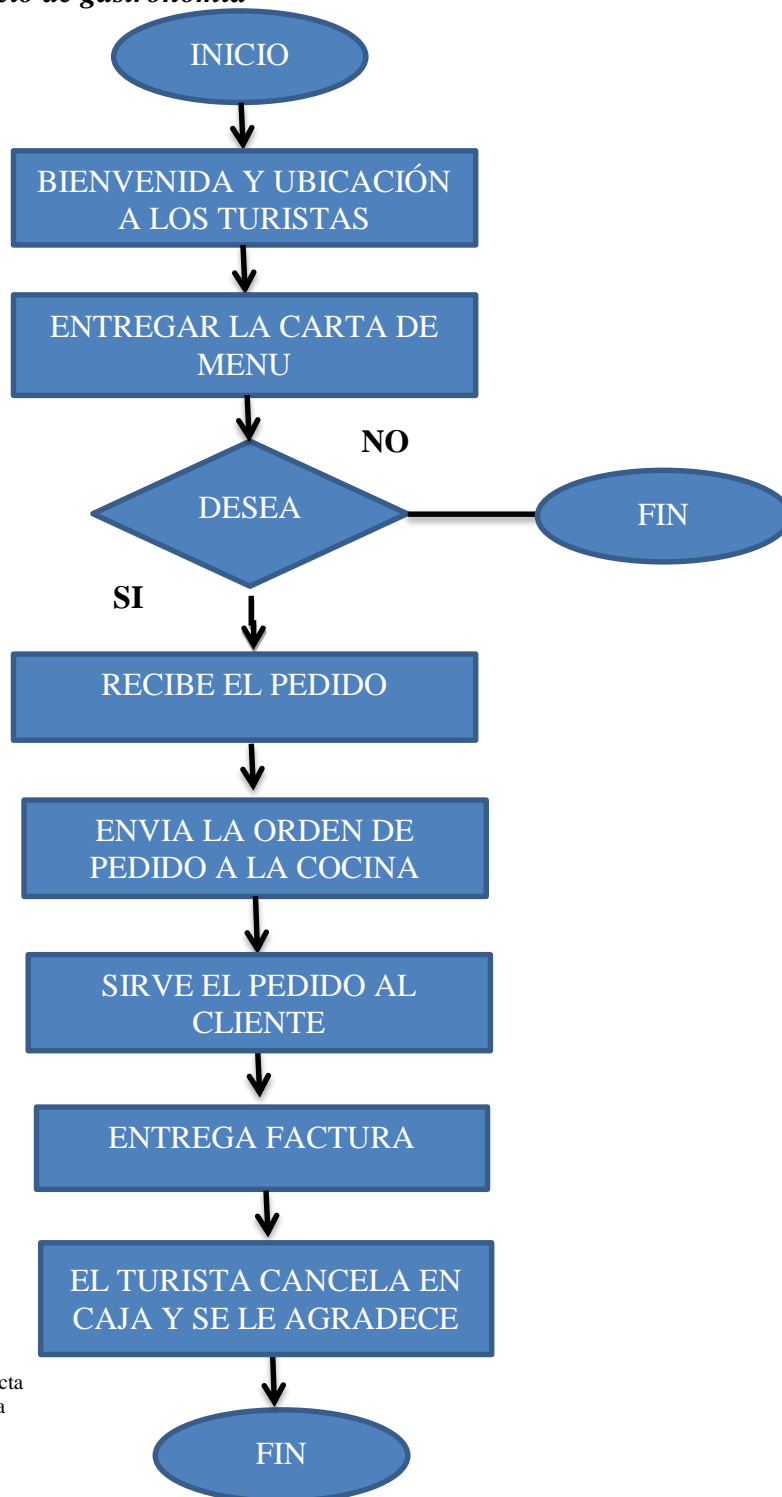


Fuente: Observación directa  
Elaborado por: La autora

#### 4.5.2 Flujograma del servicio de gastronomía

Gráfico N° 38

Flujograma del servicio de gastronomía

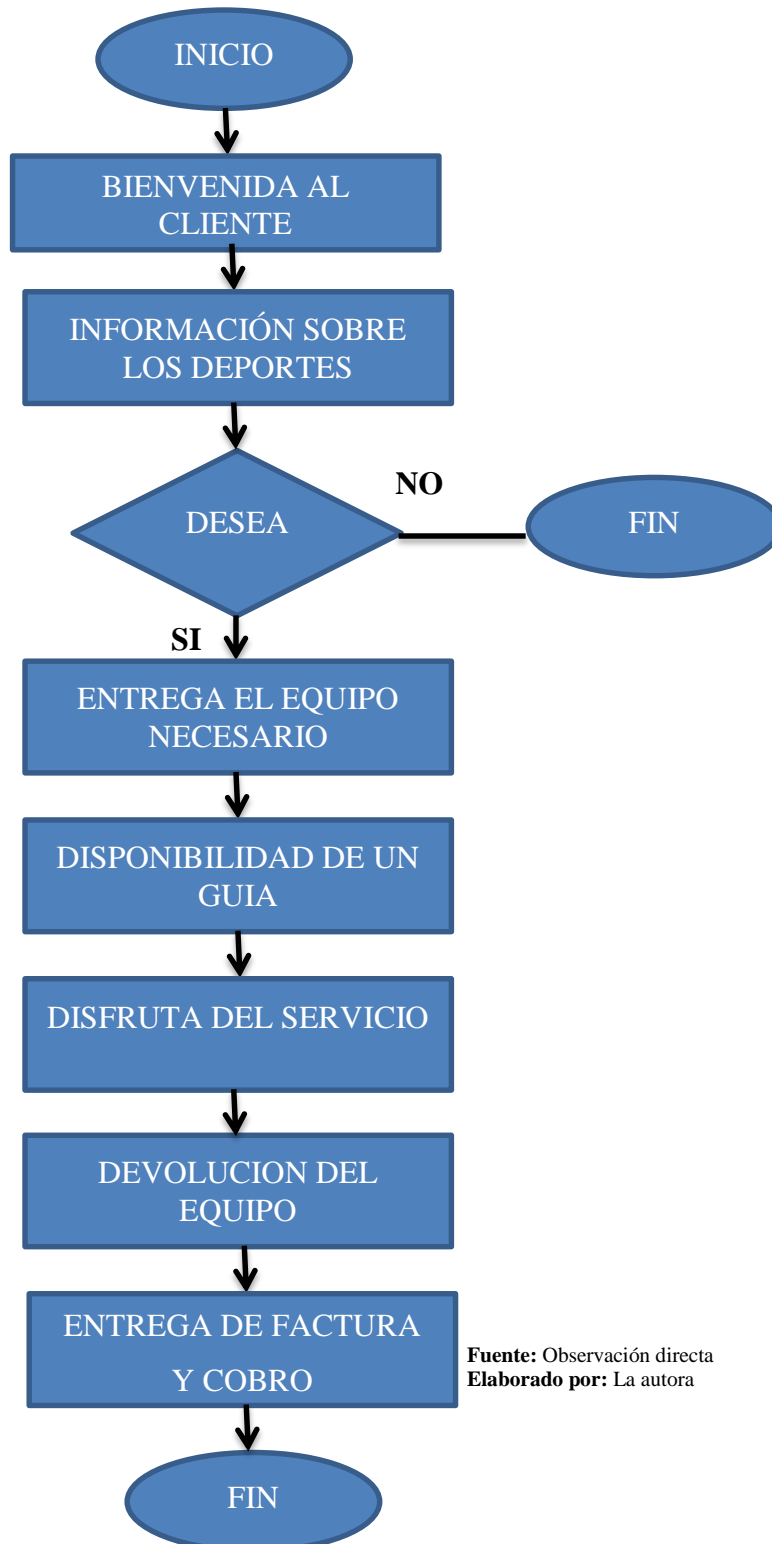


Fuente: Observación directa  
Elaborado por: La autora

#### 4.5.3 Flujograma del servicio de deportes

Gráfico N° 39

Flujograma del servicio de deportes

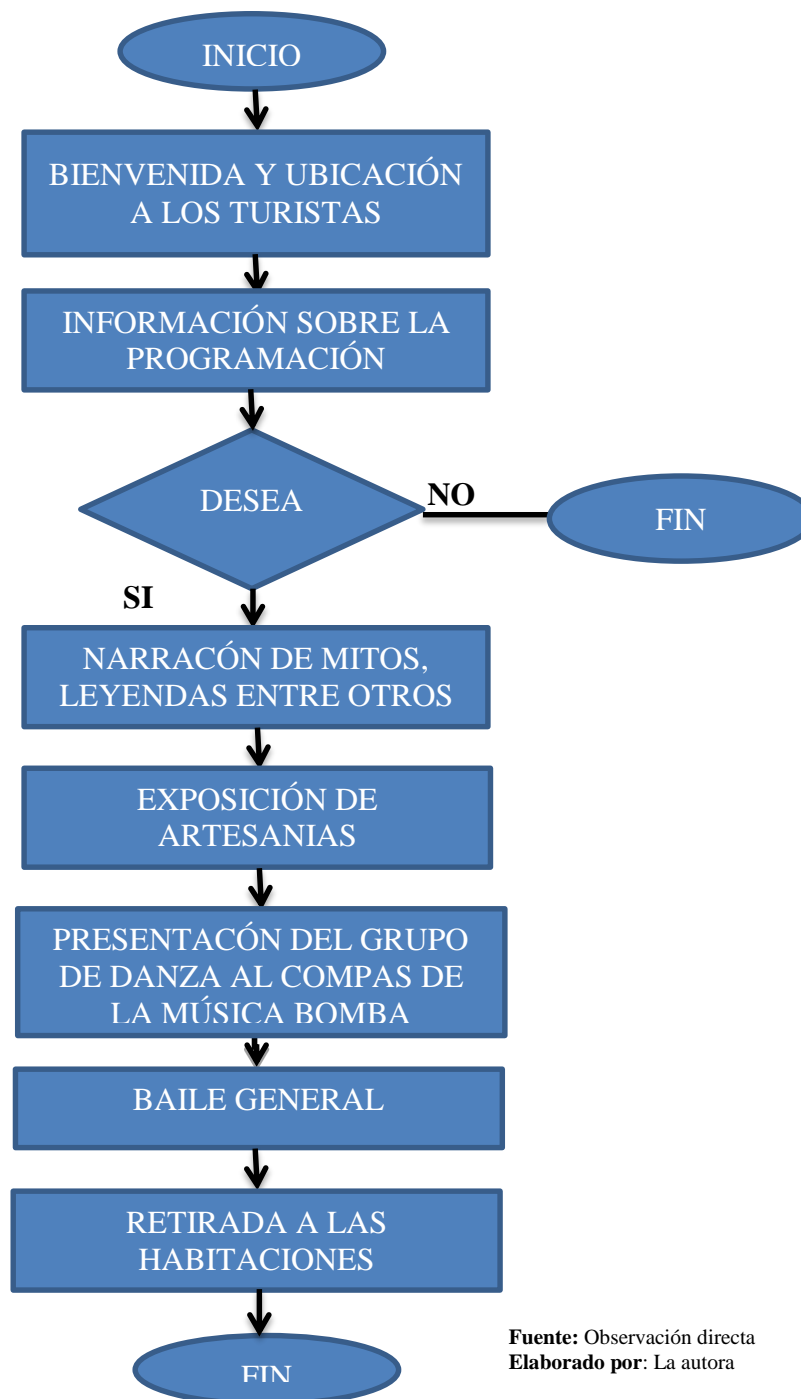


Fuente: Observación directa  
Elaborado por: La autora

#### 4.5.4 Flujograma del servicio costumbres y tradiciones

Gráfico N° 40

Flujograma del servicio costumbres y tradiciones

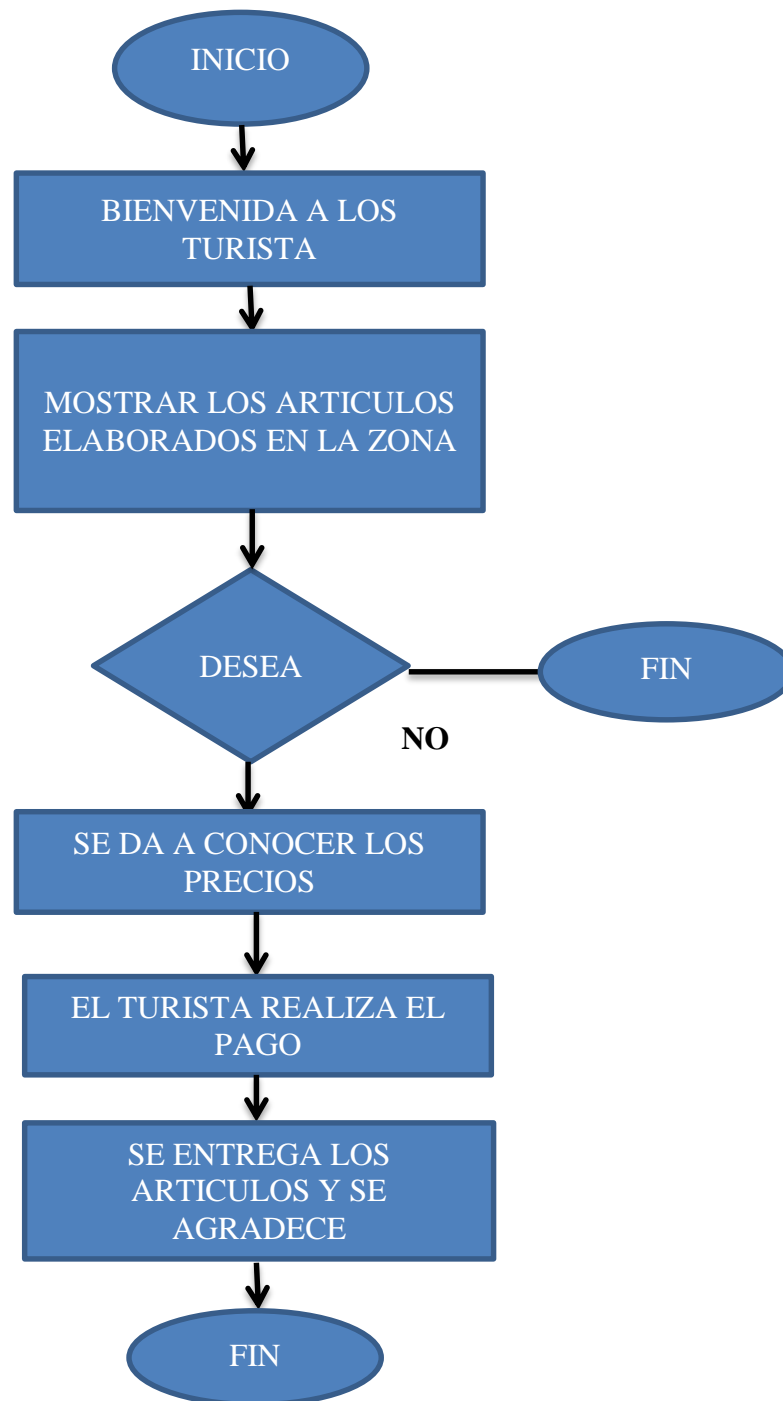


Fuente: Observación directa  
Elaborado por: La autora

#### 4.5.5 Flujograma del servicio bazar

Gráfico N° 41

Flujograma del servicio bazar



Fuente: Observación directa  
Elaborado por: La autora

## 4.6 Presupuesto técnico o inversiones requeridas

Aborda aspectos como: infraestructura civil, terrenos, equipos, recursos humanos, entre otros.

