



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**TITULO:**

**“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO,  
PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA  
MONTAÑITA”, EN LA CIUDAD MATRIZ DEL CANTÓN  
SHUSHUFINDI.”**

*Tesis previa a la obtención del Título  
de Ingeniero en Administración  
Turística*

**AUTOR:** Byron Alcides Ramón Jiménez

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Washington Enrique Villacís Zapata., Mg. Sc.

**LOJA – ECUADOR**

**2016**

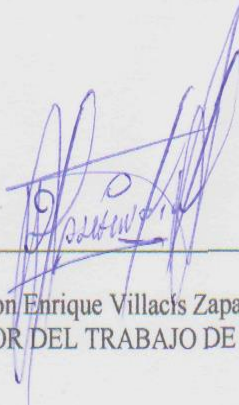
ING. WASHINGTON ENRIQUE VILLACÍS ZAPATA., MG.SC.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
DEL PLAN DE CONTINGENCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE  
LOJA, SEDE TENA.**

**CERTIFICO:**

Que la presente tesis titulada **“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO, PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA MONTAÑITA”, EN LA CIUDAD MATRIZ DEL CANTÓN SHUSHUFINDI.”**, desarrollada por **Byron Alcides Ramón Jiménez**, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Tena, 05 de octubre del 2015



---

Ing. Washington Enrique Villacís Zapata., Mg. Sc.  
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TESIS

## AUTORÍA

Yo, **Byron Alcides Ramón Jiménez**, declaro ser autor del presente Trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi trabajo de tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

**AUTOR:** Byron Alcides Ramón Jiménez

**FIRMA:**  .....

**CÉDULA:** 1720642154

**FECHA:** Loja, abril de 2016

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR  
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y  
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Byron Alcides Ramón Jiménez, declaro ser autor, de la Tesis titulada: **“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO, PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA MONTAÑITA”, EN LA CIUDAD MATRIZ DEL CANTÓN SHUSHUFINDI.”**, Como requisito para optar al grado de: **Ingeniero En Administración Turística**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional (RDI).

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, el 14 de abril del 2016, firma el autor.

**FIRMA:**  .....

**AUTOR:** Byron Alcides Ramón Jiménez

**CÉDULA:** 1720642154

**DIRECCIÓN:** Sucumbios Shushufindi, Barrio Central

**CORREO ELECTRÓNICO:** byron.rj@hotmail.com

**TELÉFONO:** 062840614

**CELULAR:** 0992523767

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Washington Enrique Villacís Zapata., Mg. Sc.

**TRIBUNAL DE GRADO**

**PRESIDENTE:** Lcdo. Diego Patricio Chiriboga Coca., Mg. Sc.

**VOCAL:** Ing. Fausto Ramiro García Vasco., Mg. Sc.

**VOCAL:** Ing. Jorge Fabián Yáñez Palacios., Mg. Sc.

**a). TÍTULO**

**“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO,  
PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA  
MONTAÑITA”, EN LA CIUDAD MATRIZ DEL CANTÓN  
SHUSHUFINDI.”**

## **b) RESUMEN**

El trabajo de investigación se realizó en el Cantón Shushufindi en su ciudad matriz, evidenciando la necesidad de los habitantes y turistas de la zona de no haber un lugar adecuado donde puedan recrearse sanamente ya que los centros turísticos del sector no cumplieron las necesidades de los visitantes. Por este motivo se diseñó el plan de negocios mediante el estudio de mercado, para proponer la creación del complejo turístico la “MONTAÑITA”, el mismo que aportó de forma positiva a la vida y rutina diaria de las personas. El proceso de investigación que se utilizó para el proyecto fue el análisis situacional del área para conocer el mercado donde se desarrolló la empresa, analizando sectores, entre ellos la infraestructura de los servicios básicos del sector, aspectos naturales, culturales, análisis demográfico, diagnóstico económico, análisis socio cultural. Se consideró la factibilidad del estudio situacional y se desarrolló el plan de negocios mediante un estudio de mercado para el cual se utilizaron: datos de las encuestas donde se obtuvo los servicios que se implementaron, se determinó la competencia y los proveedores. Con toda esta información se elaboró el diseño del complejo turístico que determinó la funcionalidad de sus áreas y actividades con las cuales contó el proyecto y su correcta distribución. El diseño del complejo se rigió a las normas exigidas por el GOBIERNO AUTONOMO DECENTRALIZADO MUNICIPAL del Cantón Shushufindi por ser esa su competencia. Prevalció sobre todo la atención eficiente al cliente, siendo su rédito, el éxito del Complejo Turístico.

**Palabras claves:** Plan de Negocios, Estudio de Mercado, Complejo Turístico

## **ABSTRACT**

The research was conducted in the Canton Shushufindi in its parent city, highlighting the need for residents and tourists in the area have not a suitable place where they can indulge healthily as resorts in the sector did not meet the needs of visitors. For this reason the business plan was designed by the market research, to propose the creation of the resort the "MONTAÑITA" the same that contributed positively to life and daily routine of people form. The research process that was used for the project was the situational analysis of the area to know the market where the company was developed by analyzing sectors, including infrastructure of basic services sector, natural, cultural, demographic analysis, economic diagnosis, socio-cultural analysis. Situational feasibility study was considered and the business plan was developed through a market study for which were used: survey data where the services were implemented was obtained, competition and suppliers determined. With this information the design of the resort which determined the functionality of their areas and activities which featured the project and its proper distribution was developed. The design of the complex was guided to the standards required by the MUNICIPAL GOVERNMENT AUTONOMO decentralized Shushufindi Canton because this is their competition. It prevailed especially efficient customer service, and its revenue, the success of the Tourist Complex.

**Keywords:** Business Plan, Market Research, Tourist Complexes

## c) INTRODUCCIÓN

La investigación del plan de negocios para el Complejo Turístico se realizó en el Cantón Shushufindi de la Provincia de Sucumbíos, donde se encontró la disponibilidad de todos los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados en el diseño, su factibilidad se apoyó en los tres aspectos básicos: ser operativo, técnico y económico. Se inició con el estudio de la falta de lugares recreacionales en el sector, teniendo como resultado dentro de la población y visitantes de Shushufindi la falta de un lugar recreacional que contenga la mayoría de las actividades recreativas, aquí nace el problema de investigación y la fundamentación teórica a la cual se dirigió esta tesis.

Una de las causas por las que se realizó el plan de negocios fue la necesidad de espacios recreativos confortables técnicamente, dado por la demanda de los turistas internos y de los visitantes del Cantón Shushufindi, por ser este un lugar de atracción turística donde se pueden integrar diferentes actividades recreativas. Por este motivo el plan de negocios para la implementación del Complejo Turístico “La Montañita” destinó de forma integral la mayoría de las áreas recreativas como son: piscina semiolímpica, piscina para niños, cancha de fútbol, cancha de boliche, área de camping, pesca deportiva, dado que la demanda de esparcimiento es parte del mercado en desarrollo y los nuevos enfoques de la sociedad tienden así los productos y servicios saludables.

El proyecto contribuyó a mejorar significativamente el turismo del sector, el beneficio llegó a los turistas internos y a los visitantes del Cantón Shushufindi, al conocer los servicios que se ofrecieron optaron por este destino dando como referente al Complejo Turístico la “Montañita”. Se activó positivamente la matriz productiva de la población del lugar a través del Plan de Negocios para el Complejo Turístico, se desarrollando un diagnóstico por componentes que garantizó su éxito. Permitted determinar al proyecto como pionero por haber mejorado el turismo del lugar y haber dado el buen uso del tiempo libre.

Fue una de las metas, lograr que la mayoría de visitantes que llegaron al Cantón Shushufindi visiten el Complejo Turístico, hayan disfrutado de una



atención de calidad y calidez, y que a su retorno a su lugar de origen, el Complejo Turístico la “Montañita” sea recomendado como un lugar agradable para visitar.

Tener un Complejo Turístico en Shushufindi es generar fuentes de ingreso, plazas de trabajo, dar la oportunidad a los emprendedores de la zona para comercializar sus creatividades, generar una buena imagen para que recorra el país y fuera de él, que todo visitante no deje de llevar sus recuerdos elaborados por las manos hábiles de las culturas como son los Kichwa, Shuar, Siona, Secoya y Pueblo Afro; fotografías de la magia amazonia, el misterio de su selva plasmada en ellas, sus ritos, así se activa a uno de los sectores olvidados de este sector amazónico.

Complementariamente se creó un sitio de distracción y recreación para todo el sector, permitiendo activar a la sociedad entera en el buen uso del tiempo libre, invitándole a salir de la vida sedentaria, que disfruto plácidamente con la familia, amigos, compañeros de trabajo.

El Complejo Turístico se censo en el Ministerio de Turismo del Ecuador, estar tomados en cuenta en la información nacional, mostrar su riqueza y atractivos, con toda seguridad atraerá a más de los turistas, curiosos y aventureros.

Por este motivo se ha planteado los siguientes objetivos

### **Objetivo General**

Diseñar el plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación del complejo turístico “la montañita”, en la ciudad matriz del Cantón Shushufindi.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio.

- Elaborar el plan de Negocios para determinar la viabilidad del proyecto mediante un estudio de mercado.
- Diseñar el complejo turístico para determinar la funcionalidad de sus diferentes áreas.
- Socializar el proyecto a los habitantes del cantón.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **4.1. El Plan de Negocios**

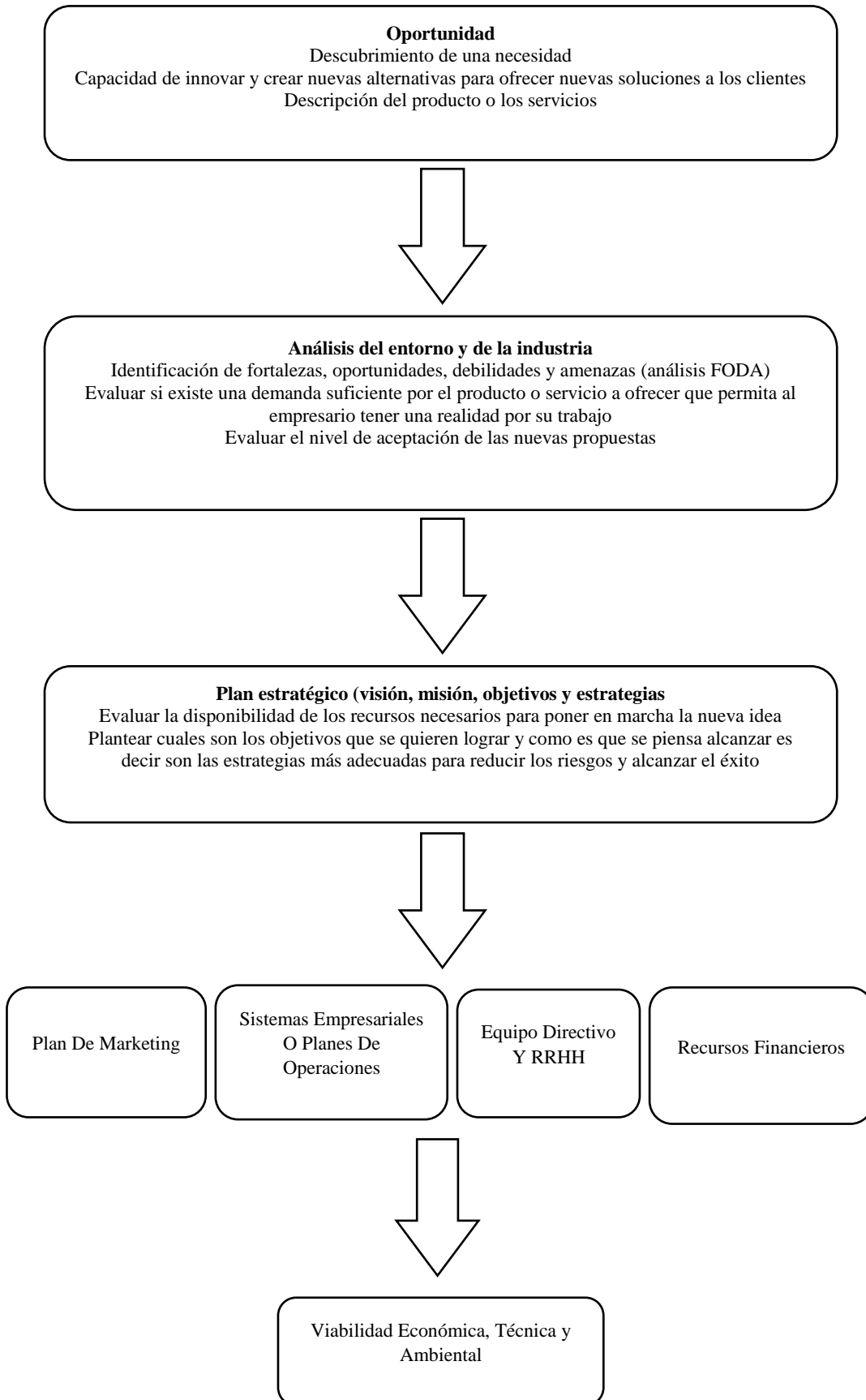
Por lo general, para la creación de nuevas empresas o la creación de nuevas unidades de negocios para empresas en marcha, es necesario y útil desarrollar un plan de negocios que permita evaluar la probabilidad de éxito de una nueva aventura empresarial y reducir la incertidumbre y el riesgo que cualquier actividad no planificada tiene. En él, se podrá analizar el entorno en el que se desarrollará la empresa, precisar la idea y el modelo de negocio elegido, establecer los objetivos que se quieren alcanzar, definir las estrategias que llevarán a la empresa al éxito y detallar cómo se organizarán los procesos de producción, ventas, logística, personal y finanzas, para que se logre satisfacer las necesidades de los potenciales clientes. (VILLARÁN KAREN, pág. 25).

Todo este análisis permitirá reducir el riesgo de fracaso, cuidar la buena imagen del empresario, conocer cuál es el rendimiento económico y financiero que se espera del negocio y contar con una herramienta que permita controlar el crecimiento y desarrollo de un nuevo negocio.

#### **4.1.1. ¿Qué es un plan de negocios?**

El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán “amigable”, en cuanto al contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado. (VILLARÁN KAREN, pág. 33).

## Gráfico N° 1. Esquema de un plan de negocios



Fuente: (VILLARÁN KAREN, pág. 34)

Elaborado por: El autor

#### **4.1.2. El uso del plan de negocio**

El plan de negocio cumple tres propósitos fundamentales:

Formalizar para los promotores del negocio o generadores de la idea, la descripción concreta, explícita y minuciosa de las actividades del negocio en cada una de sus áreas o componentes para guiar su montaje y su operación. (BOTERO B., 2010, pág. 10).

Mostrar esa misma descripción al recurso humano que se vincule al negocio, para que le sirva como marco de referencia con respecto a sus objetivos y componentes, y para orientar su actuación y dirigirla hacia la concreción de sus metas. (BOTERO B., 2010, pág. 10).

Presentar esa misma descripción a los socios y financiadores potenciales, con el cálculo de los resultados financieros que aspira alcanzar la empresa para justificar su inversión. El plan de negocio o partes del mismo pueden usarse como base para la construcción de la oferta a clientes potenciales. (BOTERO B., 2010, pág. 10).

El plan de negocio no es un manual para el manejo de éste, pues un asunto es planear un negocio, y otro, es desarrollar y controlar que lo que se haga en la práctica, que depende de múltiples factores, esté de acuerdo con el plan. (BOTERO B., 2010, pág. 10).

El uso del plan de negocios es básicamente una herramienta usada para poder detallar una idea de negocio donde se detalla sobretodo el recurso humano que vamos a necesitar para el proyecto.

#### **4.1.3. ¿Cómo se redacta un plan de negocios?**

Escribir un plan de negocios no es una tarea simple, pues requiere de un gran conocimiento de la industria y de la empresa, así como buena habilidad para

comunicarse de manera escrita. El proceso de escribir un plan de negocios es muy útil para determinar la factibilidad del negocio, y este plan debe ser consultado y actualizado constantemente para no perder la orientación del negocio. El desafío está en convertir la idea de negocio en una realidad. (CEBALLOS, pág. 40).

Por lo general, el plan de negocios se va escribiendo en la medida que se consigue la información para cada acápite de la estructura. Es un documento que se escribe, se modifica y se reescribe, según se va consiguiendo la información relevante para tomar decisiones sobre cada uno de los elementos y variables que lo conforman. Se trata de un documento en el que se presenta una serie de análisis interrelacionados con retroalimentación permanente, que muchas veces obliga a retroceder en el proceso y a repetirlo en varias etapas. (CEBALLOS, pág. 40).