### 4.6.1 Inversiones fijas

Para iniciar el proyecto es preciso realizar la inversión fija en equipamiento, muebles y enseres y menaje, necesarios para la prestación de los servicios del Paradero Turístico. Por este motivo, se consideró que las inversiones totales se las realizará en el período pre-operativo y operativo del proyecto, estas inversiones no serán modificadas durante toda la vida del proyecto, es decir, durante los próximos 10 años de ejecución del proyecto. La adquisición de activos fijos se realizará de la siguiente manera: compra de terreno e infraestructura, vehículo, equipos, muebles y enseres, menaje.

#### *Cuadro N° 42*

##### *Terreno*

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m2	990.22	\$8.00	\$7,921.76
<b>TOTAL</b>				<b>\$7,921.76</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

**Cuadro N° 43****Infraestructura**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Área Administrativa	m2	54	\$100.00	\$5,400.00
Área Operativa	m2	536.22	\$100.00	\$53,622.00
<b>SUB TOTAL CONSTRUCCIÓN</b>	<b>m2</b>	<b>590.22</b>	<b>\$200.00</b>	<b>\$59,022.00</b>
Parqueadero	m2	400	\$2.50	\$1,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$60,022.00</b>

Fuente: Arq. María del Carmen Espinoza  
 Elaborado por: La autora

**Cuadro N° 44****Equipamiento**

<b>EQUIPOS PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA Y RECEPCIÓN</b>			
DETALLE	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
Computadora Intel Dual Core	2	\$770.00	\$1540.00
Impresora HP Multifuncional	1	\$50.00	\$50.00
Teléfono Panasonic Inalámbrico	2	\$25.00	\$50.00
TV	1	\$400.00	\$400.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$2,040.00</b>

<b>EQUIPOS PARA COCINA Y RESTAURANTE</b>			
Cocina Industrial 4q	2	\$215.00	\$430.00
Cuarto frio	1	\$750.00	\$750.00
licuadora oster	2	\$58.00	\$116.00
Batidora oster	2	\$25.00	\$50.00
Tanque de gas	5	\$35.00	\$175.00
Ollas Grandes # 40	4	\$20.00	\$80.00
Olla Medianas # 30	4	\$15.00	\$60.00
Juego de ollas pequeñas	3	\$9.80	\$29.40
Juego de cucharas para cocina	2	\$8.00	\$16.00
Sartenes Juego	4	\$17.20	\$68.80
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,775.20</b>
<b>EQUIPOS PARA SALON MULTIPLE</b>			
Potencia Phonicxp 1000	1	\$300.00	\$300.00
Ecuilizador Behringer	1	\$150.00	\$150.00
Cajas dobles bajo 1300 w	1	\$120.00	\$120.00
Micrófonos Shurepg 24	1	\$105.00	\$105.00
Audífonos Estándar 300	1	\$50.00	\$50.00
Luz Doble Esfera	1	\$95.00	\$95.00
Cables de Instalación	50	\$0.58	\$29.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$849.00</b>
<b>EQUIPOS PARA DEPORTES</b>			
Casco	8	\$20.00	\$160.00
Chaleco salvavidas	8	\$15.00	\$120.00
Cabo extensible	8	\$10.50	\$84.00
Bote inflable	4	\$85.00	\$340.00
Cuerdas de rescate	4	\$22.00	\$88.00
Gorro	8	\$1.00	\$8.00
Gafas	8	\$1.00	\$8.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$808.00</b>



<b>EQUIPOS PARA ASEO</b>			
Plancha industrial	1	\$650.00	\$650.00
Lavadora	2	\$400.00	\$800.00
Plancha Oster	1	\$18.00	\$18.00
Escobas	5	\$1.00	\$5.00
Trapeador algodón	5	\$2.00	\$10.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,483.00</b>
<b>EQUIPOS PARA SS.HH</b>			
Dispensador de papel	3	\$8.00	\$24.00
Dispensador de jabón líquido	2	\$10.00	\$20.00
Tanque calentamiento de agua	1	\$800.00	\$800.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$844.00</b>
<b>EQUIPOS DE INCENDIOS</b>			
Extintores de incendio 10 libras	2	\$40.00	\$80.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$80.00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN EN EQUIPOS</b>			<b>\$7,879.20</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

#### *Cuadro N° 45*

#### *Muebles y enseres*

<b>MUEBLES Y ENSERES PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA Y RECEPCIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Escritorio	2	\$100.00	\$200.00
Archivador	1	\$33.00	\$33.00
Sillas Secretaria Neumática	2	\$27.99	\$55.98
Sillón Tripersonal	3	\$82.00	\$246.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$534.98</b>

<b>MUEBLES Y ENSERES PARA EL ÁREA OPERATIVA</b>			
Sillas de madera	90	\$25.00	\$2,250.00
Mesas comedor	15	\$100.00	\$1,500.00
Mesa de acero inoxidable para cocina	1	\$150.00	\$150.00
Perchas para bodega	1	\$98.00	\$98.00
Cama 1,5 plaza	30	\$135.00	\$4,050.00
Cama 2 plazas	10	\$165.00	\$1,650.00
Colchón 1,5 plaza	30	\$110.00	\$3,300.00
Colchón 2 plazas	10	\$135.00	\$1,350.00
<b>TOTAL</b>			\$14,348.00
<b>TOTAL INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$14,882.98</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

#### *Cuadro N° 46*

#### *Menaje*

<b>MENAJE PARA RESTAURANTE</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Manteles para mesas	45	\$4.00	\$180.00
Tazas para café corona	55	\$0.50	\$27.50
Platos para base de taza corona	55	\$0.48	\$26.40
Plato Pondo	55	\$1.20	\$66.00
Platos soperos	55	\$1.12	\$61.60
Cucharas	55	\$0.12	\$6.60
Cucharillas	55	\$0.10	\$5.50
tenedores	55	\$0.15	\$8.25
Cuchillos	55	\$0.28	\$15.40
Posteros de cristal	55	\$0.35	\$19.25
Vasos	55	\$0.30	\$16.50
Charoles	3	\$2.75	\$8.25
Saleros	45	\$0.35	\$15.75
<b>TOTAL</b>			<b>\$457.00</b>

<b>MENAJE PARA HABITACIONES</b>			
Cortinas para ventanas metros	45	\$9.00	\$405.00
Juegos de sábanas 1,5 plaza	60	\$8.50	\$510.00
Juego de sábanas 2 plazas	40	\$12.00	\$480.00
Cobijas Vicuña 1,5 plazas	60	\$13.00	\$780.00
Cobijas Vicuña 2 plazas	40	\$16.00	\$640.00
Almohadas Avestruz 70 x 50cm	60	\$5.45	\$327.00
Toallas	72	\$13.00	\$936.00
Recipientes para baños	25	\$4.50	\$112.50
Espejos para tocadores	25	\$5.00	\$125.00
Botiquín	2	\$15.00	\$30.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$4,345.50</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN EN MENAJE</b>			<b>\$4,802.50</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

A continuación se presenta un resumen de todos los recursos que requiere el Paradero Turístico a instalarse en cuanto tiene que ver con inversiones fijas o permanentes, entre estos se contempla: terreno, maquinaria, equipamiento, muebles y enseres que representan la base del proyecto.

#### *Cuadro N° 47*

#### *Resumen de inversiones fijas*

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Terreno	\$7,921.76
Infraestructura	\$60,022.00
Equipamiento	\$7,879.20
Muebles y enseres	\$14,882.98
Menaje	\$4,802.50
<b>TOTAL INVERSIONES FIJAS</b>	<b>\$95,508.44</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

#### 4.6.2 Inversión gastos de constitución

Están constituidos por los gastos e inversiones necesarias, para conformar o implementar el Paradero; es decir, la infraestructura inicial con la que trabajará la empresa. Igualmente constan los gastos que demanden los estudios o elaboración del proyecto de factibilidad.

#### *Cuadro N° 48*

#### *Inversión gastos de constitución*

CONCEPTO	VALOR
Legales, RUC, Permiso del Cuerpo de Bomberos, Patente.	\$950.00
Honorarios notario	\$300.00
Pago para constitución	\$200.00
Estudios de Factibilidad	\$931.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$2,381.00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

#### 4.6.3 Inversión variable

Consiste en todos los recursos que el proyecto destinará para la contratación de mano de obra directa, mano de obra indirecta, materiales accesorios e insumos necesarios para iniciar con el proceso de prestación de servicios.

Para que la empresa pueda operar en forma apropiada es necesario contar con lo siguiente:

## ❖ REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

El proyecto para su funcionamiento, requerirá contar con el siguiente personal en el área administrativa:

### Cuadro N° 49

#### Sueldos administrativos mano de obra indirecta

CANTIDAD	CARGO	SUELDO	TOTAL	12,15% IESS	F.R.	13 SUELDO	14 SUELDO	VAC.	TOTAL AL MES
1	GERENTE-ADMINISTRADOR	700,00	700,00	85,05	58,31	58,33	28,33	29,17	959,19
1	CAJERA-RECEPCIONISTA	340,00	340,00	41,31	28,32	28,33	28,33	14,17	480,47
1	GUARDIA	340,00	340,00	41,31	28,32	28,33	28,33	14,17	480,47
<b>TOTAL</b>		<b>1.380,00</b>	<b>1.380,00</b>	<b>167,67</b>	<b>114,95</b>	<b>115,00</b>	<b>85,00</b>	<b>57,50</b>	<b>1.920,12</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

### Cuadro N° 50

#### Sueldos administrativos

CANTIDAD	SUELDOS ADMINISTRATIVOS	HONORARIO MENSUAL
1	CONTADOR	350.00
<b>TOTAL</b>		<b>350.00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

## ❖ REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Es necesario para el funcionamiento del Paradero, la siguiente mano de obra, la misma que estará encargada de la parte operativa de la empresa; es decir, trabajaran directamente en los servicios que ofrecerá el paradero.

### *Cuadro N° 51*

#### *Sueldos operativos mano de obra directa*

CANTIDAD	CARGO	SUELDO	TOTAL	12,15% IESS	F.R.	13 SUELDO	14 SUELDO	VAC.	TOTAL MENSUAL
1	JEFE DE COCINA	400,00	400,00	48,60	33,32	33,33	28,33	16,67	560,25
1	AYUDANTE DE COCINA	340,00	340,00	41,31	28,32	28,33	28,33	14,17	480,47
	<b>TOTAL</b>	<b>740,00</b>	<b>740,00</b>	<b>89,91</b>	<b>61,64</b>	<b>61,67</b>	<b>56,67</b>	<b>30,83</b>	<b>1.040,72</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

### *Cuadro N° 52*

#### *Honorarios MOD*

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	HONORARIO SEMANAL	HONORARIO MENSUAL
1	MESEROS	40.00	160.00
1	OPERADOR DE SERVICIOS	40.00	160.00
1	CAMARERA	40.00	160.00
1	GRUPO DE DANZA	80.00	320.00
1	GRUPO DE BOMBA	150.00	600.00
	<b>TOTAL</b>	<b>350.00</b>	<b>1,400.00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

## 4.7 Capital de trabajo

Es la medida de la capacidad que tiene el proyecto para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

### Cuadro N° 53

#### Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	CAPITAL DE TRABAJO
<b>Sueldos personal</b>		<b>4710,84</b>
Gerente-Administrador	959,19	
Contador	350,00	
Cajera-Recepcionista	480,47	
Jefe de Cocina	560,25	
Ayudante de cocina	480,47	
Meseros	160,00	
Camareras	160,00	
Operador de servicios	160,00	
Guardia de seguridad	480,47	
Grupo de danza	320,00	
Grupo de Música Bomba	600,00	
<b>Servicios básicos</b>		<b>\$235.00</b>
Energía eléctrica	60.00	
Agua potable	50.00	
TV Cable	30.00	
Internet	45.00	
Teléfono	50.00	
<b>Gastos generales</b>		<b>\$260.00</b>
Suministros de oficina	60.00	
Útiles de aseo	200.00	
<b>Gastos de ventas</b>		<b>\$250.00</b>
Publicidad	250.00	
<b>Gastos de funcionamiento</b>		<b>\$2,381.00</b>
Legales, RUC, Permiso Bomberos, Patente.	\$950.00	
Honorarios notario	\$300.00	
Pago para constitución	\$200.00	
Estudios de Factibilidad	\$931.00	
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$7836,84</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1 Estructura de la inversión

La inversión que se necesita para realizar este proyecto es de \$ 103,345.28USD, los mismos que se obtendrán mediante financiamiento e inversión propia. A continuación se presenta el destino de la inversión:

#### *Cuadro N° 54*

#### *Estructura de la inversión*

CONCEPTO	VALOR
INVERSIÓN FIJA	\$95,508.44
CAPITAL DE TRABAJO	\$7836,84
<b>TOTAL</b>	<b>\$103,345.28</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La autora

#### 5.2 Financiamiento

##### 5.2.1 Estructura del financiamiento

El Paradero Turístico “TURICHOTA” con la finalidad de cubrir las inversiones se financiará de fuentes internas y externas; es decir, se aportará en forma personal el 40% y la diferencia entre este aporte y la inversión total del proyecto se financiará a través de un crédito de una institución financiera, de la siguiente manera:



*Cuadro N° 55**Estructura del financiamiento*

CONCEPTO	VALOR	%
INVERSIÓN PROPIA	\$41,338.11	40%
INVERSIÓN FINANCIADA	\$62,007.17	60%
<b>TOTAL</b>	<b>\$103,345.28</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuadros estadísticos N° 46, 47,52  
 Elaborado por: La autora

**5.2.2 Tabla de amortización del crédito**

El tiempo del crédito al cual se accederá en la Corporación Financiera Nacional para completar la inversión para implementar el proyecto será de 10 años como se detalla a continuación:

Formula:

$$R = P[(i(1+i)^n)/((1+i)^n-1)]$$

Donde:

R = renta (cuota)

P = principal (préstamo adquirido)

i = tasa de interés

n = número de periodos

**Aplicación de formula**

$$R = 62007,17[(0,09(1+0,09)^{10})/((1+0,09)^{10}-1)]$$

R= 9661,96

**Cuadro N° 56**

**Tabla de amortización**

<b>CAPITAL</b>	62007,17
<b>PERIODO</b>	10 AÑOS
<b>TASA</b>	9%
<b>VALOR</b>	\$9,661.96

<b>N</b>	<b>VP</b>	<b>INTERES</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>	<b>DEUDA POR PAGAR</b>
				62,007.17
1	9,661.96	5,580.65	4,081.32	57,925.85
2	9,661.96	5,213.33	4,448.64	53,477.21
3	9,661.96	4,812.95	4,849.01	48,628.20
4	9,661.96	4,376.54	5,285.42	43,342.78
5	9,661.96	3,900.85	5,761.11	37,581.66
6	9,661.96	3,382.35	6,279.61	31,302.05
7	9,661.96	2,817.18	6,844.78	24,457.27
8	9,661.96	2,201.15	7,460.81	16,996.47
9	9,661.96	1,529.68	8,132.28	8,864.19
10	9,661.96	797.78	8,864.19	0.00

Fuente: CFN

Elaborado por: La autora

### **5.3 Proyección de ingresos**

Para el presupuesto se tomó en cuenta todos los servicios que el Paradero Turístico va a brindar a sus clientes tales como: hospedaje, restaurante, área deportiva, bazar y área de uso múltiple, considerando que el paradero va a cubrir el 40% de la demanda potencial a satisfacer.