En consecuencia, es importante que usted sepa que para escribir un plan de negocios:

- a.** No es necesario haber completado el análisis de una de las etapas del plan de negocios para continuar con la siguiente etapa.
- b.** No existe una secuencia sobre la elaboración del plan de negocios y su índice es sólo una referencia.
- c.** Cada participante involucrado en la elaboración del plan de negocios debe poner en marcha su creatividad, flexibilidad, conocimientos e iniciativa.
- d.** Se debe desarrollar con un enfoque de espiral, es decir, que cada vez que se tome una decisión en alguna parte del plan de negocios, es necesario revisar si dicha decisión obliga a ajustar otras partes del plan. Para ilustrar este punto, asumamos que ABC es una empresa exportadora de prendas de vestir hechas a mano que ha decidido cambiar a su proveedor. Este cambio podría tener un efecto sobre el costo y la calidad del producto y en consecuencia sobre el precio, el volumen de ventas y la satisfacción del cliente. (VILLARÁN KAREN, pág. 38).

#### **4.1.4. Beneficios de un plan de negocios**

Los beneficios que se obtienen de tener un plan de negocios escrito son:

- Los negocios con planes escritos tienen más éxito. Este hecho solamente justifica el gasto y el trabajo de realizar un plan de negocios.
- Ayuda a clarificar y enfocar las metas y objetivos del negocio.
- Ayuda a coordinar los diferentes factores de un negocio que son necesarios para el éxito.
- Permite confrontar las ideas con la realidad porque la dinámica del plan fuerza a considerar todos los factores relevantes del negocio, sin olvidarse de ninguno.
- Es una herramienta muy útil para conseguir la adhesión de elementos claves del negocio: inversionistas, proveedores, equipo directivo, etc.
- Es un cronograma de actividades que permite coordinar la realización de tareas de acuerdo con un calendario establecido.
- Es una herramienta para el modelado del negocio que permite trabajar con flexibilidad en la organización, al ofrecer la posibilidad de realizar cambios cuando algunos de los factores del negocio experimentan variaciones.
- Es un instrumento de control que permite detectar desviaciones del plan original; así como evaluar el progreso del proyecto y ajustar el plan en función de resultados parciales.
- Es un punto de referencia para futuros planes de nuevos proyectos que aparezcan a medida que el negocio evoluciona. (GARCÍA JOSÉ, MARZO 2006, pág. 7).

#### **4.1.5. Estudio de Mercado**

Un Estudio de mercado es el resultado del proceso de recolección, análisis e interpretación de información relativa al mercado objeto de estudio. Los principales motivos para la realización de estudios de mercado son los siguientes:

- Es un recurso importante para el éxito de tu proyecto empresarial en la medida en que te permitirá comprender el mercado en el que vas a localizar tu actividad.
- Ofrece una visión actualizada de tu sector de actividad, es decir, cuál ha sido su evolución en los últimos años, la situación actual y las perspectivas de futuro.
- Puede ser determinante a la hora de identificar una oportunidad de negocio o, por el contrario, identificar alternativas en caso de que tu proyecto inicial no sea viable.
- Permite una evaluación y supervisión del funcionamiento de tu empresa.

La investigación de mercados te puede ayudar también a evaluar los resultados de tus esfuerzos. Te indica si debes continuar, cambiar o cancelar tu plan de negocio, si el producto vendido es adecuado o si la nueva gama que planeas comercializar tiene cabida en el mercado. También te aporta información sobre la acogida de una nueva campaña de publicidad y sobre nuevas modificaciones que podrían ser exitosas. (FERRÉ JOSÉ, 2005, pág. 12).

#### **4.1.6. Tipos de Estudios de Mercado**

El tipo de estudio de mercado podrá variar en función de los objetivos que te plantees para tu proyecto empresarial, a continuación se recogen los más habituales:



- 1. Lanzamiento de una nueva línea de actividad.** Es habitual la realización de estudios de mercado con el fin de analizar la aceptación de un producto o servicio en el mercado. El conocimiento de los factores de la demanda resulta determinante a la hora de diseñar la oferta y de que ésta cumpla las exigencias del mercado.
- 2. Entrada en un nuevo mercado.** Es habitual que muchas empresas decidan ampliar su mercado, tanto a nivel nacional como internacional. Las diferencias sociales, políticas y económicas obligan a muchas empresas a conocer previamente su mercado objetivo, con el fin de adaptarse a éste.
- 3. Evaluación de las causas del descenso de ventas en la empresa.** La mayoría de las empresas deben enfrentarse, antes o después, a situaciones financieras conflictivas, lo que obliga en muchos casos a investigar las causas de dicha crisis, con el fin de hacer un diagnóstico que contribuya a tomar las decisiones acertadas.
- 4. Impacto de una campaña publicitaria.** Son muchas las empresas que realizan importantes inversiones en publicidad, lo que requiere que ésta tenga los efectos esperados. Mediante la realización de un estudio de mercado es posible medir o predecir el impacto que una campaña de publicidad puede tener en las ventas de un producto o servicio.
- 5. Modificación de un producto.** La fuerte competencia en los mercados obliga a muchas empresas a desarrollar nuevos productos o servicios o a mejorarlos, lo que implica tener que conocer las necesidades cambiantes de los clientes para afrontar de mejor forma la competencia. (DAYANE, 2005, pág. 30).

El estudio de mercado es una parte fundamental para poder comenzar a realizar o implementar una idea de negocio y lanzarlo al mercado ya que nos dará las pautas necesarias para poder elaborar el producto para el consumidor.

#### **4.1.7. Fases de un Estudio de Mercado**

Para la realización de un estudio de mercado debes seguir los siguientes pasos:

Establecer los objetivos. En primer lugar, es necesario establecer qué pretendes conseguir con el estudio, es decir, a dónde quieres llegar. Ésta suele ser la tarea más difícil, ya que va a condicionar el planteamiento del estudio y su estrategia. Si no se realiza correctamente, el resultado puede dar lugar a la toma de decisiones erróneas y a definir acciones ineficaces para cumplir los objetivos. Los objetivos deben expresarse con claridad para evitar posibles desviaciones en el proceso de investigación y deben ser susceptibles de alcanzarse; son las bases del estudio y deben tenerse presentes durante todo el desarrollo del mismo. (MALHOTRA NARESH, 2008, pág. 24).

Determinar las necesidades de información. Para el cumplimiento de los objetivos, es decir, diseñar la investigación a realizar. Una vez identificados los objetivos debes determinar qué información concreta necesitas y, además, deberás establecer las fuentes de información más adecuadas para cada una de las necesidades establecidas. Existen dos tipos diferentes de fuentes de información: las fuentes primarias, que consisten en investigación de campo por medio de encuestas y otros métodos; y las fuentes secundarias, en las que se recopila toda la información existente del tema, es decir, que ya está elaborada (estadísticas gubernamentales, privadas o internas de empresa). Es necesario conocer toda la información que existe en el mercado y, con esa base, decidir dónde realizar la investigación. (MALHOTRA NARESH, 2008, pág. 24).

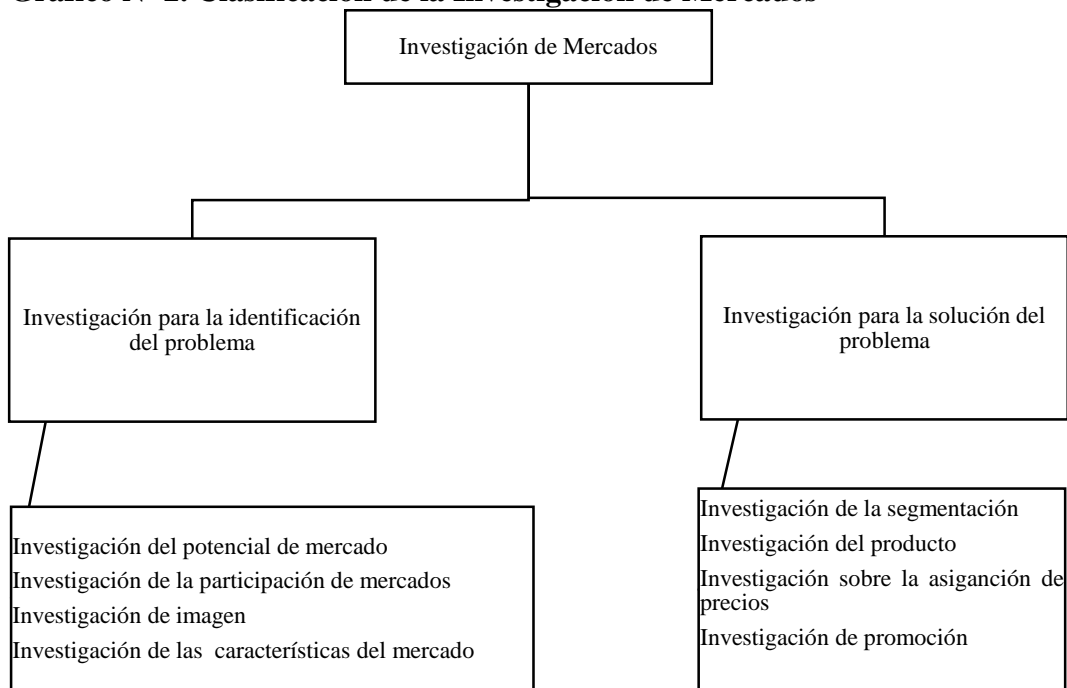
Recopilación, tratamiento y análisis de la información obtenida. Esta fase dependerá, en gran medida, de las necesidades de información establecidas y de las fuentes a utilizar a lo largo del estudio. Debes valorar hasta qué punto esa información es trascendental para el desarrollo del estudio o si, por el contrario, puedes sustituirla con otros datos. En este sentido, resulta más importante la calidad de la información, y que ésta se ajuste a los objetivos, que la cantidad de información que puedas obtener. (MALHOTRA NARESH, 2008, pág. 24).

Elaborar el informe final. Dicho informe deberá recoger, de forma estructurada, la información recabada durante la fase anterior, explicando los resultados y conclusiones obtenidas. Esta última fase, la elaboración del informe final, va a variar en función del tipo de estudio que se vaya a realizar o de los objetivos establecidos. (MALHOTRA NARESH, 2008, pág. 24).

#### 4.1.8. Clasificación de la Investigación de Mercados

Se plantea que las organizaciones realizan investigación de mercados por dos razones: 1. identificar y 2. Resolver problemas de marketing. Como se muestra en el gráfico

**Gráfico N° 2. Clasificación de la Investigación de Mercados**



**Fuente:** (MALHOTRA NARESH, 2008)

**Elaborado por:** El autor

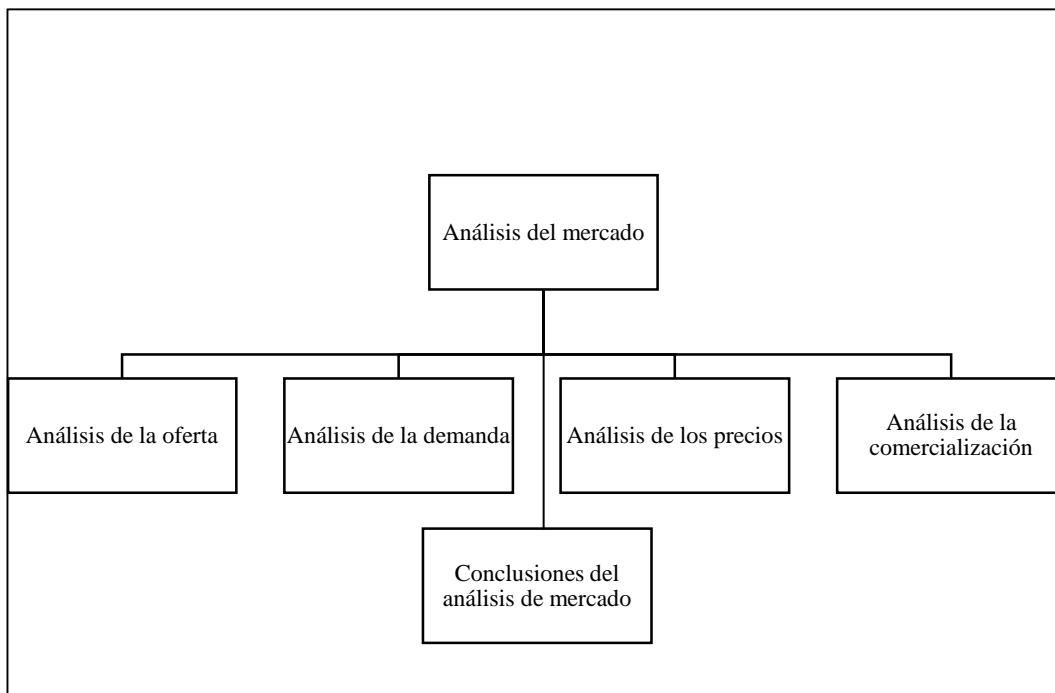
Cuando se elabora un estudio de mercado hay que tener en cuenta que durante la investigación pueden surgir objetivos adicionales, modificarse los objetivos iniciales e, incluso, ser sustituidos por nuevos objetivos, dependiendo de la dirección que tome la investigación.

### 4.1.9. Estructura de Análisis

Para el análisis de mercado se reconocen cuatro variables fundamentales que conforman la siguiente estructura:

El tipo de metodología que se presenta tiene la característica fundamental de estar enfocada exclusivamente para aplicarse en estudios de evaluación de proyectos.

**Gráfico N° 3 Estructura de Análisis**



**Fuente:** (URBINA GABRIEL, 2006)

**Elaborado por:** El autor

### 4.1.10. Ciclo de vida del producto

Cada día nacen multitud de productos y servicios. No obstante, pocos encuentran el secreto de la vida. Conocer la fase del ciclo en la que se encuentra nuestro producto o servicio nos permitirá diseñar la estrategia más eficaz para alargar su vida en un mercado cada vez más cambiante y rápido. Es un error dejar morir un producto en el lineal, Hay que intentar innovar y alargar por tanto la vida de los productos. (URBINA GABRIEL, 2006, pág. 55).

Sabemos que la importancia del producto en la empresa ha llevado a esta a tratar de sistematizar el comportamiento de las ventas de los productos a través de su permanencia en el mercado. Unos permanecen mucho tiempo y otros tienen una duración efímera. Aún más, ¿durante todo el tiempo de permanencia, las ventas no sufren fluctuaciones? ¿La problemática de precios, estrategias de publicidad, presión de la demanda y de los competidores son siempre las mismas?, y también, ¿Es similar para todos los productos? La observación de las situaciones y fases por las que atraviesan los productos en el mercado ha permitido deducir que este recorre un camino que se asemeja al de los seres vivos, como le ocurre a la propia empresa cuando se renueva e innova. (URBINA GABRIEL, 2006, pág. 55).

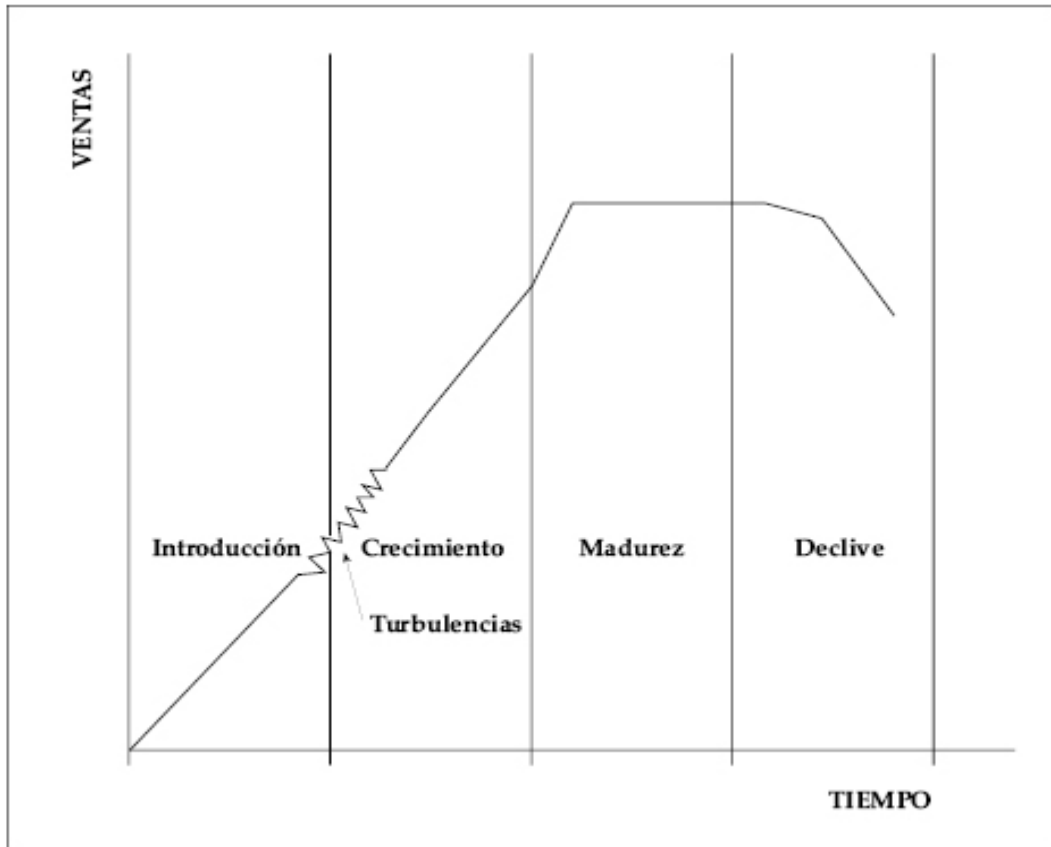
No cabe duda de que al ser cierto este concepto, el conocimiento de dónde nos encontramos y cuáles son las características de la etapa que va a venir nos permitirá sacar importantes ventajas, si nos preparamos a tiempo. El ciclo de vida del producto es un concepto aceptado hoy día por casi todos, pero no siempre se utiliza y menos aun adecuadamente. Pensemos que, como toda teoría de base experimental, puede tener excepciones, o mejor, no adaptarse muy bien a ciertos productos. Se deduce, por tanto, que la aplicación práctica del ciclo de vida del producto, a partir de las consideraciones teóricas que se deduzcan, requerirá unos estudios particulares, adaptados al tipo de mercado-producto de que se trate. (HERMIDA J, 2006, pág. 31).