### 5.3.1 Proyección de clientes

*Cuadro N° 57*

*Proyección de servicios*

SERVICIO		VISIT. AÑO 1	VISIT. AÑO 2	VISIT. AÑO 3	VISIT. AÑO 4	VISIT. AÑO 5	VISIT. AÑO 6	VISIT. AÑO 7	VISIT. AÑO 8	VISIT. AÑO 9	VISIT. AÑO 10
PAQUETE BÁSICO		210	229	250	272	296	323	352	384	418	456
PAQUETE INTERMEDIO		215	234	255	278	303	331	361	393	428	467
PAQUETE COMPLETO		180	196	214	233	254	277	302	329	359	391
DEPORTES	RAFTING	81	88	96	105	114	125	136	148	161	176
	CANOTAJE	70	76	83	91	99	108	117	128	139	152
PLATOS TÍPICOS Y A LA CARTA		360	392	428	466	508	554	604	658	717	782
<b>TOTAL</b>		<b>1116</b>	<b>1216</b>	<b>1326</b>	<b>1445</b>	<b>1575</b>	<b>1717</b>	<b>1872</b>	<b>2040</b>	<b>2224</b>	<b>2424</b>

## SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

GUIA TURÍSTICA POR LAS COMUNIDADES DEL VALLE DEL CHOTA EN GRUPOS DE 30 PAX.	240	262	285	311	339	369	403	439	478	521
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

## ARRENDAMIENTO

ALQUILER AREA DE BAZAR A LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4
ALQUILER AREA DE USO MÚLTIPLE (EVENTOS)	204	222	242	264	288	314	342	373	406	443
<b>TOTAL</b>	<b>206</b>	<b>224</b>	<b>244</b>	<b>267</b>	<b>291</b>	<b>317</b>	<b>345</b>	<b>377</b>	<b>410</b>	<b>447</b>

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La autora

### 5.3.2 Proyección de precios

*Cuadro N° 58*

*Proyección de precios*

SERVICIO		PRECIOS AÑO 1	PRECIOS AÑO 2	PRECIOS AÑO 3	PRECIOS AÑO 4	PRECIOS AÑO 5	PRECIOS AÑO 6	PRECIOS AÑO 7	PRECIOS AÑO 8	PRECIOS AÑO 9	PRECIOS AÑO 10
PAQUETE BÁSICO		10	10	11	11	11	12	12	12	13	13
PAQUETE INTERMEDIO		20	21	21	22	23	23	24	25	26	27
PAQUETE COMPLETO		32	33	34	35	36	38	39	40	41	43
DEPORTES	RAFTING	9	9	10	10	10	11	11	11	12	12
	CANOTAJE	9	9	10	10	10	11	11	11	12	12
PLATOS TÍPICOS Y A LA CARTA		8	8	9	9	9	9	10	10	10	11
<b>TOTAL</b>		<b>88.00</b>	<b>90.84</b>	<b>93.78</b>	<b>96.81</b>	<b>99.93</b>	<b>103.16</b>	<b>106.49</b>	<b>109.93</b>	<b>113.48</b>	<b>117.15</b>

## SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

GUIA TURÍSTICA POR LAS COMUNIDADES DEL VALLE DEL CHOTA EN GRUPOS DE 30 PAX	150	155	160	165	170	176	182	187	193	200
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

## ARRENDAMIENTO

ALQUILER AREA DE BAZAR A LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR	960	991	1023	1056	1090	1125	1162	1199	1238	1278
ALQUILER AREA DE USO MÚLTIPLE (EVENTOS)	200	206	213	220	227	234	242	250	258	266
<b>TOTAL</b>	<b>1160</b>	<b>1197</b>	<b>1236</b>	<b>1276</b>	<b>1317</b>	<b>1360</b>	<b>1404</b>	<b>1449</b>	<b>1496</b>	<b>1544</b>

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La autora

### 5.3.3 Proyección de ingresos por venta

*Cuadro N° 59*

*Proyección de ingresos por venta*

SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
PAQUETE BÁSICO	210	229	250	272	296	323	352	384	418	456
PRECIO	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>13</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2100</b>	<b>2362.93</b>	<b>2658.79</b>	<b>2991.69</b>	<b>3366.27</b>	<b>3787.75</b>	<b>4262.00</b>	<b>4795.64</b>	<b>5396.08</b>	<b>6071.71</b>
PAQUETE INTERMEDIO	215	234	255	278	303	331	361	393	428	467
PRECIO	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4300</b>	<b>4838.39</b>	<b>5444.19</b>	<b>6125.84</b>	<b>6892.84</b>	<b>7755.87</b>	<b>8726.96</b>	<b>9819.64</b>	<b>11049.12</b>	<b>12432.55</b>
PAQUETE COMPLETO	180	196	214	233	254	277	302	329	359	391
PRECIO	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>35</b>	<b>36</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>43</b>
<b>TOTAL</b>	<b>5760</b>	<b>6481.19</b>	<b>7292.68</b>	<b>8205.78</b>	<b>9233.20</b>	<b>10389.26</b>	<b>11690.07</b>	<b>13153.75</b>	<b>14800.69</b>	<b>16653.84</b>
DEPORTE	RAFTING	81	88	96	105	114	125	136	148	176
	PRECIO	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>729</b>	<b>820.28</b>	<b>922.98</b>	<b>1038.54</b>	<b>1168.58</b>	<b>1314.89</b>	<b>1479.52</b>	<b>1664.77</b>	<b>1873.21</b>
	CANOTAJE	70	76	83	91	99	108	117	128	152
	PRECIO	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>12</b>



	<b>TOTAL</b>	<b>630</b>	<b>708.88</b>	<b>797.64</b>	<b>897.51</b>	<b>1009.88</b>	<b>1136.33</b>	<b>1278.60</b>	<b>1438.69</b>	<b>1618.83</b>	<b>1821.51</b>
PLATOS TÍPICOS Y A LA CARTA	360	392	428	466	508	554	604	658	717	782	
PRECIO	8	8	9	9	9	9	10	10	10	11	
<b>TOTAL</b>	<b>2880</b>	<b>3240.59616</b>	<b>3646.34</b>	<b>4102.89</b>	<b>4616.60</b>	<b>5194.63</b>	<b>5845.03</b>	<b>6576.87</b>	<b>7400.34</b>	<b>8326.92</b>	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>16399</b>	<b>18452.27</b>	<b>20762.62</b>	<b>23362.25</b>	<b>26287.37</b>	<b>29578.73</b>	<b>33282.19</b>	<b>37449.36</b>	<b>42138.28</b>	<b>47414.28</b>	

### PROYECCIÓN OTROS INGRESOS

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	PRECIO AÑO 1	PRECIO AÑO 2	PRECIO AÑO 3	PRECIO AÑO 4	PRECIO AÑO 5	PRECIO AÑO 6	PRECIO AÑO 7	PRECIO AÑO 8	PRECIO AÑO 9	PRECIO AÑO 10
GUIA TURÍSTICA	240	262	285	311	339	369	403	439	478	521
PRECIO	150	155	160	165	170	176	182	187	193	200
<b>TOTAL</b>	<b>36000</b>	<b>40507.45</b>	<b>45579.27</b>	<b>51286.11</b>	<b>57707.49</b>	<b>64932.87</b>	<b>73062.92</b>	<b>82210.91</b>	<b>92504.30</b>	<b>104086.48</b>

ARRENDAMIENTO	PRECIO AÑO 1	PRECIO AÑO 2	PRECIO AÑO 3	PRECIO AÑO 4	PRECIO AÑO 5	PRECIO AÑO 6	PRECIO AÑO 7	PRECIO AÑO 8	PRECIO AÑO 9	PRECIOS AÑO 10
ALQUILER ÁREA BAZAR	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4
PRECIO	960	991	1023	1056	1090	1125	1162	1199	1238	1278
<b>TOTAL</b>	<b>1920</b>	<b>2160.40</b>	<b>2430.89</b>	<b>2735.26</b>	<b>3077.73</b>	<b>3463.09</b>	<b>3896.69</b>	<b>4384.58</b>	<b>4933.56</b>	<b>5551.28</b>
ALQUILER ÁREA DE USO MÚLTIPLE	204	222	242	264	288	314	342	373	406	443

PRECIO	200	206	213	220	227	234	242	250	258	266
<b>TOTAL</b>	<b>40800</b>	<b>45908.45</b>	<b>51656.50</b>	<b>58124.26</b>	<b>65401.82</b>	<b>73590.59</b>	<b>82804.65</b>	<b>93172.37</b>	<b>104838.20</b>	<b>117964.68</b>

<b>TOTAL OTROS INGRESOS</b>	<b>78720</b>	<b>88576.30</b>	<b>99666.67</b>	<b>112145.63</b>	<b>126187.05</b>	<b>141986.55</b>	<b>159764.26</b>	<b>179767.87</b>	<b>202276.06</b>	<b>227602.44</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>95119</b>	<b>107028.56</b>	<b>120429.29</b>	<b>135507.88</b>	<b>152474.42</b>	<b>171565.28</b>	<b>193046.45</b>	<b>217217.22</b>	<b>244414.34</b>	<b>275016.72</b>

**Fuente:** Inv. Mercado

**Elaborado por:** La autora

## 5.4 Proyección de egresos

### 5.4.1 Presupuesto de costos

*Cuadro N° 60*

*MOD con rol de pagos*

CANTIDAD	CARGO	SUELDO	TOTAL	12,15% IESS	FONDOS RESERVA.	13 SUELDO	14 SUELDO	VACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	JEFE DE COCINA	400.00	400.00	48.60	33.32	33.33	28.33	16.67	560.25	6,723.04
1	AYUDANTE DE COCINA	340.00	340.00	41.31	28.32	28.33	28.33	14.17	480.47	5,765.58
	<b>TOTAL</b>	<b>740.00</b>	<b>740.00</b>	<b>89.91</b>	<b>61.64</b>	<b>61.67</b>	<b>56.67</b>	<b>30.83</b>	<b>1,040.72</b>	<b>12,488.62</b>

*Cuadro N° 61**MOD con factura*

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	HONORARIO SEMANAL	HONORARIO MENSUAL	HONORARIO ANUAL
1	MESEROS	40.00	160.00	1,920.00
1	OPERADOR DE SERVICIOS	40.00	160.00	1,920.00
1	CAMARERA	40.00	160.00	1,920.00
1	GRUPO DE DANZA	80.00	320.00	3,840.00
1	GRUPO DE BOMBA	150.00	600.00	7,200.00
	<b>TOTAL</b>	<b>350.00</b>	<b>1,400.00</b>	<b>16,800.00</b>

*Cuadro N° 62**Alimentación*

<b>COMPRA ALIMENTOS</b>	
Arroz	92.00
Yuca	75.00
Guandul	63.00
Camote	72.00
Frutas	94.00
Plátano Verde	75.00
Huevos	50.00
Pollo	165.00
Carne	175.00
Papas	72.00
Azúcar	72.00
Leche	28.00
Condimentos	30.00
Verduras	55.00
Pan	40.00
Imprevistos	25.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>1,183.00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>14,196.00</b>

*Cuadro N° 63**Gastos varios*

<b>GASTOS VARIOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>CIF</b>	<b>GASTO ADM</b>
ENERGIA ELECTRICA	60.00	54.00	6.00
AGUA POTABLE	50.00	45.00	5.00
TV CABLE	30.00	27.00	3.00
INTERNET	45.00	40.50	4.50
TELEFONO	50.00	45.00	5.00
SUMINISTROS DE OFICINA	60.00		60.00
UTILES DE ASEO	200.00		200.00
PUBLICIDAD	250.00		250.00
TOTAL MENSUAL	745.00	211.50	533.50
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>8,940.00</b>	<b>2538.00</b>	<b>6402.00</b>



### 5.4.2 Presupuesto de gastos

*Cuadro N° 65*

*Gasto personal administrativo rol de pagos*

CANTIDAD	CARGO	SUELDO	TOTAL	12,15% IESS	F.R.	13 SUELDO	14 SUELDO	VAC.	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	GERENTE- ADMINISTRADOR	700.00	700.00	85.05	58.31	58.33	28.33	29.17	959.19	11,510.32
1	CAJERA- RECEPCIONISTA	340.00	340.00	41.31	28.32	28.33	28.33	14.17	480.47	5,765.58
1	GUARDIA	340.00	340.00	41.31	28.32	28.33	28.33	14.17	480.47	5,765.58
	<b>TOTAL</b>	<b>1,380.00</b>	<b>1,380.00</b>	<b>167.67</b>	<b>114.95</b>	<b>115.00</b>	<b>85.00</b>	<b>57.50</b>	<b>1,920.12</b>	<b>23,041.49</b>

*Cuadro N° 66**Gasto personal administrativo con factura*

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	HONORARIO MENSUAL
1	CONTADOR	350.00
	<b>TOTAL</b>	<b>350.00</b>

*Cuadro N° 67**Gastos varios*

GASTOS VARIOS	VALOR
ENERGIA ELECTRICA	6.00
AGUA POTABLE	5.00
TV CABLE	3.00
INTERNET	4.50
TELEFONO	5.00
SUMINISTROS DE OFICINA	60.00
UTILES DE ASEO	200.00
PUBLICIDAD	250.00
TOTAL MENSUAL	533.50
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>6402.00</b>



*Cuadro N° 68**Presupuesto de gastos administrativos*

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
PERSONAL ADMINISTRATIVO	27,241.49	29,723.19	32,430.97	35,385.43	38,609.04	42,126.33	45,964.04	50,151.36	54,720.15	59,705.15
GASTOS VARIOS	6,402.00	6,608.78	6,822.25	7,042.61	7,270.08	7,504.91	7,747.32	7,997.55	8,255.87	8,522.54
<b>TOTAL</b>	<b>33,643.49</b>	<b>36,331.97</b>	<b>39,253.22</b>	<b>42,428.04</b>	<b>45,879.13</b>	<b>49,631.23</b>	<b>53,711.35</b>	<b>58,148.91</b>	<b>62,976.02</b>	<b>68,227.69</b>

## 5.5 Depreciación

### Cuadro N° 69

#### Depreciación anual

<b>ACTIVOS FIJOS</b>											
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Terreno	\$7,921.76										
Infraestructura (Edificio)	\$60,022.00	\$3,001.10	\$3,001.10	\$3,001.10	\$3,001.10	\$3,001.10	\$3,001.10	\$3,001.10	\$3,001.10	\$3,001.10	\$3,001.10
Equipamiento	\$6,339.20	\$633.92	\$633.92	\$633.92	\$633.92	\$633.92	\$633.92	\$633.92	\$633.92	\$633.92	\$633.92
Equipo de computación	\$1540.00	\$513.33	\$513.33	\$513.33							
Muebles y enseres	\$14,882.98	\$1,488.30	\$1,488.30	\$1,488.30	\$1,488.30	\$1,488.30	\$1,488.30	\$1,488.30	\$1,488.30	\$1,488.30	\$1,488.30
Menaje	\$4,802.50	\$480.25	\$480.25	\$480.25	\$480.25	\$480.25	\$480.25	\$480.25	\$480.25	\$480.25	\$480.25
<b>TOTAL</b>	<b>\$95,508.44</b>	<b>\$6,116.90</b>	<b>\$6,116.90</b>	<b>\$6,116.90</b>	<b>\$5,603.57</b>	<b>\$5,603.57</b>	<b>\$5,603.57</b>	<b>\$5,603.57</b>	<b>\$5,603.57</b>	<b>\$5,603.57</b>	<b>\$5,603.57</b>

<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	\$95,508.44
<b>DEP. ACUMULADA</b>	\$57,575.68
<b>VALOR DE RESCATE</b>	\$37,932.76

Las depreciaciones fueron realizadas de acuerdo a la NIC 16, la cual menciona: “La entidad elegirá como política contable el modelo del costo o el modelo de revaluación, y aplicará esa política a todos los elementos que compongan una clase de propiedades, planta y equipo”.

Los activos fijos se depreciaran de acuerdo a lo siguiente:

***Cuadro N° 70***

***Activos fijos se deprecian de acuerdo a:***

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>
Edificio	20
Equipamiento	10
Equipo de computación	3
Muebles y enseres	10
Menaje	10

**5.6. Estados financieros proforma**

Los estados permiten evaluar la situación económica y financiera del negocio, lo cual permite tomar decisiones adecuadas para la implementación y desarrollo de las actividades del paradero turístico.