El descubrimiento del modelo de ciclo de vida del producto se debe a Theodore Levitt, quien empleó el concepto por primera vez en un artículo de 1965 publicado en la Harvard Business Review. Según Levitt los productos, igual que los seres vivos, nacen, crecen, se desarrollan y mueren, pero el mundo de la empresa hace que estos conceptos puedan quedarse algo obsoletos ya que en la actualidad el ciclo de vida tiene una nueva etapa vital para el desarrollo satisfactorio del producto, estamos hablando de las turbulencias. Por tanto, en el siglo XXI debemos hablar de cinco etapas:

- Lanzamiento o introducción.
- Turbulencias.

- Crecimiento.
- Madurez.
- Declive.

**Gráfico N° 4 Ciclo de vida de un producto**



Fuente: (HERMIDA J., 2006, pág. 33)

Elaborado por: El autor

Hay que tomar en cuenta el ciclo de vida de un producto ya que está ligado al seguimiento que se le dé, ya que si creamos un producto y este a tenido éxito en el mercado y dejamos de analizar la demanda este puede caer y dejar de ser consumido por esto es importante saber en qué ciclo de vida esta nuestro producto para poder sacarle el mayor provecho posible.

#### 4.1.11. Diagnóstico Situacional

“El término Diagnóstico Situacional tiene mucho que ver con una corriente teórica denominada Enfoque Situacional o Contingencial, que es una corriente

que parte del principio según el cual la Administración es relativa y situacional, es decir, depende de las circunstancias ambientales y tecnológicas de la organización. En otras palabras, conjuga el momento y el contexto en que la organización se encuentra. (VELÁZQUEZ, 2007, pág. 4).

La palabra contingencia significa algo incierto, que puede suceder o no, dependiendo de las circunstancias. Se refiere a una proposición cuya verdad o falsedad solamente puede conocerse por la experiencia y por la evidencia, y no por la razón. El Enfoque Contingencial enfatiza que no se alcanza la eficacia organizacional, ósea, no existe una forma única y mejor para organizar en el sentido de alcanzarse los objetivos variados de las organizaciones dentro de un ambiente variado. (VELÁZQUEZ, 2007, pág. 4).

La Teoría Situacional enfatiza que no existe nada de absoluto en las organizaciones o en la teoría administrativa, todo es relativo, todo depende. El Enfoque Contingencial explica que existe una relación funcional entre las condiciones del ambiente y las técnicas administrativas apropiadas para el alcance eficaz de los objetivos de la organización. (VELÁZQUEZ, 2007, pág. 4).

Así también transmite un sentido de dinamismo, o sea que lo que define su realidad actual no puede ser considerado inamovible, pues lo detectado está determinado por la situación actual en que se encuentra. Y esta situación se da por varios factores internos y externos, que combinados establecieron estas condiciones. El ambiente estable es el ambiente que presenta pocos cambios, y estos cambios generalmente son previsibles. Hay que tener en cuenta que la situación no va a ser permanente, no porque no se quiera sino más bien porque lo único constante es el cambio, y por más pequeño que este sea siempre genera un cambio en la organización. (VELÁZQUEZ, 2007, pág. 4).

El análisis situacional es la base de la definición del Pensamiento Estratégico, dado que mediante el mismo se produce la vinculación de la empresa con su contexto y su competencia, el Análisis situacional es entonces un análisis general de la situación de cuáles son los aspectos fuertes y débiles de la misma.

## **4.2 Complejo Turístico**

### **4.2.1 Planificación**

La planificación es uno de los pasos más importantes que permitirá tomar decisiones acertadas dentro de la ejecución del proyecto. Es así como se ve en la necesidad de elaborar un diseño sustentable que requiere plantear estrategias sobre una base ecológica para crear proyectos que no alteren o perjudiquen los sistemas existentes en el sitio, sino más bien que ayuden a repararlos y restaurarlos. (PIQUERAS, pág. 13).

El primer paso en el diseño de la infraestructura es el proceso de selección del sitio, entendido como aquel que identifica y balancea el atractivo de un sitio (natural y cultural) contra el costo inherente de su desarrollo. Debe considerar los siguientes factores: número de visitantes; densidad de las facilidades y edificaciones; acceso a atractivos naturales y culturales; actividades tradicionales, existencia y requerimientos de servicios básicos; separación de las facilidades de apoyo de las áreas de uso público; proximidad de bienes, servicios y alojamiento. (PIQUERAS, pág. 13).

El segundo paso debe tomarse consideraciones de adaptación del diseño al sitio para lo cual habrán de analizarse las características naturales y culturales del contexto, entre las primeras figuran: vientos, insolación, soleamiento, lluvias, topografía, geología y suelos; ecosistemas acuáticos, vegetación, fauna y características visuales (del paisaje). Por su parte en el contexto cultural se analiza la arqueología e historia de la zona, así como las culturas indígenas y otros grupos comunitarios que vivan actualmente en la zona. (PIQUERAS, pág. 13).

El tercer paso es la planeación, diseño y construcción de la infraestructura, dando confort y seguridad al visitante, y facilidades de acceso tanto para el área como para el sitio y los atractivos principales (naturales y culturales). El diseño de la infraestructura es un proceso de intervención que tiene como objetivo determinar propuestas de circulación, estructuras y usos para un fin determinado (habitacional, recreativo, administrativo, etc.). En el caso del diseño de la



infraestructura sustentable, tales propuestas deben implicar un compromiso serio de integración y respeto con el ambiente natural y cultural. (PIQUERAS, pág. 14).

Siendo tan solo un componente más dentro de un sistema natural interdependiente, la especie humana debe desarrollar respeto, compromiso y responsabilidad por el paisaje (entorno) y gastar (invertir) mayores esfuerzos en comprender las interrelaciones de suelos, agua, comunidades vegetales, asociaciones y hábitat, así como los impactos de uso humano sobre los mismos. (PIQUERAS, pág. 14).

#### **4.2.2. La construcción de complejos turísticos y la conservación del medio ambiente**

Es importante integrar las consideraciones relativas a la biodiversidad en la localización y el diseño de hoteles y complejos turísticos para mantener a largo plazo no sólo la viabilidad y conservación de los ecosistemas sino también el éxito financiero de dichos hoteles y complejos. (MERMER, pág. 7).

El sector turístico, del que forma parte el sector hotelero, depende en gran medida del buen estado de ecosistemas, ya que éstos y las especies silvestres, los hábitats, los paisajes y las atracciones naturales que contienen suelen ser precisamente lo que atrae a los turistas a visitar el destino. (MERMER, pág. 7).

La biodiversidad es esencial para la vida humana ya que nos aporta muchos beneficios y servicios importantes. Por ejemplo, los insectos polinizan nuestros cultivos, las aves dispersan las semillas y los hongos, las lombrices y los microorganismos producen nutrientes y suelos fértiles. (MERMER, pág. 7).