### 5.6.1. Estado de situación financiera proforma

También denominado como Balance de Arranque, Presenta la situación financiera y económica del proyecto, de manera estimada, registrando fuentes de capital, activos fijos y el patrimonio con que se cuenta para iniciar la actividad, se detalla a continuación:

#### Cuadro N° 71

#### Balance de situación financiera

BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA PARADERO TURÍSTICO "TURICHOTA" Cía. Ltda. BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 01 DE ENERO DEL AÑO XXXX (Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	7,836.84	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
Capital de trabajo	7,836.84		-
Sueldo a personal	4,710.84	TOTAL	
Servicios básicos	235.00		
Gastos generales	260.00	<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	62,007.17
Gastos de venta	250.00	Obligaciones con Ifis	62,007.17
Gastos de funcionamiento	2,381.00	Oligación Largo Plazo	62,007.17
		Crédito bancario	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	95,508.44	<b>TOTAL PASIVO</b>	62,007.17
Propiedad del Proyecto	95,508.44		
TERRENO	7,921.76	<b>PATRIMONIO</b>	41,338.11
EDIFICIO	60,022.00	Inversión propia	41,338.11
EQUIPAMIENTO	6,339.20	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	41,338.11
EQUIPO DE COMPUTO	1,540.00		
MUEBLES Y ENSERES	14,882.98		
MENAJE	4,802.50		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>103,345.28</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>103,345.28</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: La autora

### 5.6.2. Estado de resultados proyectado

El estado proyectado muestra la gestión que se realizará en el paradero turístico, para determinar utilidades o pérdidas al término de un año económico.

#### *Cuadro N° 72*

#### *Estado de resultados proforma*

<b>PARADERO TURÍSTICO "TURICHOTA" Cía. Ltda.</b>										
<b>ESTADOO DE RESULTADOS PROFORMA</b>										
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DEL XXXX</b>										
<b>(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)</b>										
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
UTILIDAD NETA PROYECTADA										
VENTAS	16,399.00	18,452.27	20,762.62	23,362.25	26,287.37	29,578.73	33,282.19	37,449.36	42,138.28	47,414.28
OTROS INGRESOS	78,720.00	88,576.30	99,666.67	112,145.63	126,187.05	141,986.55	159,764.26	179,767.87	202,276.06	227,602.44
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>95,119.00</b>	<b>107,028.56</b>	<b>120,429.29</b>	<b>135,507.88</b>	<b>152,474.42</b>	<b>171,565.28</b>	<b>193,046.45</b>	<b>217,217.22</b>	<b>244,414.34</b>	<b>275,016.72</b>

(-) COSTOS OPERATIVOS										
COSTOS VARIABLES PROYECTO	46,022.62	49,231.33	52,700.56	56,453.03	60,513.48	64,908.88	69,668.61	74,824.69	80,412.03	86,468.68
<b>TOTAL COSTOS OPERATIVOS</b>	<b>46,022.62</b>	<b>49,231.33</b>	<b>52,700.56</b>	<b>56,453.03</b>	<b>60,513.48</b>	<b>64,908.88</b>	<b>69,668.61</b>	<b>74,824.69</b>	<b>80,412.03</b>	<b>86,468.68</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>49,096.38</b>	<b>57,797.24</b>	<b>67,728.73</b>	<b>79,054.85</b>	<b>91,960.93</b>	<b>106,656.40</b>	<b>123,377.84</b>	<b>142,392.53</b>	<b>164,002.30</b>	<b>188,548.05</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	33,643.49	36,331.97	39,253.22	42,428.04	45,879.13	49,631.23	53,711.35	58,148.91	62,976.02	68,227.69
(-) DEPRECIACIÓN	6,116.90	6,116.90	6,116.90	5,603.57	5,603.57	5,603.57	5,603.57	5,603.57	5,603.57	5,603.57

<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>9,335.99</b>	<b>15,348.37</b>	<b>22,358.61</b>	<b>31,023.24</b>	<b>40,478.24</b>	<b>51,421.59</b>	<b>64,062.92</b>	<b>78,640.05</b>	<b>95,422.71</b>	<b>114,716.78</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	5,580.65	5,213.33	4,812.95	4,376.54	3,900.85	3,382.35	2,817.18	2,201.15	1,529.68	797.78
<b>UTILIDAD ANTES DE OBLIGACIONES</b>	<b>3,755.34</b>	<b>10,135.04</b>	<b>17,545.66</b>	<b>26,646.71</b>	<b>36,577.39</b>	<b>48,039.25</b>	<b>61,245.74</b>	<b>76,438.89</b>	<b>93,893.03</b>	<b>113,919.01</b>
(-)15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	563.30	1,520.26	2,631.85	3,997.01	5,486.61	7,205.89	9,186.86	11,465.83	14,083.95	17,087.85
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA</b>	<b>3,192.04</b>	<b>8,614.78</b>	<b>14,913.81</b>	<b>22,649.70</b>	<b>31,090.78</b>	<b>40,833.36</b>	<b>52,058.88</b>	<b>64,973.06</b>	<b>79,809.08</b>	<b>96,831.16</b>
(-) 22% IMPUESTO RENTA	702.25	1,895.25	3,281.04	4,982.93	6,839.97	8,983.34	11,452.95	14,294.07	17,558.00	21,302.85
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>2,489.79</b>	<b>6,719.53</b>	<b>11,632.77</b>	<b>17,666.77</b>	<b>24,250.81</b>	<b>31,850.02</b>	<b>40,605.93</b>	<b>50,678.99</b>	<b>62,251.08</b>	<b>75,528.30</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora



<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>8,606.69</b>	<b>12,836.43</b>	<b>17,749.68</b>	<b>23,270.33</b>	<b>29,854.38</b>	<b>37,453.59</b>	<b>46,209.49</b>	<b>56,282.55</b>	<b>67,854.65</b>	<b>119,064.63</b>
EGRESOS											
PAGO DEL CAPITAL		4,081.32	4,448.64	4,849.01	5,285.42	5,761.11	6,279.61	6,844.78	7,460.81	8,132.28	8,864.19
ADQUISICIÓN NUEVOS ACT FIJOS					-	-					
CAPITAL DE TRABAJO											7,836.84
<b>TOTAL EGRESOS</b>		4,081.32	4,448.64	4,849.01	5,285.42	5,761.11	6,279.61	6,844.78	7,460.81	8,132.28	16,701.03
<b>FLUJO NETO</b>		<b>4,525.38</b>	<b>8,387.80</b>	<b>12,900.66</b>	<b>17,984.91</b>	<b>24,093.26</b>	<b>31,173.97</b>	<b>39,364.72</b>	<b>48,821.75</b>	<b>59,722.37</b>	<b>102,363.60</b>
ING DEFLACTADOS		7,677.16	10,213.46	12,597.47	14,731.93	16,858.90	18,865.96	20,762.56	22,557.33	24,258.16	37,968.66
EGRESOS DEFLACTADOS		3,640.53	3,539.61	3,441.49	3,346.08	3,253.33	3,163.14	3,075.45	2,990.20	2,907.30	5,325.81

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La autora



## 5.7 Evaluación financiera

### 5.7.1 Costo de capital

Para un proyecto la tasa de redescuento es lo mínimo que debe generar un proyecto, los porcentajes de las tasas de ponderación se obtuvieron de la Corporación Financiera Nacional.

#### *Cuadro N° 74*

#### *Costo de capital*

<b>COSTO DE CAPITAL</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>TASA</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
INVERSION PROPIA	41,338.11	40%	8%	3.20%
INVERSION FINANCIERA	62,007.17	60%	9%	5.40%
<b>TOTAL</b>	103,345.28	100%		8.60%

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: La autora

### 5.7.2 Tasa de rendimiento medio

Está calculada por la inflación anual del país.

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK})(1 + \text{INF}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,086)(1 + 0,0323) - 1$$

$$\text{TRM} = 0,12107$$

$$\text{TRM} = 0,12107 \times 100$$

$$\text{TRM} = \mathbf{12.11\%}$$

### 5.7.3 Cálculo del valor actual neto (VAN)

Es la suma de todos los flujos de efectivo mencionados en los años proyectados y restar la inversión inicial, si el resultado de esta operación es igual o superior a cero debe aceptarse el proyecto.

**VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS – INVERSIÓN INICIAL**

$$\text{VAN} = \frac{\text{FE 1}}{(1+r)^1} + \frac{\text{FE 2}}{(1+r)^2} + \frac{\text{FE 3}}{(1+r)^3} + \frac{\text{FE 4}}{(1+r)^4} + \frac{\text{FE 5}}{(1+r)^5} + \frac{\text{FE 6}}{(1+r)^6} + \frac{\text{FE 7}}{(1+r)^7} + \frac{\text{FE 8}}{(1+r)^8} + \frac{\text{FE 9}}{(1+r)^9} + \frac{\text{FE 10}}{(1+r)^{10}} - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$\text{VAN} = \frac{4525,38}{(1+0,1211)^1} + \frac{8387,80}{(1+0,1211)^2} + \frac{12900,66}{(1+0,1211)^3} + \frac{17984,91}{(1+0,1211)^4} + \frac{24093,26}{(1+0,1211)^5} + \frac{31173,97}{(1+0,1211)^6} + \frac{39364,72}{(1+0,1211)^7} + \frac{48821,75}{(1+0,1211)^8} + \frac{59722,37}{(1+0,1211)^9} + \frac{102363,60}{(1+0,1211)^{10}} - 103345,28$$

$$\text{VAN} = 151808,64 - 103345,28$$

$$\text{VAN} = \mathbf{48463,36}$$

En vista que el VAN 48463,36 > 0, se puede decir que el proyecto es potencialmente aceptable.

### 5.7.4 Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)

Para este cálculo debemos obtener el VAN positivo y el VAN negativo, procedimiento que nos permitirá identificar la tasa interna de retorno.

#### Cuadro N° 75

#### TIR automatizado

#### TIR

#### AUTOMATIZADO

INV. INICIAL	FLUJO CAJA 1	FLUJO CAJA 2	FLUJO CAJA 3	FLUJO CAJA 4	FLUJO CAJA 5	FLUJO CAJA 6	FLUJO CAJA 7	FLUJO CAJA 8	FLUJO CAJA 9	FLUJO CAJA 10
-103345.28	4,525.38	8,387.80	12,900.66	17,984.91	24,093.26	31,173.97	39,364.72	48,821.75	59,722.37	102,363.60

18.70% TIR

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La autora

La tasa interna de retorno que se obtuvo del cálculo, muestra la rentabilidad del proyecto con una tasa del 18,70% positiva y debido que dicha tasa supera a la tasa pasiva vigente en el sistema financiero, se puede manifestar que el proyecto es viable.

### 5.7.5 Periodo de recuperación

#### Cuadro N° 76

#### Recuperación de la inversión valor corriente

AÑO	FCN	RECUPERACIÓN
1	4,525.38	
2	8,387.80	12,913.17
3	12,900.66	25,813.83
4	17,984.91	43,798.74
5	24,093.26	67,892.01
6	31,173.97	99,065.98
7	39,364.72	138,430.70
8	48,821.75	187,252.44
9	59,722.37	246,974.81
10	102,363.60	349,338.41

Fuente: Estudio financiero  
Elaborado por: La autora

$$PR = 103345,28 - 99065,98$$

$$PR = 4279,30$$

#### REGLA DE TRES

$$39364,72 \quad 1$$

$$4279,30 \quad X \quad = \mathbf{0.11}$$

$$PR = 6,11 \text{ Años}$$

El periodo de recuperación de la inversión es de seis años con un mes.

**Cuadro N° 77****Recuperación de la inversión valor real**

AÑO	FCN	DEFLACTOR	VALOR DEFLACTADO	RECUPERACIÓN
1	4,525.38	(1,0323)^1	4383.78	
2	8,387.80	(1,0323)^2	7871.11	12254.89
3	12,900.66	(1,0323)^3	11727.20	23982.09
4	17,984.91	(1,0323)^4	15837.42	39819.51
5	24,093.26	(1,0323)^5	20552.56	60372.07
6	31,173.97	(1,0323)^6	25760.64	86132.71
7	39,364.72	(1,0323)^7	31511.25	117643.96
8	48,821.75	(1,0323)^8	37858.72	155502.68
9	59,722.37	(1,0323)^9	44862.52	200365.20
10	102,363.60	(1,0323)^10	74488.00	274853.20

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La autora

$$PR = 103345,28 - 86132,71$$

$$PR = 17212,57$$

El valor calculado del Costo – Beneficio significa que por cada dólar de inversión se recupera 3,38 dólares.

**REGLA DE TRES**

$$31511,25 \quad 1$$

$$17212,57 \quad X \quad = 0.55$$

PR= 6,55 Años

El periodo de recuperación de la inversión es de seis años con cinco meses.

### 5.7.6 Costo-Beneficio

El costo-beneficio refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y gastos.

#### Cuadro N° 78

#### Cálculo del costo-beneficio

AÑOS	INGRESOS DEFLACTADOS	EGRESOS DEFLECTADOS	FLUJO NETO
1	7,677.16	3,640.53	4036.6292
2	10,213.46	3,539.61	6673.8487
3	12,597.47	3,441.49	9155.9783
4	14,731.93	3,346.08	11385.845
5	16,858.90	3,253.33	13605.574
6	18,865.96	3,163.14	15702.82
7	20,762.56	3,075.45	17687.109
8	22,557.33	2,990.20	19567.137
9	24,258.16	2,907.30	21350.853
10	37,968.66	5,325.81	32642.848
<b>TOTAL</b>	<b>186491.6</b>	<b>34682.94</b>	<b>151808.6</b>

$$\diamond \text{ COSTO-BENEFICIO} = \frac{\Sigma \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\Sigma \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{COSTO} - \text{BENEFICIO} = \frac{186491,60}{34682,94}$$

$$\text{COSTO} - \text{BENEFICIO} = 5,38$$

El valor calculado del Costo – Beneficio significa que los ingresos son 5,38 veces más que los egresos.

$$\text{❖ TASA DE RENDIMIENTO COSTO - BENEFICIO} = \frac{\Sigma \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$\text{TRCB} = \frac{186491,60}{103345,28}$$

$$\text{TRCB} = 1,80$$

El valor calculado del Costo – Beneficio significa que por cada dólar de inversión se recibe 1,80 dólares.

### 5.7.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se calcula en base a la siguiente formula:

$$\text{PE} = (\text{INVERSIÓN FIJA} + \text{CF}) / \text{MC}$$

En donde:

PE = Punto de Equilibrio

CF= Costos fijos

MC= Margen de Contribución

$$\text{PE} = (95508,44 + 33643,49) / (88 - 29,49)$$

$$\text{PE} = 2206$$

El punto de equilibrio se obtiene con 2206 turistas.

### 5.7.8 Análisis de la bondad del proyecto

*Cuadro N° 79*

*Resumen de la evaluación*

EVALUADOR	VALOR	NIVEL
VAN	48463.36	BAJO
TIR	18.70%	BAJO
PUNTO DE EQUILIBRIO	2206	BAJO
BENEFICIO COSTO	5.38	ALTO
TASA DE RENDIMIENTO BENEFICIO COSTO	1.80	MEDIO
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CORRIENTE	6.11	MEDIO
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN REAL	6.55	MEDIO

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado por:** La autora

Los evaluadores del proyecto muestran que es rentable, debido a que el beneficio costo es alto y la tasa de rendimiento medio es adecuada, además porque el TIR muestra un escenario conservador pues es de 6.59 puntos sobre el TRM, sin embargo el punto de equilibrio se consigue en el año 6 y por ende la recuperación de la inversión es lenta.



## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

#### 6.1 Nombre o razón social

El paradero turístico estará ubicado en la comunidad del Chota y su razón social será “TURICHOTA” Cía. Ltda.

#### 6.2 Imagen corporativa

##### 6.2.1 Logotipo

*Gráfico N° 42*

*Logotipo del paradero turístico*



**Elaborado por:** La autora

El logotipo, está conformado por una cabaña típica de color café que representa la tierra, constancia, sencillez y confianza; las siglas PCH, que tiene relación con el nombre de la empresa Paradero Turístico Turichota, con sus colores que significa la riqueza de la naturaleza con la que cuenta la zona del valle del Chota y el color negro del slogan representa la elegancia.

### **6.2.2 Isotipo**

#### ***Gráfico N° 43***

#### ***Isotipo***



El isotipo, esta formado de materiales tradicionales como paja, madera; el cual, representa una figura antigua de como eran las casas de los antepasados en la comunidad del Chota.

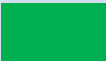



### **6.2.3 Slogan**

Cultura, tradición y deleite

## 6.2.4 Colores de la marca

### *Cuadro N° 80*

#### *Colores de la marca*

SIGNIFICADO DE LOS COLORES	
<b>VERDE</b> 	Abundancia de la naturaleza, descanso, equilibrio, armonía y estabilidad.
<b>CAFE</b> 	Representa la sabiduría, el color de la tierra, la sencillez, confianza y amabilidad.
<b>NEGRO</b> 	Negro silencio, elegancia, poder, el infinito y la fuerza pasiva femenina y misteriosa.
<b>AMARILLO</b> 	Calor cálido, y riqueza.

Elaborado por: La autora

## 6.3 Misión

“TURICHOTA”, es una compañía limitada que ofrece servicios de alojamiento, gastronomía, deportes de aventura, música y danza afrochoteña, con el propósito de dar a conocer la cultura a nivel nacional e internacional.

## **6.4 Visión**

En el año 2017 “TURICHOTA”, desea alcanzar en posicionamiento en el mercado turístico, por la calidad de los servicios que brinda obteniendo prestigio y reconocimiento a nivel nacional e internacional.

## **6.5 Objetivos**

### **6.5.1 Objetivo general**

Difundir la cultura afrochoteña, mediante la prestación de servicios turísticos; para mejorar la calidad de vida de población.

### **6.5.2 Objetivos específicos**

- ❖ Estructurar el proyecto con una administración ágil y moderna que responda a las exigencias del mercado.
- ❖ Brindar calidad y calidez en la oferta de servicios turísticos.
- ❖ Elaborar menús tradicionales utilizando insumos propios de la localidad.
- ❖ Mantener y rescatar las tradiciones culturales y ancestrales de la comunidad del Chota.

## **6.6 Valores y principios**

- ❖ **JUSTICIA:** Hacia nuestro personal, tanto en el trato como en la asignación de actividades a realizar, dependiendo éstas de la capacidad de cada uno de ellos.

- ❖ **CONFIANZA:** En los servicios que ofrecemos nuestros clientes para así lograr su satisfacción.
- ❖ **COMPROMISO:** Con el medio ambiente, clientes y sociedad en general al cumplir con las normas establecidas.
- ❖ **RESPONSABILIDAD:** Cumplir con los compromisos y obligaciones adquiridas con una persona, empresa o institución, grupo o sociedad, dando respuestas adecuadas a lo que se espera, yendo más allá de la obligación estricta y asumiendo las consecuencias de los actos, resultado de las decisiones que toma o acepta y estar dispuesto a rendir cuenta de estos.
- ❖ **HONESTIDAD:** Trabajo con honestidad, equidad y transparencia reflejada día a día en cuanto a la elaboración del producto y cada uno de los empleados de la misma.
- ❖ **CREATIVIDAD:** La capacidad de crear nuevas ideas, proyectos para beneficio del paradero.
- ❖ **ÉTICA:** Elaborar todas y cada una de las actividades dentro del paradero enfocados en el cliente, con transparencia y rectitud, siendo justo en cada decisión que se presente.
- ❖ **CALIDAD:** En el desempeño administrativo, organizacional ya que esto se refleja en el producto y en la satisfacción del cliente.

## 6.7. Organigrama

*Gráfico N° 44*

*Organigrama estructural*



Elaborado por: La autora

## 6.8 Descripción de perfiles y funciones del personal

El análisis de cargos es indispensable ya que luego de conocer el organigrama debemos conocer funciones, requerimientos mínimos y demás aspectos de los cargos que se van a crear con el paradero.

## ❖ REQUERIMIENTOS DE PERSONAL DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

*Cuadro N° 81**Requerimientos de personal del área administrativa*

<p><b>I. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b></p> <p><u>Gerente-Administrador</u>  <b>Departamento:</b> Administrativo  <b>Salario:</b> USD. 700  <b>Objetivo del cargo:</b> Optimizar y organizar de manera eficiente y eficaz los recursos del paradero.</p>
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Representar a la organización tanto en lo legal como en lo administrativo.</li> <li>❖ Establecer todos los mecanismos de funcionamiento administrativo y de recursos humanos necesarios para que las unidades técnicas reciban todo el apoyo y soporte de servicios logísticos que necesiten.</li> <li>❖ Responsabilizarse de las tareas administrativas y logísticas del paradero.</li> <li>❖ Desarrollar, conjuntamente con los colaboradores, un plan estratégico y velar para cumplirlo.</li> <li>❖ Formular las políticas, normas y procedimientos administrativos, relacionados con las compras, el almacenaje, y el mantenimiento de la planta física.</li> <li>❖ Ejercer un efectivo control administrativo y financiero de los recursos de la Dirección Administrativa.</li> <li>❖ Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> </ul>
<p><b>III. PERFIL:</b></p> <p><b>Profesionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Formación: Educación superior</li> <li>❖ Especialidad : Ingeniero comercial o afines</li> <li>❖ Experiencia : Mínimo 2 años en cargos similares</li> </ul> <p><b>Personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Discreción y honestidad comprobadas.</li> <li>❖ Muy buenas relaciones</li> </ul> <p><b>Humanas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de trabajo en equipo a nivel profesional.</li> <li>❖ Habilidad administrativa y capacidad para dirigir persona</li> </ul>

Elaborado por: La autora

## ❖ REQUERIMIENTOS DE PERSONAL DEL ÁREA DE CONTABILIDAD

*Cuadro N° 82**Requerimientos de personal del área de contabilidad Contador*

<p><b>I. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b></p> <p><u>Contador</u></p> <p><b>Sección:</b> Contabilidad</p> <p><b>Salario:</b> USD350</p> <p><b>Objetivo del cargo:</b> Manejar los recursos financieros con eficiencia y transparencia</p>
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Llevar a cabo el registro de todas las operaciones contables del paradero.</li> <li>❖ Elaborar los Estados Financieros e informes especiales que le sean solicitados.</li> <li>❖ Velar porque los libros de contabilidad se mantengan al día.</li> <li>❖ Mantener registro actualizado de la disponibilidad de fondos en las cuentas del paradero.</li> <li>❖ Registrar las Cuentas.</li> </ul>
<p><b>III. PERFIL</b></p> <p><b>Profesionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Formación: Educación superior</li> <li>❖ Especialidad : CPA</li> <li>❖ Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares</li> </ul> <p><b>Personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>❖ Vocación de servicio</li> <li>❖ Capacidad para resolver problemas.</li> <li>❖ Discreción y honestidad comprobadas</li> </ul>

Elaborado por: La autora



*Cuadro N° 83****Requerimientos de personal del área de contabilidad Cajera Recepcionista***

<b>I. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b>
<p><u>Cajera-Recepcionista</u>  <b>Sección:</b> Contabilidad  <b>Salario:</b> 340  <b>Objetivo del cargo:</b> Dar la mejor atención a los clientes</p>
<b>II. FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Recibir los pedidos en el restaurante</li> <li>❖ Cobrar por los servicios entregados</li> <li>❖ Ayudar en el buen funcionamiento del restaurante</li> <li>❖ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> </ul>
<b>III PERFIL:</b>
<p><b>Profesionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Formación: Secundaria</li> <li>❖ Especialidad: Contabilidad Conocimientos en atención a los turistas</li> <li>❖ Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares</li> </ul> <p><b>Personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>❖ Vocación de servicio</li> <li>❖ Capacidad organizativa.</li> <li>❖ Capacidad para resolver problemas.</li> <li>❖ Discreción y honestidad comprobadas.</li> </ul>

Elaborado por: La autora

### 6.8.1. Requerimientos

#### ❖ EL PERSONAL DEL ÁREA RESTAURANTE

#### *Cuadro N° 84*

#### *El personal del área restaurante Jefe de cocina*

<p><b>I. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b></p> <p>Jefe de Cocina  <b>Sección:</b> Restaurante  <b>Salario:</b> USD. 400  <b>Objetivo del cargo:</b> Planificar y coordinar todas las actividades de alimentación del paradero.</p>
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Coordinar con el departamento de contabilidad lo necesario para la producción de servicios.</li> <li>❖ Formular, junto con el gerente, las políticas, normas y procedimientos administrativos, relacionados con las compras, el almacenaje, y el mantenimiento de la planta física.</li> <li>❖ Supervisar y controlar las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios.</li> <li>❖ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> </ul>
<p><b>III. PERFIL</b></p> <p><b>Profesionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Formación: Secundaria</li> <li>❖ Especialidad: Conocimientos en la producción de servicios turísticos</li> <li>❖ Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares</li> </ul> <p><b>Personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>❖ Capacidad organizativa.</li> <li>❖ Capacidad para resolver problemas.</li> <li>❖ Discreción y honestidad comprobadas</li> </ul>

Elaborado por: La autora

*Cuadro N° 85**El personal del área restaurante Ayudante de cocina*

<b>I. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b>
<p><u>Ayudante de cocina</u></p> <p>Sección: Restaurante</p> <p>Salario: USD. 340</p> <p>Objetivo del cargo: Colaborar con el cocinero en todo lo que requiera</p>
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Colaborar con el cocinero en las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios con respecto a productos destinados para su área de trabajo</li> <li>❖ Ayudar al cocinero a desarrollar los menús que crea necesario para el restaurante.</li> <li>❖ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> </ul>
<p><b>III. PERFIL</b></p> <p><b>Profesionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Formación: Secundaria</li> <li>❖ Especialidad: Conocimientos en atención a clientes</li> <li>❖ Experiencia: Mínimo 1 año en cargos similares</li> </ul> <p><b>Personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>❖ Vocación de servicio</li> <li>❖ Capacidad organizativa.</li> <li>❖ Capacidad para resolver problemas.</li> <li>❖ Discreción y honestidad comprobadas</li> </ul>

Elaborado por: La autora

**Cuadro N° 86*****El personal del área restaurante Mesero***

<p><b>I. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b></p> <p><u>Mesero</u></p> <p><b>Sección:</b> Restaurante</p> <p><b>Salario:</b> USD. 80</p> <p><b>Objetivo del cargo:</b> Colaborar con el cocinero y cajera en todo lo que requiera</p>
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Brindar la bienvenida y atención personalizada a clientes</li> <li>❖ Asignar una mesa buscando siempre la comodidad del cliente.</li> <li>❖ Informar al cliente sobre el menú del día.</li> <li>❖ Registrar adecuadamente los pedidos y pasar inmediatamente a cocina.</li> <li>❖ Mantener limpias las mesas y ubicar de manera que se proyecte una buena imagen y ambiente agradable al cliente.</li> <li>❖ Cuidar de del aseo integral del local.</li> </ul>
<p><b>III. PERFIL</b></p> <p>Profesionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Formación: Secundaria</li> <li>❖ Conocimientos en atención a clientes</li> <li>❖ Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares</li> </ul> <p><b>Personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>❖ Capacidad organizativa.</li> <li>❖ Capacidad para resolver problemas.</li> <li>❖ Discreción y honestidad comprobadas</li> </ul>

Elaborado por: La autora

## ❖ REQUERIMIENTOS DE PERSONAL SERVICIOS GENERALES

*Cuadro N° 87**Requerimientos de personal servicios generales Camarera*

<b>I. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b>
<p><u>Camarera</u></p> <p><b>Sección:</b> Mantenimiento y seguridad</p> <p><b>Salario:</b> USD. 80</p> <p><b>Objetivo del cargo:</b> Planificar todo lo referente al uso de las habitaciones</p>
<b>II. FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Mantenimiento apto de las habitaciones</li> <li>❖ Responsable del buen uso de los equipos del paradero</li> <li>❖ Promover los servicios y facilidades del paradero</li> <li>❖ Lavado de todos los artículos de habitaciones</li> <li>❖ Calendario de servicios</li> <li>❖ Presupuesto de operaciones</li> <li>❖ Coordinación de equipos de trabajo para mantenimiento del área de hospedaje</li> </ul>
<b>III PERFIL:</b>
<p>Profesionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Formación: Secundaria</li> <li>❖ Especialidad: Conocimientos en atención a los turistas</li> <li>❖ Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares</li> </ul> <p><b>Personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>❖ Vocación de servicio</li> <li>❖ Capacidad organizativa.</li> <li>❖ Capacidad para resolver problemas.</li> <li>❖ Discreción y honestidad comprobadas</li> </ul>

Elaborado por: La autora

*Cuadro N° 88****Requerimientos de personal servicios generales Guardia***

<b>I. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b>
<p><u>Guardia</u></p> <p><b>Sección:</b> Mantenimiento y seguridad</p> <p><b>Salario:</b> USD. 340</p> <p><b>Objetivo del cargo:</b> Cuidado y vigilancia del paradero</p>
<b>II. FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Proteger a las personas como a la propiedad y toda clase de bienes</li> <li>❖ Evitar en lo posible que sucedan siniestros y accidentes en general</li> <li>❖ Poner en conocimiento del administrador o jefe superior de cualquier incidente o hecho delictivo o atentatorio.</li> <li>❖ Velar por el funcionamiento de las actividades tanto de los clientes como del personal que labora en las instalaciones.</li> </ul>
<b>III PERFIL:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Profesionales: Secundaria</li> <li>❖ Formación: Secundaria</li> <li>❖ Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares</li> </ul> <p><b>Personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>❖ Vocación de servicio</li> <li>❖ Capacidad organizativa.</li> <li>❖ Capacidad para resolver problemas.</li> <li>❖ Discreción y honestidad comprobadas</li> </ul>

Elaborado por: La autora

**Cuadro N° 89****Requerimientos de personal servicios generales Operador de sericios**

<p><b>I. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b></p> <p><u>Operador de servicios</u></p> <p><b>Sección:</b> Mantenimiento y seguridad</p> <p><b>Salario:</b> USD. 80</p> <p><b>Objetivo del cargo:</b> Guía, apoyo en deportes e información en general.</p>
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Organizar paquetes turísticos.</li> <li>❖ Guía a los turistas por las comunidades.</li> <li>❖ Ayuda e información en general de los deportes.</li> <li>❖ Difusión de las costumbres y tradiciones del pueblo afro choteño.</li> </ul>
<p><b>III PERFIL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Profesionales: Secundaria</li> <li>❖ Formación: Secundaria</li> <li>❖ Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares</li> </ul> <p><b>Personales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>❖ Vocación de servicio</li> <li>❖ Capacidad organizativa.</li> <li>❖ Capacidad para resolver problemas.</li> <li>❖ Discreción y honestidad comprobadas</li> </ul>

Elaborado por: La autora

## **6.9 Base legal**

Los aspectos legales para la constitución y funcionamiento de la empresa “TURICHOTA” son los siguientes:

### **6.9.1. Determinación de la forma jurídica**

La forma jurídica del paradero es una Compañía de Responsabilidad Limitada, con capacidad legal para realizar actividades de comercio, para lo cual son necesarios los siguientes requisitos:

#### **1. Apertura de una cuenta**

La apertura de la cuenta se lo realiza en principio para cumplir lo legal ya que para crear una compañía se necesita un capital social pagado de \$800 como mínimo según la ley de compañías. Este capital de la empresa es recuperable.