Las interacciones entre los organismos y el medio físico influyen sobre el clima, los recursos hídricos y la calidad del aire y ayudan a protegernos de los fenómenos meteorológicos extremos, llegando a mitigar los efectos de las catástrofes naturales. Todos estos beneficios se conocen con el nombre de servicios. (MERMER, pág. 7).

### **4.2.3. La huella ecológica de los hoteles y complejos turísticos**

Aunque los hoteles y complejos turísticos dependen de la biodiversidad y están interconectados con ella, pueden tener un considerable impacto negativo sobre los ecosistemas y los recursos naturales. Los hoteles tienen un impacto sobre la biodiversidad en cada una de las etapas de su ciclo vital, desde su planificación hasta su cierre:

- En la fase de planificación, la cuestión más importante a la hora de determinar el impacto está relacionada con la elección del lugar y el diseño. La elección de los materiales que se utilizarán para su construcción, su lugar de origen y el impacto físico total también influirá en su impacto en la fase de explotación.
- En la fase de construcción, el impacto está determinado por las dimensiones y el emplazamiento de la zona designada para la construcción, los métodos de construcción elegidos, la cantidad y el tipo de materiales y su origen, el agua y la energía utilizadas en la construcción, la ubicación de campamentos temporales para los trabajadores, las instalaciones elegidas para almacenar los materiales de construcción, la cantidad de residuos generados por la construcción y otros tipos de perjuicios tales como la erosión de la superficie del suelo, la compactación causada por las obras o la perturbación del drenaje y flujo naturales de las aguas.
- En la fase de explotación, el impacto está relacionado principalmente con la energía, el agua, los alimentos y demás recursos que se consumen en el curso de sus actividades, los residuos sólidos y líquidos que genera, la forma en que se gestiona todo el recinto y el impacto directo de sus clientes. Además, las reformas y la sustitución periódica de mobiliario, aparatos e instalaciones pueden generar un impacto a través de las decisiones de compra y el aumento de residuos generados. Se puede contribuir a reducir los impactos negativos sobre la biodiversidad mediante un uso más eficiente de la energía y el agua, la elección de alimentos ecológicos y producidos de forma sostenible, la reducción, el tratamiento y la eliminación adecuada de los residuos, las

decisiones de compra realizadas de forma sostenible y la elección de jardines de aspecto natural. Además, la relación entre las edificaciones y las comunidades vecinas no sólo influye sobre la sostenibilidad de las actividades sino también sobre la forma en que las propias comunidades utilizan los recursos ambientales. (MERMER, pág. 9).

### **4.3. Marco Legal**

Para la elaboración del proyecto del complejo turístico nos basamos en las siguientes leyes y reglamentos vigentes:

REGISTRO OFICIAL. Suplemento 733 de 27 de diciembre del 2002 LEY DE TURISMO N° 97. El Registro Oficial es el órgano de difusión del Gobierno Nacional, se encarga de que la ley entre en vigencia a partir de su publicación y difusión

Decreto Ejecutivo 1186 Registro Oficial 244 de 05-ene-2004 Última modificación: 09-ene-2008. REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO Estado: Vigente

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, registro oficial suplemento 144 de 05-mar-2010, aportes del Ministerio de Turismo para el cumplimiento del plan nacional del buen vivir objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva con el Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador (PLANDETOUTOUR) que busca consolidar el turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía.

BANCO NACIONAL DE FOMENTO. DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y MÉTODOS Versión 002 mayo 2012 Guía Técnica. Instructivo que norma la concesión de crédito, micro crédito y crédito asociativo para turismo organizado.

MINISTERIO DE TURISMO. PLANDETUR 2020. Ejecutada por la empresa TOURISM & LEISURE ADVISORY SERVICES (T&L). Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador al 2020. 26 de septiembre del 2007

COOTAD. Reforma publicada en el Registro Oficial N° 166 del 21 de enero del 2014. Art. 54 literal g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

REGISTRO OFICIAL N° 310 jueves 28 de octubre del 2010 publica en el Plan Integral Marketing Turístico del Ecuador PIMTE 214, cuyo propósito es aumentar el número de turistas nacionales e internacionales. Aumentar la oferta de turismo de calidad. Aumentar la promoción internacional. Crear la imagen turística del Ecuador. Potenciar el producto ECUADOR PAÍS y los especializados. Y potenciar un desarrollo sostenible y mejorar la competitividad turística.

#### **4.4. Marco Conceptual**

**Atractivos.** - Se los considera como el origen del sistema turístico ya que territorialmente, el sistema se genera alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo.

**City Tour.** - Itinerario turístico que incluye la visita guiada en una ciudad, se establece lugares con actividades o avistamientos diferentes dentro de la misma.

**Corredor de Estadía.** - Carreteras en que el turista puede encontrar, a lo largo de su recorrido, sitios de interés turístico.

**Demanda.** - Su función es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del

sistema. La demanda está compuesta por los visitantes, que, según la OMT, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. La demanda de un destino también puede caracterizarse en real, potencial o futura.

**Excursiones.** - Una excursión es un recorrido o travesía, generalmente a pie, que tiene uno o más fines, que pueden ser: científicos, culturales, deportivos, educativos, militares, recreativos o turísticos.

A la actividad de realizar excursiones con fines recreativos y deportivos a zonas naturales o rurales se le conoce como excursionismo. La persona aficionada a estas actividades se le conoce como excursionista.

Se conoce también como excursionistas a quienes realizan recorridos turísticos o culturales.

**Función del Circuito Turístico.** - Tiene como objeto igualar la corriente turística de temporada alta con la de temporada baja, de los turistas que visitan los diferentes lugares turísticos Su objeto es mostrar todas las alternativas de interés para los turistas, y así este no se aglomere en ciertos puntos.

**Oferta de Servicios.** - Incluye a los servicios propiamente turísticos como la alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios o catastros que aglutinan a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado.

**Transfer in y Transfer Out.** - El transporte de un pasajero entre dos puntos, como desde el aeropuerto a un hotel o viceversa, a menudo se incluye como un elemento de una gira.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **5.1. Materiales**

Para realizar la investigación se utilizaron los equipos, herramientas e instrumentos que se detalla a continuación los cuales permitieron obtener la información necesaria de la zona para poder desarrollar el proyecto.

#### **5.1.1. Equipos**

- GPS Marca: Garmin N° de Serie: 118759371
- Cámara fotográfica Marca: BENQ, GH700
- Equipos de protección personal.

#### **5.1.2. Herramientas**

- Estación total SOKIA
- Bastones con prisma
- Estacas para posicionar el equipo topográfico
- Libreta topográfica

#### **5.1.3. Insumos**

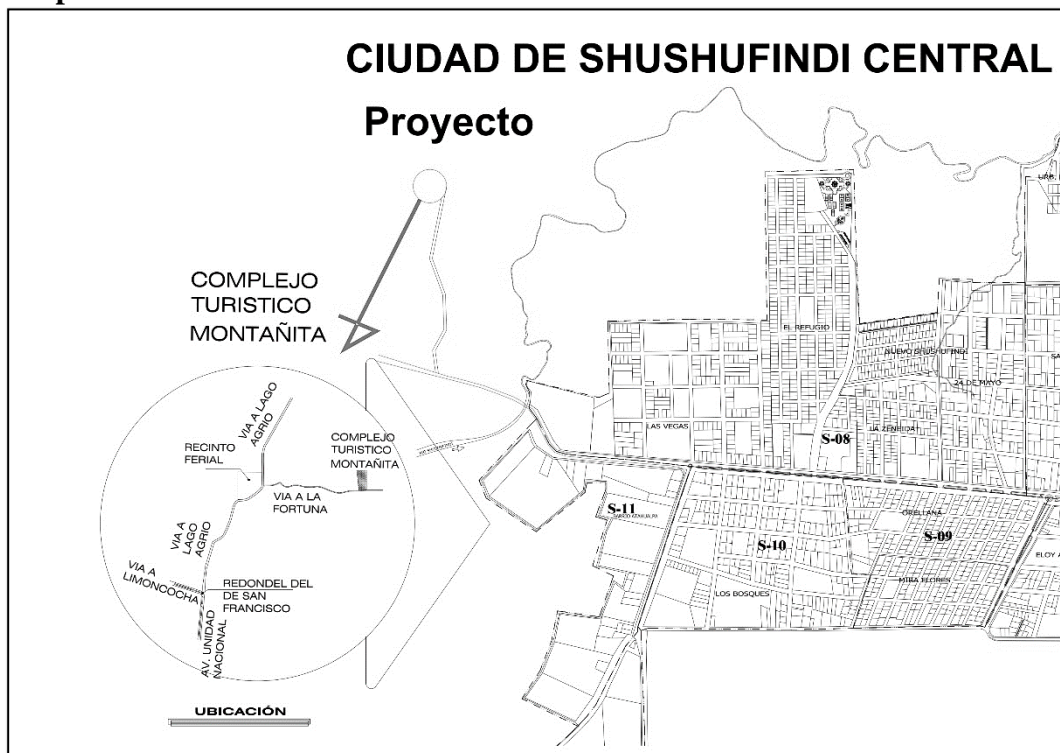
- Mapas de la ciudad de Shushufindi
- Encuestas
- Brújula magnética