#### **2. Elaboración de la minuta ante un abogado**

Se debe elaborar una minuta ante un abogado donde se detalla el capital social, los nombres de los socios de haberlo, y demás requisitos que se requiere para este efecto.

#### **3. Registrar notaria publica**

Luego de elaborar la minuta se debe elevar a escritura pública, Para que se legalice la creación de la compañía de responsabilidad limitada, donde debe estar presente la firma de un notario público y el detalle del capital social pagado.



#### **4. Registro mercantil**

Continuando con la creación de la compañía de responsabilidad limitada se debe realizar el registro mercantil. Un requisito indispensable si esta compañía desea celebrar un contrato con cualquier persona natural o jurídica.

#### **5. Afiliación a la cámara de turismo**

Para poder operar en el área turística en el Ecuador se necesita estar afiliado a la cámara de turismo.

#### **6. Registro de operación turística**

Para poder operar en el Ecuador se necesita estar registrado en los siguientes organismos de control:

##### **a) Registro ante el MINTUR**

La Ley de Turismo. Capítulo II. Artículo 9. Registro Oficial No 97 del 27 de diciembre del 2002, manifiesta que: “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”. Licencia anual de funcionamiento Las personas tanto naturales como jurídicas que presten servicios turísticos deberán renovar la licencia única anual de funcionamiento y la patente de operador en el ministerio de turismo.

Una vez realizado los trámites y procedimientos enumerados anteriormente, es necesario tener los siguientes requisitos para el funcionamiento de la empresa:

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria, constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias. Para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) con esta denominación el Servicio de Rentas Internas solicita:

- 1) Copias de la constitución de la compañía y del nombramiento del representante legal actual.
  - 2) Original y copia de cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación del representante legal y contador.
  - 3) Para extranjeros original y copia del pasaporte con cualquier visa (excepto de transeúnte).
  - 4) Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono, o Pago del Impuesto Predial (año actual) o pago del servicio de Tv cable o telefonía celular o estados de cuenta que este a nombre del sujeto pasivo (contribuyente) de máximo tres meses atrás desde la fecha de emisión (no Servipagos)
- ❖ Del domicilio actual y,
  - ❖ Del lugar en que realiza la actividad económica (si es el caso) contrato de arrendamiento legalizado o notariado por el inquilinato, donde conste obligatoriamente el número de RUC del arrendador.

Los requisitos para afiliar la empresa a la Superintendencia de Compañías son:

- ❖ Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- ❖ Copia de la cédula de ciudadanía
- ❖ Listado de maquinarias y equipos valorados a precio de costo
- ❖ Croquis de ubicación con la dirección exacta de la empresa

## **7. Patentes municipal**

Para obtener la Patente Municipal son necesarios los siguientes requisitos:

- a) Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
- b) Copia de la cédula de ciudadanía Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- c) Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la actividad de la empresa

#### **8. Permiso de funcionamiento de los bomberos**

Conjuntamente con la patente municipal se cobra la Tasa de autorización de funcionamiento para el Cuerpo de Bomberos por un monto correspondiente al 10% del impuesto de patente, 200 pero nunca será mayor de USD \$ 100,00. El valor recaudado será entregado al Cuerpo de Bomberos para la implementación y funcionamiento del Plan de Control y Evaluación de los medios de prevención contra incendios, al fortalecimiento del Plan Fuego, a los programas de capacitación sobre prevención de incendios y a la Unidad Especializada de Quemados.

Los requisitos para la obtención de este permiso son:

- a) Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega en las Oficinas del Cuerpo de bomberos de Ibarra y adjuntar. Informe de la Inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos de Ibarra
- b) Copia de la Patente Municipal.
- c) Copia de la cédula de ciudadanía si es persona natural o del representante Legal en el caso de persona jurídica.
- d) Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- e) Copia de la inspección del año anterior en caso de existir

## **9. Permiso sanitario**

El permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

## **10. Régimen tributario para PYMES**

En el Ecuador existe una estructura tributaria muy compleja que complica a las actividades. Por lo que es necesario realizar una estructura tributaria.

- a) Impuesto a la renta
- b) Impuesto al valor agregado
- c) Impuestos a los consumos especiales
- d) Impuestos municipales

## **11. Responsabilidad laboral**

Según el código de trabajo vigente en el país son varias las obligaciones del empleador pero a continuación enumero las principales.

- a) Pagar un sueldo en la cantidad que corresponde y a su tiempo.
- b) Adecuar lugares de trabajo, sujetándose a las disposiciones legales.
- c) Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieran en el trabajo.
- d) Respetar las asociaciones de los trabajadores.

- e) Tratar a los trabajadores con la debida consideración.
- f) Dar gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificado relativos a su trabajo.
- g) Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar.
- h) Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores y todos los beneficios de ley, como son décimos, utilidades y vacaciones.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

#### 7.1 Descripción

El análisis de impactos se realiza en el presente proyecto mediante la aplicación de una matriz de impactos como son: sociocultural, económico, ambiental, educativo y general, estableciendo a la final una matriz general a fin de establecer, si el proyecto es factible.

La evaluación de impactos se realiza en función de las actividades realizadas y de los resultados previstos con el proyecto de creación de un paradero turístico “**TURICHOTA Cía. Ltda.**”

Determinamos los impactos a evaluar se realizan los cálculos respectivos para identificar el nivel de impacto, con las escalas de puntuación para luego realizar el análisis de los diferentes impactos.

En la matriz se señala una valoración de -3 a 3 que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

**Cuadro N° 90****Matriz de criterios**

<b>Puntaje</b>	<b>Significado</b>
-3	Negativo en el nivel alto
-2	Negativo en el nivel medio
-1	Negativo en el nivel bajo
0	Ni negativo, ni positivo
1	Positivo en el nivel bajo
2	Positivo en el nivel medio
3	Positivo en el nivel alto

Elaborado por: La autora

**7.1.1 Impacto sociocultural****Cuadro N° 91****Impacto sociocultural**

<b>IMPACTO SOCIOCULTURAL</b>								
<b>Indicador</b>	<b>Nivel de impacto</b>							<b>Total</b>
	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
Mejoramiento del servicio al consumidor							X	3
Integración del sector empresarial							X	3
Creación de fuentes de trabajo						X		2
Integración empresa y sociedad							X	3
Proyección en la comunidad						X		2
Calidad de vida de la población						X		2
<b>TOTAL</b>						6	9	<b>15</b>
Nivel de impacto socio cultural= $\Sigma/(\text{Número de indicadores})=15/6 = 2,5= 3$								
Nivel de impacto socio cultural= alto positivo								

Elaborado por: La autora

- a) El proyecto está dirigido a la población que le gusta la danza, música bomba y la comida típica del Valle del Chota, mediante capacitaciones en atención al cliente se logrará proporcionar un mejor servicio a los turistas. Es por ello que el impacto es alto positivo.
- b) Este trabajo constituirá una estrategia para lograr que exista integración del sector empresarial con la apertura del mercado, para comercializar productos considerados materia prima, los cuales producen los agricultores de la zona. El nivel de impacto para este aspecto se lo considerará alto positivo.
- c) El proyecto generará plazas de trabajo, dando oportunidad de ocupación laboral a un buen número de moradores de la comunidad del Chota. Se espera alcanzar un nivel medio positivo.
- d) Integración empresa y sociedad se desarrollará con la ejecución del proyecto, puesto que se consolidarán convenios de atención de servicios para eventos sociales, empresariales, familiares, entre otros. que incluyen atención a turistas con planes e informalmente. Tiene por tanto un impacto medio alto positivo.
- e) El proyecto tiene una visión empresarial sin descuidar la atención a los indicadores socioeconómicos locales y del país, por lo que genera proyección a la comunidad. Se espera un impacto medio positivo.
- f) La calidad de vida que usualmente anhela todo emprendimiento empresarial debe ser el producto de una actitud crítica, frente al consumismo infiltrada en la cultura y en modo de vivir de las empresas y la ciudad. El proyecto generará un impacto medio positivo.



### 7.1.2 Impacto económico

*Cuadro N° 92*

#### *Impacto económico*

IMPACTO ECONÓMICO								
Indicador	Nivel de impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Administrador de recursos económicos							x	3
Comercialización con niveles óptimos para cliente-empresa						x		2
Estabilidad económica empresarial- institucional							x	3
Ingreso per cápita						x		2
<b>TOTAL</b>						4	6	<b>10</b>
Nivel de impacto económico= $\Sigma / (\text{Número de indicadores}) = 10/4 = 2,5 = 3$								
Nivel de impacto económico= alto positivo								

Elaborado por: La autora

- a) El proyecto pretende generar a través del proceso de adaptación de sistema empresarial ante los retos de competitividad, así como para los clientes, considerando que empresa y demanda se proyectan con una mejor utilización de sus presupuestos, por lo que se espera que haya un alto impacto positivo.
- b) Con el aporte de este trabajo investigativo, se contribuye a la canalización de los bienes de capital y gestión empresarial, mediante planes de identificación de condiciones del mercado, que favorece niveles óptimos y atractivos tanto para empresa como para la demanda. Por lo que el proyecto espera generar un impacto medio positivo.

- c) Se espera lograr con la implantación de las estrategias sugeridas, la estabilidad económica para la empresa y la sociedad que consolidan convenios de comercialización y atención. Se espera que su impacto sea alto positivo.
- d) Al igual que la empresa en creación, como proveedores y demanda y la población en general se beneficiarán de manera directa, con un servicio de alta calidad y la economía de su presupuesto, produciéndose un impacto medio positivo.

### 7.1.3 Impacto ambiental

#### Cuadro N° 93

#### *Impacto ambiental*

IMPACTO AMBIENTAL								
Indicador	Nivel de impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Manejo de desechos			X					-1
Aguas residuales			x					-1
Contaminación por olores			x					-1
Contaminación por ruido			x					-1
<b>TOTAL</b>			-4					<b>- 4</b>
Nivel de impacto ambiental= $\Sigma/(\text{Número de indicadores})= -4/4= -1$								
Nivel de impacto ambiental= medio positivo								

Elaborado por: La autora

- a) El proyecto concibe la aplicación de normas ambientales al igual que la manipulación y eliminación de desechos, con la finalidad de mitigar riesgos. Por lo que tiene un impacto bajo negativo.

- b) En el paradero se tratará de reducir el consumo de agua en cuanto sea posible y se pondrá un riguroso cuidado en vertidos o fugas.
- c) Las instalaciones del paradero contarán con suficiente ventilación, además de una permanente limpieza y desinfección para controlar los malos olores. Es por ello que se establece un impacto bajo negativo.
- d) En el paradero se mantendrá un nivel de volumen adecuado tanto del equipo de música como de los grupos de bomba, con la finalidad de reducir la contaminación por exceso de ruido, tal es el caso de problemas de salud como el estrés. Por tal motivo posee un impacto bajo negativo.

#### 7.1.4 Impacto educativo

##### *Cuadro N° 94*

##### *Impacto educativo*

<b>IMPACTO EDUCATIVO</b>								
<b>Indicador</b>	<b>Nivel de impacto</b>							<b>Total</b>
	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
Aprendizaje al manejo del presupuesto familiar, social, empresarial, entre otros.							x	3
Cobertura y capacidad de desarrollo socio, comunitario y turístico.						x		2
Competitividad para brindar atención de calidad							x	3
Portafolio de oferta y atención a necesidades de la demanda potencial y competencia sana.						x		2
<b>TOTAL</b>						4	6	<b>10</b>
Nivel de impacto educativo= $\Sigma/(\text{Número de indicadores})=10/4= 2,5= 3$								
Nivel de impacto educativo= alto positivo								

Elaborado por: La autora

- a) Con la creación de la empresa se favorece el aprendizaje de la colectividad en el manejo del presupuesto, distinguiendo calidad y cantidad en, precio, servicio al cliente y otros factores elementales del proceso. Por lo cual se estima que se generará un impacto alto positivo.
  
- b) Con la creación de la empresa se optimiza la capacidad de gestión para innovar los procesos de atención al cliente en términos de calidad, generando competitividad en el mercado de este servicio turístico. Se proyectó un impacto alto positivo.
  
- c) Se crea una relación de competitividad para brindar atención de calidad generando desarrollo en la prestación de los servicios, mejorando las alternativas turísticas en el sector. Por lo que este proyecto generará impacto medio positivo.
  
- d) El portafolio de oferta de la empresa se proyecta a la atención del mercado de la comercialización y prestación de servicios gastronómicos, de hospedaje y esparcimiento, con un afán de brindar un servicio de calidad al turismo en general, por lo que implementa también una política sana de competencia y oferta del servicio. Se prevé generar un impacto alto positivo.

### 7.1.5 Impacto general

*Cuadro N° 95*

*Impacto general*

<b>IMPACTO GENERAL</b>								
<b>Indicador</b>	<b>Nivel de impacto</b>							<b>Total</b>
	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
Impacto sociocultural							x	3
Impacto económico							x	3
Impacto ambiental			x					-1
Impacto educativo							x	3
<b>TOTAL</b>			-1				9	<b>8</b>
Nivel de impacto general= $\Sigma/(\text{Número de indicadores})=8/4= 2= 2$								
Nivel de impacto general= alto positivo								

**Elaborado por:** La autora

De acuerdo con el análisis general, los impactos referentes al presente proyecto indican que tendrá un impacto medio positivo lo cual quiere decir que la creación del paradero turístico, es una nueva alternativa para la generación de puestos de trabajo, atención a la demanda potencial y desarrollo socio económico del sector.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Una vez que se ha diseñado el Proyecto de Factibilidad del paradero turístico, se puede certificar que se han alcanzado los objetivos propuestos.

A continuación se exponen los principales logros y hallazgos en las siguientes conclusiones:

- a. El diagnóstico situacional elaborado en el Valle del Chota, permitió determinar la situación actual del turismo en la zona. Se analizaron aspectos tales como: servicios turísticos, producción agrícola, formas de comercialización y sobre todo conocer las costumbres y tradiciones de la comunidad del Chota, todos estos datos fueron cimientos para ejecutar los siguientes pasos del proyecto. Se logró determinar que en el Valle del Chota se dan las potencialidades económicas y turísticas suficientes como para implantar un Paradero Turístico.
- b. Las bases teóricas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado. Consultas bibliográficas, lincográfica y aportes personales que enfocan conceptos y definiciones importantes de los variados aspectos descritos para la formulación del presente proyecto.
- c. El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la demanda potencial a satisfacer, que se puede captar con el paradero turístico a constituirse. El estudio realizado nos proporcionó valiosa información relacionada con la demanda, oferta, precios y formas de comercialización. Este tipo de servicio logrará la satisfacción de los potenciales clientes. Se identificó la demanda y oferta del servicio de alojamiento, gastronomía, deportes de

aventura y difusión de las costumbres y tradiciones de la comunidad del Chota, dando una pauta positiva para la creación de un Paradero Turístico, ya que en la comunidad actualmente no existe este servicio.

- d. En el estudio técnico, se estableció como lugar de constitución y funcionamiento del Paradero turístico en la comunidad del Chota, debido a que el servicio que se ofrecerá es de tipo turístico-cultural y esta comunidad es el sitio ideal para ello.
- e. En el estudio financiero se pudo establecer que el proyecto es factible. Al inicio la inversión es alta pero se logrará recuperar en 6 años. Se tiene una tasa interna de retorno del 18,70% y un valor actual neto positivo de 48463.36, costo beneficio se ubica en 5,38, por lo cual garantiza la ejecución del proyecto para la creación del Paradero Turístico “TURICHOTA”.
- f. En lo referente a la estructura orgánica y funcional, ésta ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas del paradero. Se definió el aspecto legal de creación de la empresa, su misión, visión, principios, las funciones y responsabilidades de cada integrante o empleado de la compañía, por tal razón se logrará controlar la duplicidad de funciones.
- g. El nivel de los impactos analizados es positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es razonablemente viable, en la zona de influencia como es la comunidad del Chota.

### RECOMENDACIONES:

- a) El lugar donde se pretende crear el paradero turístico, posee un ambiente agradable, que debería ser aprovechado; ya que en la actualidad los turistas optan por los lugares tranquilos y atractivos ancestrales.
- b) Se debe tomar en cuenta que el sustento teórico, sirve como base y apoyo para cualquier decisión que se desee tomar.
- c) Para satisfacer la demanda es necesario brindar una variedad de servicios turístico-cultural. Para darse a conocer se deberá realizar publicidad y de esta manera irse posesionando en el mercado.
- d) El diseño debe ser llamativo y atractivo, puesto que su caracterización es cultural, se debe tomar en cuenta las costumbres y tradiciones de esta manera se logrará atraer a los turistas amantes de la cultura afro choteña.
- e) La inversión que se requiere es considerable, sin embargo, se sugiere a los inversionistas que ejecuten el proyecto con seguridad, ya que obtendrán beneficios en un tiempo aceptable y brindarán empleo a varias personas de la localidad que necesitan una fuente de ingreso.
- f) Una compañía debe tener establecido todos los parámetros de organización y funcionamiento; designado estatutariamente todas las responsabilidades de cada empleado, para evitar problemas en el desarrollo de las actividades.
- g) Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes.



## BIBLIOGRAFÍA

- ❖ HOTELERIA Y TURISMO MANUAL DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA. (2010). España: Daly s.l.
- ❖ ANZOLA Rojas, S. (2010). Administración de pequeñas empresas.
- ❖ BACA, U. Gabriel., Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., Sexta Edición, México D.F .- México (2010).
- ❖ BRAVO, M. (2009). CONTABILIDAD GENERAL.
- ❖ CLIFFORD GRAY (2009). Administración de proyectos.
- ❖ CORDOVA PADILLA, M. (2010). Formulación y Evaluación de Proyectos.
- ❖ CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES. (2012). LEY DE TURISMO, REGLAMENTO.
- ❖ ESTUPIÑÁN, GAITÁN, R. (2012). Estados Financieros Básicos bajo NIC/NIIF. Colombia.
- ❖ FERRELL, O. F. (2010). Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante.
- ❖ FONTAINE, Ernesto, evaluación social de proyectos, decimotercera edición, 2008 México
- ❖ GALINDO, C. (2008). Manual para la Creación de Microempresas. Colombia.
- ❖ HAIR , Joseph; BUSH, Robert; ORTINAU, David;. (2010). Investigación de Mercados- en un ambiente de información digital". México.

- ❖ KOTLER, P. (2008). Diccionario de Mercadotecnia. Mexico.
- ❖ KOTTLER, Philip, Principios de Marketing, doceava edición, año 2008.
- ❖ LÓPEZ, D. (2010). Fundamentos de la Economía, Empresa, Derecho, Administración y Metodología de la Investigación Aplicada. México.
- ❖ OÑA, V. H. (2011). TURISMO, HOTELERIA Y RESTAURANTE.
- ❖ ORTEGA CASTRO, A. (2010). Proyectos de Inversión. Mexico: Continental.
- ❖ RIUZ, B. (2010). La Escencia del Marketing. Barcelona: UPC.
- ❖ VACAS G., C. (2012 ). Contabilidad Financiera para empresas turísticas. España: SÍNTESIS, S.A.
- ❖ ZAMBRANO Potón, P. (2013). MICROECONOMÍA.
- ❖ ZAPATA Sánchez, P. (2010). Contabilidad General.
- ❖ ZAPATA, Pedro, Contabilidad General con base en la Normas Internacionales de Información Financiera, Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., Séptima Edición, (2011).

## LINKOGRAFÍA

- ❖ <http://www.inec.gob.ec>
- ❖ <http://www.touribarra.gob.ec>
- ❖ <http://www.amalavida.tv>
- ❖ <http://www.turismo.gob.ec/>
- ❖ <http://www.bce.fin.ec>
- ❖ <http://www.cfn.ec/>
- ❖ <http://www.imbabura.gob.ec>
- ❖ <http://www.elcomercio.com.ec/tag/turismo>
- ❖ <http://www.loscostos.inf/definicion.html>
- ❖ (<http://www.blasar.net/NIIF/GlosarioNIIF.html>)
- ❖ <http://pstinformatico2011.wordpress.com>. (07 de 02 de 2012). Recuperado el 22 de 06 de 2014, de <http://pstinformatico2011.wordpress.com>
- ❖ CORDOVA, T. J. (29 de enero de 2010). [turismoyguianza.blogspot](http://turismoyguianza.blogspot). Recuperado el 17 de junio de 2014, de [turismoyguianza.blogspot](http://turismoyguianza.blogspot): <http://www.http://turismoyguianza.blogspot.com>
- ❖ <http://www.mincetur.gob.pe>. (s.f.). Recuperado el 22 de Junio de 2014, de <http://www.mincetur.gob.pe>: <http://www.mincetur.gob.pe/>

# ANEXOS

**ANEXO N° 1** Entrevista dirigida a representantes de los establecimientos turísticos del valle del Chota



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

**OBJETIVO:** Recopilar información relevante y necesaria que nos permita determinar el estado actual de la actividad turística en el Valle del Chota.

**NOMBRE:**.....

**ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO:**.....

**ENTREVISTADORA:** Sandra Chalá L.

**ENTREVISTA DIRIGIDA A REPRESENTANTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS  
TURÍSTICOS DEL VALLE DEL CHOTA.**

1. ¿Qué le motivó a crear un establecimiento turístico en el Valle del Chota?

.....  
.....  
.....

2. ¿El tipo de negocio que usted tiene es de carácter familiar, accionistas o economía mixta?

.....  
.....  
.....

3. ¿Qué tiempo lleva en la actividad turística?

.....  
.....  
.....

4. ¿Qué servicios ofrece en su establecimiento?

.....  
.....  
.....

5. ¿Para cuantas personas tiene capacidad su establecimiento?

.....  
.....  
.....

6. ¿Cuál es el flujo de turistas que visitan el Valle del Chota?

.....  
.....  
.....

7. ¿Cuáles son los aspectos que hacen que la comunidad del Chota sea un atractivo turístico?

.....  
.....  
.....

8. ¿Cree usted que existe una adecuada difusión de los atractivos?

.....  
.....  
.....

9. ¿Realiza algún tipo de promociones?

.....  
.....  
.....

10. ¿De dónde provienen los clientes que visitan el establecimiento?

.....  
.....  
.....

**GRACIAS**

**ANEXO N° 2** Entrevista dirigida a agricultores de la zona del valle del Chota



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

**OBJETIVO:** Recopilar información relevante y necesaria que nos permita determinar el estado actual de la producción agrícola en el Valle del Chota.

**NOMBRE:**.....

**ENTREVISTADORA:** Sandra Chalá L.

**ENTREVISTA DIRIGIDA A AGRICULTORES DE LA ZONA DEL VALLE DEL CHOTA**

1. ¿Qué productos se cultivan en la zona del Valle del Chota?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....



2. ¿Cuáles son las causas por las cuales los agricultores no mejoran la producción o siembran en mayores cantidades?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

3. ¿Cree usted que dentro del Valle existen las hectáreas de terreno suficientes para incrementar la producción?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**GRACIAS**

**ANEXO N° 3** Encuesta a integrantes o empleados de los establecimientos turísticos del sector



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**  
**ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

**OBJETIVO:** Conocer cómo se encuentra el mercado en lo referente a la explotación turística de la comunidad del Chota.

**ENCUESTA A INTEGRANTES O EMPLEADOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS  
 TURÍSTICOS DEL SECTOR**

1. ¿Cada que tiempo recibe capacitación en atención al cliente?

- |                     |                          |
|---------------------|--------------------------|
| a) Mensualmente     | <input type="checkbox"/> |
| b) Trimestralmente  | <input type="checkbox"/> |
| c) Semestralmente   | <input type="checkbox"/> |
| d) De vez en cuando | <input type="checkbox"/> |

2. ¿En base a que fija el precio de sus servicios?

- |  |                          |
|--|--------------------------|
| a) Hosterías del sector                    | <input type="checkbox"/> |
| b) Establecidos por Ministerio del Turismo | <input type="checkbox"/> |
| c) Organizaciones del sector               | <input type="checkbox"/> |
| d) Establecidos por la organización        | <input type="checkbox"/> |

3. ¿Qué le motiva a ser parte del establecimiento turístico?

- a) Fomentar el turismo
- b) Mejorar la economía
- c) La opción a y b
- d) Ninguna de las anteriores

4. ¿A qué tipo de mercado está dirigido su negocio?

- a) Local
- b) Regional
- c) Nacional
- d) Internacional

5. ¿Con que frecuencia presta sus servicios?

- a) Los fines de semana
- b) Una vez al mes
- c) Ocasionalmente
- d) Mediante Reservación

6. ¿Informa Ud. a los turistas las costumbres y tradiciones del Valle del Chota?

SI  NO  rara vez

7. ¿Utiliza vestimenta tradicional cuando presta los servicios en el establecimiento?

SI  NO

8. ¿Considera que bailar contribuye a mantener las manifestaciones culturales de la comunidad?

SI  NO  Tal vez

9. ¿Participan en los festivales que se realizan en la comunidad?

Siempre  Casi siempre  Nunca

10. ¿Lleva el control de calidad de los servicios ofertados?

SI  NO

11. Considera Ud. que la creación de un paradero turístico en la comunidad del Chota es:

- a) Una oportunidad para mejorar el turismo
- b) No es necesario
- c) Indiferente

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

ANEXO N° 4 Fotografías diagnóstico



**Fuente:** Gerente Propietarios Hostería OASIS



**Fuente:** Administrador Hostería KITBUZ



**Fuente:** Integrantes de la hospedería comunitaria "DOÑA EVITA"



**Fuente:** Moradora de la comunidad del Chota junto a turista del extranjero.

**ANEXO N° 5** Encuesta dirigida a los turistas que visitan las hosterías del valle del Chota

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**  
**ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

**OBJETIVO:** Conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes, a fin de brindar servicios que satisfagan sus necesidades.

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LAS HOSTERIAS DEL**  
**VALLE DEL CHOTA**

1. ¿Cuál es su país de residencia?

Nacional

Extranjero

2. ¿Qué tipo de turismo es de su preferencia?

Cultural

Natural

Aventura

3. ¿Con quién acude al Valle del Chota?

Familia	<input type="checkbox"/>
Pareja	<input type="checkbox"/>
Amigos	<input type="checkbox"/>
Solo	<input type="checkbox"/>

4. ¿Con que frecuencia va al Valle del Chota?

Fines de semana	<input type="checkbox"/>	Feriados	<input type="checkbox"/>
Una vez al mes	<input type="checkbox"/>	Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>

5. ¿Estaría de acuerdo que en la comunidad del Chota se implemente un paradero turístico?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
LE ES INDIFERENTE	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuál sería el aspecto de mayor importancia para visitar el paradero turístico?

Precio	<input type="checkbox"/>	Ubicación	<input type="checkbox"/>
Variedad de servicios	<input type="checkbox"/>	Horario	<input type="checkbox"/>

7. ¿Le gustaría disponer en el paradero de los siguientes servicios: Alojamiento, Gastronomía, rafting, natación, Bazar y danzas al compás de la música bomba?

SI

NO

8. ¿Cuánto tiempo permanecería en el paradero turístico?

1 DIA

3 DIAS

8 DIAS

15 DIAS

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios antes mencionados?

\$ 10.00

\$ 30.00

\$ 20.00

\$ 31.00 en adelante

10. ¿A través de que medio le gustaría que se dé a conocer los servicios del paradero turístico?

Radio

Internet

Periódico

Tv

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



## ANEXO N° 6 Fotografías servicios



**ALOJAMIENTO**



**DEPORTES DE AVENTURA**

## COSTUMBRES Y TRADICIONES



**Fuente:** [www.touribarra.gob.ec](http://www.touribarra.gob.ec)



**Fuente:** [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)

## BAZAR



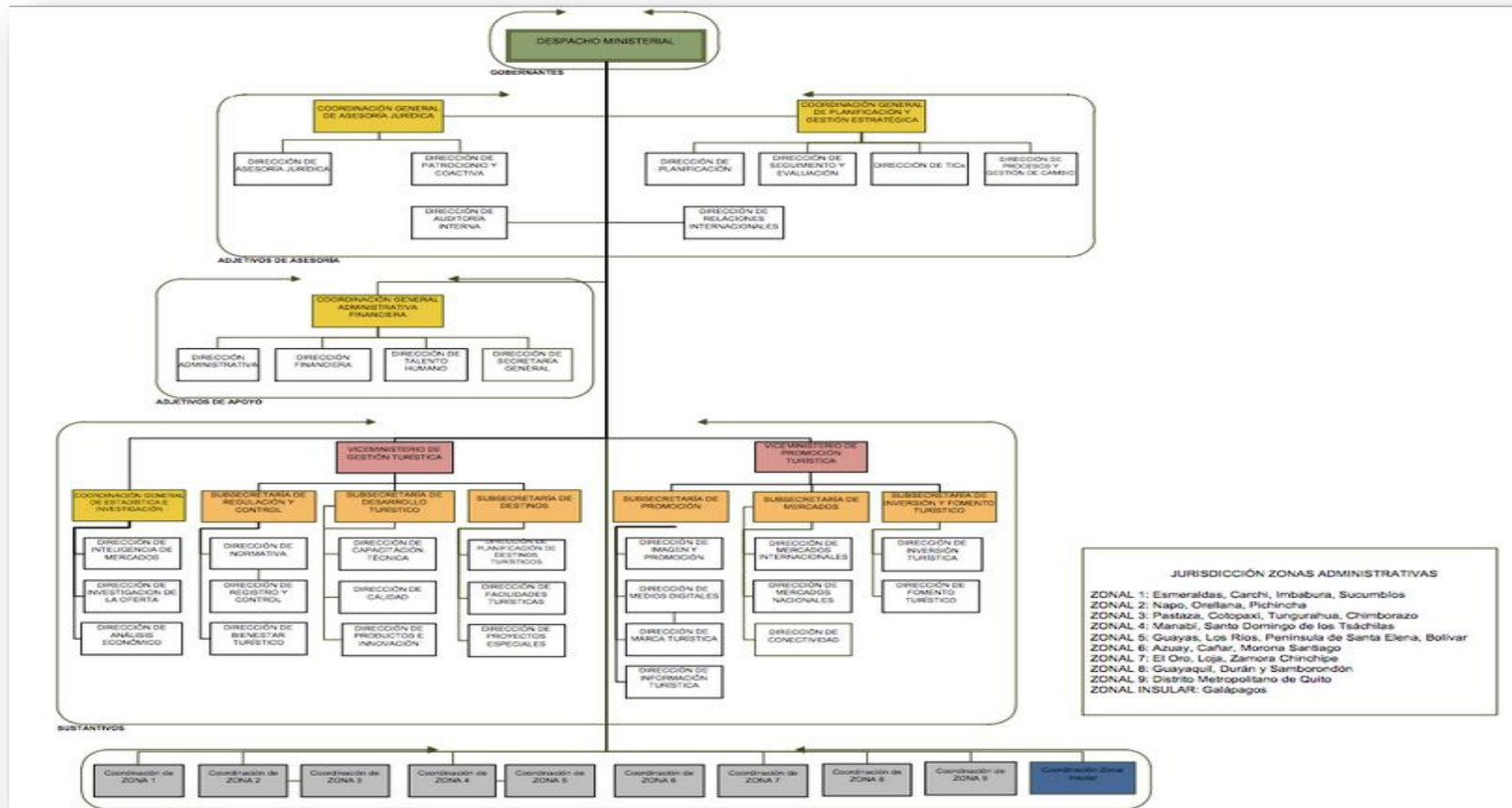
Fuente: [www.elnorte.ec](http://www.elnorte.ec)

Fuente: [www.robertgibsonz.com](http://www.robertgibsonz.com)

## GASTRONOMÍA



ANEXO N° 7 Organigrama del ministerio de turismo



**JURISDICCIÓN ZONAS ADMINISTRATIVAS**

ZONAL 1: Esmeraldas, Carchi, Imbabura, Sucumbios  
 ZONAL 2: Napo, Orellana, Pichincha  
 ZONAL 3: Pastaza, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo  
 ZONAL 4: Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas  
 ZONAL 5: Guayas, Los Ríos, Península de Santa Elena, Bolívar  
 ZONAL 6: Azuay, Cañar, Morona Santiago  
 ZONAL 7: El Oro, Loja, Zamora Chinchipe  
 ZONAL 8: Guayaquil, Durán y Samborombón  
 ZONAL 9: Distrito Metropolitano de Quito  
 ZONAL INSULAR: Galápagos

## ANEXO 8

**TABLA DE COBROS: Registro - LUAF - Renovación LUAF**  
**Acuerdo No. 20130002**

**1. ACTIVIDAD TURÍSTICA: ALOJAMIENTO**

**1.1 HOTELEROS**

Pagarán la cantidad que resulte de dividir el valor máximo fijado por cada tipo y categoría para 100 y multiplicado por el número total de habitaciones de cada establecimiento de alojamiento, hasta un máximo del valor fijado para cada tipo y categoría.