## 5.2. Métodos

### 5.2.1. Ubicación del área de estudio

Shushufindi se encuentra en la provincia de Sucumbíos al nororiente del Ecuador su capital provincial es Nueva Loja, Shushufindi cuenta con una población de 50,828 habitantes y tiene una extensión de 2463. 010 km<sup>2</sup> el cantón está dividido en 6 parroquias que son Shushufindi (cabecera cantonal), Limoncocha, Pañacocha, San Roque, San Pedro de los Cofanes, Siete de Julio, tiene una altura de 168 msnm y tiene una temperatura promedio de 25 a 26 °C.

Mapa N° 1 Ubicación del área de estudio



Fuente: SHUSHUFINDI GAD, 2015

Elaborado por: El autor

### 5.2.2. Ubicación Política

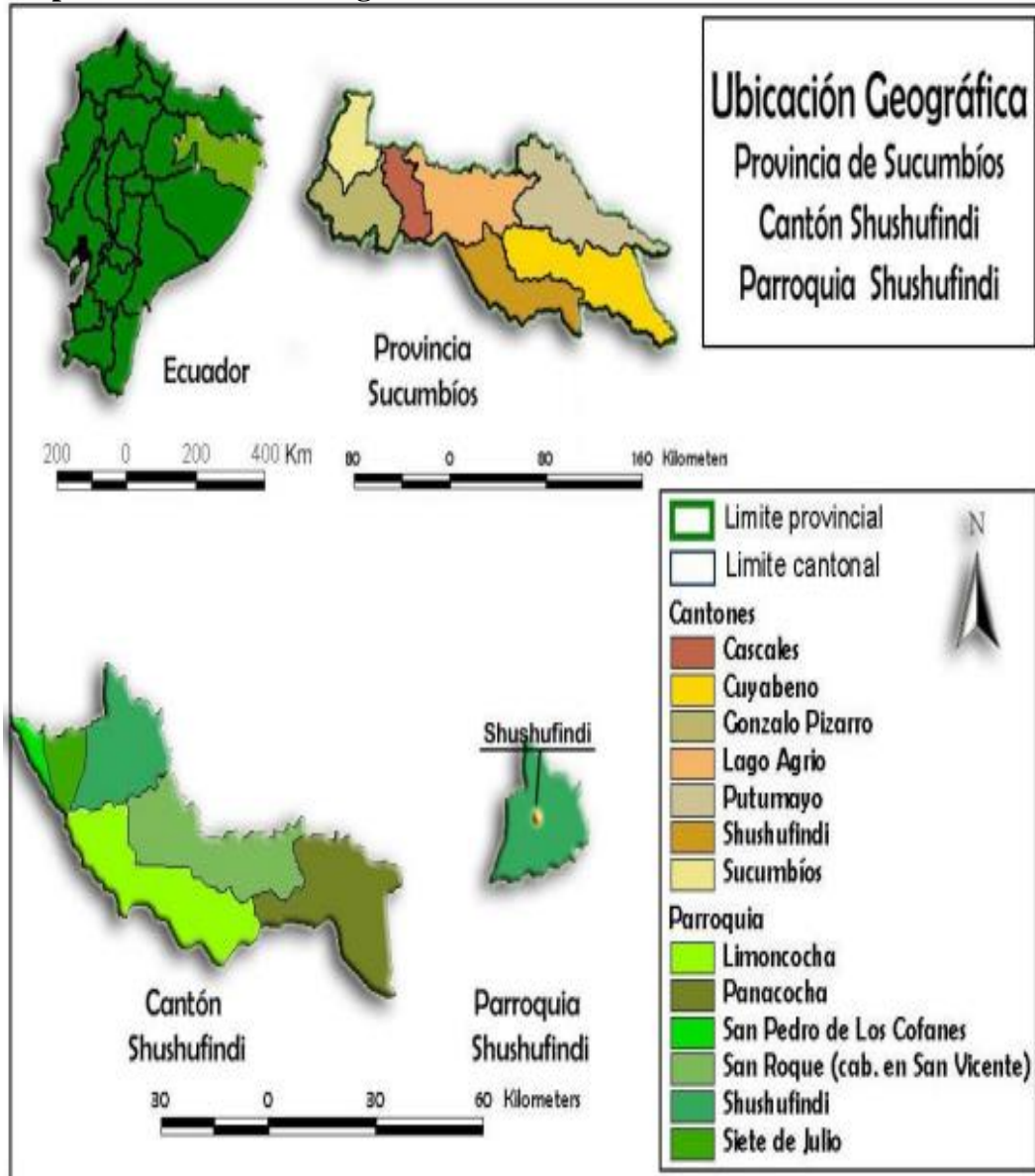
El cantón Shushufindi limita con las siguientes parroquias

- Norte: Cantón Lago Agrio
- Sur: Parroquia San Roque y Limoncocha





### Mapa N° 3 Ubicación Geográfica



Fuente: SHUSHUFINDI GAD, 2015

Elaborado por: El autor

La ciudad de Shushufindi está ubicada en:

**País** : Ecuador  
**Provincia** : Sucumbios  
**Cantón** : Shushufindi  
**Coordenadas** : -03 y longitud -76.4167  
**Altitud** : 168 m.s.n.m.

### 5.3. Aspectos Biofísicos y Climáticos

#### 5.3.1. Aspectos Biofísicos

##### a) Recurso Agua

Los ríos más importantes de la ciudad de Shushufindi son el río Shushufindi y el río Eno, donde se encuentran las captaciones de agua para abastecer de agua potable al cantón, los cuales pasan por medio de la ciudad desembocando en el río Napo.

**Cuadro N° 1 Ríos del Cantón Shushufindi**

Nombre de ríos	Desemboca	Observaciones
Río Secoya	Este río desemboca al río Eno	Este río Shushufindi bombea agua para las instalaciones de Petro Amazonas
Río Shushufindi conocido como el río Eno	Este río desemboca al río Aguarico	Este río bombea el agua para el cantón Shushufindi además El río Aguarico cruza así la ciudad de Lago Agrio
Río Napo	Este río desemboca al río Amazonas	El río Napo es un largo río sudamericano que recorre buena parte de los territorios amazónicos de Ecuador y del Perú, uno de los principales afluentes directos del río Amazonas en su curso alto

Fuente: AME, 2013

Elaborador por: El autor

##### b) Recurso Suelo

Los suelos Inceptisoles, Son suelos de las regiones sub húmedas y húmedas que no han alcanzado a desarrollar caracteres diagnósticos de otros órdenes. Suelos en fase temprana de desarrollo que no presentan acumulaciones de arcilla significativa. Muestran horizontes alterados que han sufrido pérdida de bases, hierro y aluminio, pero conservan considerables reservas de minerales meteorizables. Se incluye un horizonte pobre en materia orgánica.

Los Histosoles, Suelos dominados por materiales orgánicos. La mayoría tiene una densidad aparente baja. Están saturados con agua y tienen una capacidad de

retención de humedad extremadamente alta. Se forman en condiciones húmedas o frías.

Entisoles, los que menos desarrollado presentan el perfil del suelo ya que son suelos jóvenes desarrollados sobre material parental no consolidado.