**1.1.1 HOTELES**

		Por habitación	Máximo
1.1.1.1	Lujo - Cinco Estrellas	\$ 15,34	\$ 1.534,00
1.1.1.2	Primera - Cuatro Estrellas	\$ 13,33	\$ 1.333,40
1.1.1.3	Segunda - Tres Estrellas	\$ 10,15	\$ 1.014,80
1.1.1.4	Tercera - Dos estrellas	\$ 5,78	\$ 578,20
1.1.1.5	Cuarta - Una Estrella	\$ 3,89	\$ 389,40

**1.1.2 HOTEL RESIDENCIA**

1.1.2.1	Primera - Cuatro Estrellas	\$ 11,21	\$ 1.121,00
1.1.2.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 8,02	\$ 802,40
1.1.2.3	Tercera - Dos Estrellas	\$ 5,31	\$ 531,00
1.1.2.4	Cuarta - Una Estrella	\$ 3,78	\$ 377,60

**1.1.3 HOTELES APARTAMENTOS**

1.1.3.1	Primera - Cuatro Estrellas	\$ 11,80	\$ 1.180,00
1.1.3.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 8,85	\$ 885,00
1.1.3.3	Tercera - Dos Estrellas	\$ 6,49	\$ 649,00
1.1.3.4	Cuarta - Una Estrella	\$ 4,72	\$ 472,00

**1.1.4 HOSTALES – HOSTALES RESIDENCIA**

1.1.4.1	Primera – Cuatro Estrellas	\$ 6,02	\$ 601,80
1.1.4.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 4,48	\$ 448,40
1.1.4.3	Tercera – Dos Estrellas	\$ 3,60	\$ 359,90

**1.1.5 HOSTERÍAS - MOTELES**

1.1.5.1	Primera - Cuatro Estrellas	\$ 8,38	\$ 837,80
1.1.5.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 6,96	\$ 696,20
1.1.5.3	Tercera - Dos Estrellas	\$ 5,61	\$ 560,50

**TABLA DE COBROS: Registro - LUAF - Renovación LUAF**  
**Acuerdo No. 20130002**

**1.1.6 PENSIONES**

1.1.6.1	Primera - Cuatro Estrellas	\$ 4,54	\$ 454,30
1.1.6.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 3,78	\$ 377,60
1.1.6.3	Tercera - Dos Estrellas	\$ 3,01	\$ 300,90

**1.1.7 CABAÑAS REFUGIOS ALBERGUES**

		Por plaza	Máximo
1.1.7.1	Primera - Cuatro Estrellas	\$ 2,28	\$ 227,74
1.1.7.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 1,89	\$ 188,80
1.1.7.3	Tercera - Dos Estrellas	\$ 1,51	\$ 151,04

Los establecimientos descritos en los numerales siguientes, pagarán la cantidad que resulte de dividir el valor máximo fijado en el numeral añadido por cada tipo y categoría para 100 y multiplicado por el número total de plazas de cada establecimiento, hasta un máximo del valor fijado para cada tipo y categoría.

**1.2. ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS**

**1.2.1 APARTAMENTOS TURISTICOS**

		Por plaza	Máximo
1.2.1.1	Primera - Cuatro Estrellas	\$ 11,80	\$ 342,20
1.2.1.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 8,85	\$ 259,60
1.2.1.3	Tercera - Dos Estrellas	\$ 6,49	\$ 177,00

**1.2.2 CAMPAMENTOS TURÍSTICOS – CAMPING**

1.2.2.1	Primera – Cuatro Estrellas	\$ 2,71	\$ 271,40
1.2.2.2	Segunda - Tres Estrellas	\$ 1,89	\$ 188,80
1.2.2.3	Tercera - Dos Estrellas	\$ 0,94	\$ 94,40

**1.2.3 CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO**

Única \$ 94,40

**1.2.4 COMPLEJOS VACACIONALES**

1.2.4.1	Primera	\$ 15,00	\$ 1.500,00
1.2.4.2	Segunda	\$ 13,00	\$ 1.300,00
1.2.4.3	Tercera	\$ 11,00	\$ 1.100,00

**TABLA DE COBROS: Registro - LUAF - Renovación LUAF  
Acuerdo No. 20130002**

**2. ACTIVIDAD TURÍSTICA: ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.**

Pagarán la cantidad que resulte de dividir el valor máximo fijado a continuación por cada categoría para 30 y multiplicado por el número total de mesas de cada establecimiento, hasta un máximo del valor fijado para cada categoría.

Para el cálculo del número de mesas, se considerará el número de plazas total del establecimiento, dividido para cuatro (4).

<b>2.1. RESTAURANTES Y CAFETERIAS</b>		<b>Por mesa</b>	<b>Máximo</b>
2.1.1	Lujo	\$ 13,37	\$ 401,20
2.1.2	Primera	\$ 11,01	\$ 330,40
2.1.3	Segunda	\$ 8,65	\$ 259,60
2.1.4	Tercera	\$ 5,90	\$ 177,00
2.1.5	Cuarta	\$ 4,72	\$ 141,60

**2.2. DRIVE INN.- Pagarán la cantidad fija que les corresponda de acuerdo al siguiente detalle:**

2.2.1	Primera	\$ 259,60
2.2.2	Segunda	\$ 177,00
2.2.3	Tercera	\$ 141,60

**2.3. BARES.- Pagarán la cantidad fija de acuerdo al siguiente detalle**

2.3.1	Primera	\$ 159,30
2.3.2	Segunda	\$ 129,80
2.3.3	Tercera	\$ 100,30

**2.4. FUENTES DE SODA.- Pagarán la cantidad fija de acuerdo al detalle siguiente:**

2.4.1.	Primera	\$ 59,00
2.4.2.	Segunda	\$ 35,40
2.4.3.	Tercera	\$ 23,60

**TABLA DE COBROS: Registro - LUAF - Renovación LUAF  
Acuerdo No. 20130002**

**2.5 DISCOTECAS Y SALAS DE BAILE.- Pagarán la cantidad fija de acuerdo al detalle siguiente:**

2.5.1	Lujo	\$ 637,20
2.5.2	Primera	\$ 448,40
2.5.3	Segunda	\$ 318,60

**2.6. PEÑAS.- Pagarán la cantidad fija de acuerdo al detalle siguiente:**

2.6.1	Primera	\$ 377,60
2.6.2	Segunda	\$ 318,60

**3. ACTIVIDAD TURÍSTICA: INTERMEDIACIÓN**

Pagarán la cantidad fija de acuerdo al detalle siguiente:

**3.1 CENTROS DE CONVENCIONES**

3.1.1	Primera	\$ 531,00
3.1.1	Segunda	\$ 354,00

**3.2. SALAS DE RECEPCIONES Y BANQUETES**

3.2.1	Lujo	\$ 295,00
3.2.2	Primera	\$ 224,20
3.2.3	Segunda	\$ 153,40

**3.3. ORGANIZADORES DE EVENTOS, CONGRESOS Y CONVENCIONES**

Pagarán la cantidad fija de:

3.3.1.	Única	\$ 236,00
--------	-------	-----------

**4. ACTIVIDAD TURÍSTICA: AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO**

Pagarán una cantidad fija, de acuerdo al

4.1.	Mayorista	\$ 424,80
4.2.	Internacional	\$ 283,20
4.3.	Operadoras	\$ 141,60
4.4.	Dualidad	\$ 424,80



<b>TABLA DE COBROS: Registro - LUAF - Renovación LUAF</b>
---

<b>Acuerdo No. 20130002</b>
-----------------------------

<b>5.</b>	<b>ACTIVIDAD TURÍSTICA: CASINOS, SALAS DE JUEGO (BINGOS MECÁNICOS) PARQUES DE</b>
-----------	---

Pagarán la cantidad fija de acuerdo al detalle siguiente:

<b>5.1.</b>	<b>CASINOS</b>
-------------	----------------

5.1.1. Lujo  
5.1.2. Primera

<b>5.2.</b>	<b>SALAS DE JUEGOS (BINGOS MECÁNICOS)</b>
-------------	---

5.2.1. Lujo  
5.2.2. Primera  
5.2.3. Segunda  
5.2.4. Tercera

<b>5.3.</b>	<b>TERMAS Y BALNEARIOS</b>
-------------	----------------------------

5.3.1. Primera \$ 141,60  
5.3.2. Segunda \$ 106,20

<b>5.4.</b>	<b>BOLERAS Y PISTAS DE PATINAJE</b>
-------------	-------------------------------------

5.4.1. Primera \$ 129,80  
5.4.2. Segunda \$ 70,80

<b>5.5.</b>	<b>CENTROS DE RECREACIÓN TURÍSTICA</b>
-------------	--

5.5.1. Primera \$ 483,80  
5.5.2. Segunda \$ 354,00  
5.5.3. Tercera \$ 236,00

<b>6.</b>	<b>ACTIVIDAD TURÍSTICA: HIPÓDROMOS</b>
-----------	--

Pagarán la cantidad fija de acuerdo al detalle siguiente:

6.1 De funcionamiento permanente \$ 436,60  
6.2 De funcionamiento temporal \$ 236,00

**TABLA DE COBROS: Registro - LUAF - Renovación LUAF  
Acuerdo No. 20130002**

**7. ACTIVIDAD TURÍSTICA: TRANSPORTE TURÍSTICO**

Pagarán la cantidad fija de acuerdo al detalle siguiente:

**7.1. AÉREOS**

7.1.1.	Servicio Internacional Operante en el País	\$ 436,60
7.1.2.	Servicio Internacional NO Operante en el País que tiene Oficinas de venta	\$ 342,20
7.1.3.	Servicio Internacional NO Operante en el País que tiene oficina de representación o información	\$ 236,00
7.1.4.	Servicio Nacional	\$ 413,00
7.1.5.	Vuelos fletados Internacionales (Charter) cada vuelo	\$ 177,00
7.1.6.	Servicio de Avionetas y Helicópteros	\$ 141,60
7.1.7.	Funiculares o teleféricos, por cabinas	\$ 59,00

**7.2. CRUCEROS TURÍSTICOS NACIONALES**

Pagaran la cantidad fija por embarcación que resulte de dividir el valor máximo fijado a continuación para 100 y multiplicado por el número de plazas autorizadas, hasta un máximo de la cantidad fijada para su categoría.

**7.2.1. TRANSPORTE MARÍTIMO**

		Por plaza	Máximo
7.2.1.1.	Motonaves	\$ 17,70	\$ 1.770,00
7.2.1.2.	Motoveleros	\$ 14,16	\$ 1.416,00
7.2.1.3.	Yates de Pasajeros	\$ 14,16	\$ 1.416,00
7.2.1.4.	Lanchas de Pasajeros	\$ 14,16	\$ 1.416,00
7.2.1.5.	Lanchas de Tour Diario	\$ 11,80	\$ 1.180,00

### TABLA DE COBROS: Registro - LUAF - Renovación LUAF

#### Acuerdo No. 20130002

7.2.2.	TRANSPORTE FLUVIAL	Por plaza	Máximo
--------	--------------------	-----------	--------

Pagarán la cantidad de multiplicado por el número de plazas autorizadas, hasta un máximo de la cantidad fijada para su categoría.

	\$ 3,95	\$ 318,60
--	---------	-----------

7.3.	TRANSPORTE TERRESTRE.
------	-----------------------

7.3.1.	Servicio Internacional de Itinerario Regular	Por vehículo	Máximo
		\$ 141,60	\$ 354,00
7.3.2.	Servicio de transporte terrestre turístico	\$ 59,00	\$ 354,00
7.3.3.	Servicio de transporte de carretas	\$ 59,00	\$ 354,00
7.3.4.	Alquiler de casas rodantes (Caravana)	\$ 23,60	\$ 354,00
7.3.5.	Alquiler de automóviles (Rent a Car)	\$ 23,60	\$ 354,00
7.3.6.	Alquiler de tricar, cuadrones, motos, bicicletas y afines	\$ 11,80	\$ 354,00

Elaborado por:



Evelyn Peñaherrera T

SERVIDOR PUBLICO

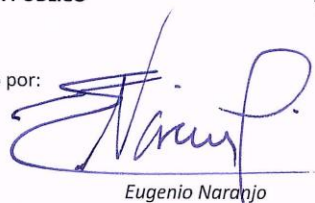
Revisado por:



Claudia Falconi

DIRECTORA DE DESARROLLO


Aprobado por:



Eugenio Narajo

SUBSECRETARIO DE GESTIÓN TURÍSTICA


**ANEXO 9**



**SOLICITUD DE REGISTRO**

**ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS**

**PERSONAS NATURALES**



Yo, ..... a ..... de ..... del 20....

Yo, ..... en calidad de Representante Legal de La empresa ..... solicito al (a la ) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica): .....

Nombre del Establecimiento: .....

Ubicación del establecimiento: .....

Provincia	Cantón	Ciudad

Calle	No.	Transversal	Sector	Teléfono

Fecha de Constitución: .....

Fecha de Inicio de Operaciones: .....

Registro Único de Contribuyentes: ..... Número de cédula: .....

Monto de inversión: .....

Número de empleados: .....

Número de mesas: ..... Número de plazas .....

Número de habitaciones: ..... Número de plazas .....

Observaciones: .....

**Atentamente,**

**REPRESENTANTE LEGAL**

**CROQUIS**

Revisado e ingresado por: .....

VERSION 03



## SOLICITUD DE REGISTRO



### ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS PERSONAS NATURALES

#### REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

1. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
2. Copia de la cédula de identidad
3. Copia de la última papeleta de votación
4. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual ( IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:  
**Quito:** Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum  
**Guayaquil:** Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral  
**Cuenca:** Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
7. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
8. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.  
(Formulario del Ministerio de Turismo)
9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
10. Permiso de uso del suelo (***para bares y discotecas***)

Revisado e ingresado por:.....

VERSION 03