**Tabla N° 1 Descripción de suelos**

Unidades Suelos	Descripción	Extensión ha	Porcentaje
Entisol	Casi nula diferenciación de horizontes	3.435,19	1,1
Inceptisol	Suelos con débil desarrollo de horizontes	220.213,92	2,9
Histosol	Suelos orgánicos	9.077,64	71,1
Islas		581,37	0,2
Bancos de arena		507,13	0,2
Humedal		55.632,08	17,9
Área urbana		322,20	0,1
Cuerpo de agua		19.975,69	6,4

Fuente: (SHUSHUFINDI GAD, 2015)

Elaborado por: El autor

**Tabla N° 2 Análisis comparativo de los usos de suelo**

Unidad de uso o cobertura vegetal	Año 2008 (Ha)	%	Año 2013 (Ha)	%	Diferencia (Ha)	%
Bosque intervenido	588,94	0,24	13.990,14	5,61	13.401,20	5,37
Mosaico agropecuario	46.896,02	18,81	0	0	46.896,02	18,81
Vegetación natural	160.815,11	64,50	115.899,10	46,49	44.916,01	18,01
Cultivo de palma Africana	16.300,23	6,54	9.248,94	3,71	7.051,29	2,83
Pasto cultivado	9.332,50	3,74	102.155,11	40,98	92.822,61	37,24
Banco de arena	349,66	0,14	349,66	0,14	0	0
Cuerpo de agua natural	7.360,49	2,95	7.360,49	2,95	0	0
Área urbana	302,85	0,12	302,85	0,12	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>249.307,28</b>	<b>100</b>	<b>249.307,28</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: MAE, 2013

Elaborado por: El autor

### c) Recurso Flora

(EPPETROECUADOR, 2012). A través del método de muestreo cuantitativo que corresponde a transectos lineales se desarrolló mediante el establecimiento de cinco transectos lineales de 100 m x 2 m (0,1 ha en total), cuyos límites fueron determinados con una cuerda e indicados con cinta de marcaje. Dentro de cada transecto se identificaron, tabularon, midieron y documentaron, todos los árboles con un Diámetro a la Altura del Pecho (DAP) igual o superior a 10 cm.

(aproximadamente a 1,3 m del suelo). Este tipo de inventario se lo realizó en bosque secundario.

(EPPETROECUADOR, 2012). En el análisis cualitativo mediante colecciones al azar se registraron 15 especies de los hábitos arbustivo, herbáceo y epífita principalmente, esta es información complementaria para tener una idea global de la flora de la zona de estudio. Las familias dominantes registradas mediante este método son indicadoras de bosques intervenidos.

**Cuadro N° 2 Flora del Cantón Shushufindi.**

#	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Acacia	<i>Acacia glomerosa</i>	ASTERALES
2	Aguacatillo	<i>Persea caerulea</i>	LAURACEAE
3	Arrayán	<i>Myrtus cohmunis</i>	MIRTÁCEAS
4	Arenillo	<i>Costus scaber</i>	COSTACEAE
5	Caimitillo	<i>Chrysophyllum aurantum</i>	SAPOTACEAE
6	Canelo	<i>Drimys winteri</i>	WINTERACEAE
7	Cedrillo	<i>Simarouba amara</i>	SIMAROUBACEAE
8	Cedro	<i>Cedrela adórate</i>	MELIACEAE
9	Ciruela	<i>Spondias mombin</i>	ANACARDIACEAE
10	Coco	<i>Cocos nucifera</i>	ARECACEAE (PALMAE)
11	Copal	<i>Protium cubense</i>	BURSERÁCEAS
12	Chanul	<i>Humiriastrum procerum</i>	HUMIRIACEAE
13	Chilca blanca	<i>Baccharis salicifolia</i>	ASTERÁCEA
14	Chonta	<i>Juania australis</i>	ARECACEAE
15	Floripondio	<i>Brugmansia arbórea</i>	PLANTAE
16	Gazania	<i>Asteraceae</i>	ASTERALES
17	Guabo	<i>Inga insignis</i>	FABACEAE
18	Guarumo	<i>Cecropia obtusifolia bertol</i>	CECROPIACEAE
19	Guayacán	<i>Tabebuia guayacan</i>	BIGNONIACEAE
20	Hierba arroz	<i>Urochloa brizantha</i>	GRAMÍNEAS O POÁCEAS
21	Hierba de elefante	<i>Pennisetum purpureum</i>	POACEAE
22	Higuerón	<i>Ficus insipida</i>	ASTERALES
23	Helecho de árbol	<i>Pteridium aquilinum</i>	HIPOLEPIDÁCEAS
24	Higuerón	<i>Ficus doleatria</i>	MORACEAE
25	Laurel	<i>Cordia alliodora</i>	ASTERALES
26	Manzano colorado	<i>Guarea kunthiana</i>	MELIACEAE
27	Mata palo	<i>Ficus jacobi</i>	MORACEAE
28	Mortiño	<i>Hesperomeles goudotiana</i>	ROSACEAE
29	Motilón	<i>Freziera reticulata</i>	THEACEAE
30	Musgo	<i>Bryophyta</i>	SHAGNUM SP
31	Ortiga	<i>Urera caracasana</i>	ASTERALES
32	Palma real	<i>Arecaceae</i>	ARECACEAE
33	Palmito	<i>Geonoma densa</i>	ASTERÁCEAS
34	Pimentero schinus	<i>Anacardiaceae</i>	ANACARDIACEAE
35	Platanillo	<i>Canna coccinera</i>	PLANTAE
36	Sangre de drago	<i>Croton urucurana baillon</i>	CROTON DRACONOIDES
37	Sangre de gallina	<i>Vismia baccifera</i>	ARECACEAE

Fuente:(EPPETROECUADOR, 2012)

Elaborado por: El autor

## a) Recurso Fauna

Es uno de los parajes del Ecuador que ofrece mayor variedad de mamíferos y abundante número de especies de anfibios, aves y reptiles la fauna está representada por 53 especies de mamíferos, 144 de aves, 92 de anfibios y reptiles y 93 de peces. (AMBIENTE, s.f., pág. 1)

### 1. Fauna del Cantón Shushufindi

(Salguero, 2012). De acuerdo al estudio realizado en los dos tipos de bosque de la Parroquia Shushufindi se obtuvo un total de 1202 individuos pertenecientes a 97 especies de herpetofauna (66 anfibios y 31 reptiles), distribuidos en 7 órdenes y 21 familias, el orden más abundante fue Anura con 9 familias, 20 géneros y 64 especies; seguido por el orden Sauria con 4 familias, 9 géneros y 13 especies. El orden Serpentes con 3 familias, 12 géneros y 14 especies; mientras que el orden Testudines presentó 2 familias 2 géneros y 3 especies.

**Cuadro N° 3 Estructura de la Herpetofauna de la parroquia Shushufindi**

#	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Cutín de diadema	<i>Pristimantis diadematus</i>	CERATOPHRYIDAE
2	Cutín metálico	<i>Pristimantis lanthanites</i>	CERATOPHRYIDAE
3	Cutín de martha	<i>Pristimantis martiae</i>	CERATOPHRYIDAE
4	Cutín variable	<i>Pristimantis variabilis</i>	CERATOPHRYIDAE
5	Rana nodriza de muslos brillantes	<i>Allobates femoralis</i>	AROMOBATIDAE
6	Rana venenosa de santa Cecilia	<i>Allobates insperatus</i>	AROMOBATIDAE
7	Rana de cristal del aguarico	<i>Teratohyla midas</i>	CENTROLENIDAE
8	Rana venenosa de yurimaguas	<i>Ameerega hahneli</i>	DENDROBATIDAE
9	Ranita arborícola de crump	<i>Dendropsophus brevifrons</i>	DENDROBATIDAE
10	Ranita payaso pequeña	<i>Dendropsophus bifurcus</i>	DENDROBATIDAE
11	Ranita caricorta	<i>Dendropsophus parviceps</i>	DENDROBATIDAE
12	Ranita arborícola de rivero	<i>Dendropsophus riveroi</i>	DENDROBATIDAE
13	Ranita arborícola común	<i>Dendropsophus triangulum</i>	DENDROBATIDAE
14	Ranita gladiadora	<i>Hypsiboas boans</i>	DENDROBATIDAE
15	Ranita arborícola de espolones	<i>Hypsiboas calcaratus</i>	DENDROBATIDAE
16	Rana granosa	<i>Hypsiboas cinerascens</i>	DENDROBATIDAE
17	Rana arborícola de gunther	<i>Hypsiboas fasciatus</i>	DENDROBATIDAE
18	Sacha telele	<i>Ameerega bilineata</i>	DENDROBATIDAE
19	Sapo común sudamericano	<i>Rhinella margaritifera</i>	BUFONIDAE
20	Sapo bocón cornudo	<i>Ceratophrys cornuta</i>	CERATOPHRYIDAE
21	Sapo diminuto de hojarasca	<i>Amazophrynella minuta</i>	BUFONIDAE
22	Sapo cornudo termitero	<i>Rhinella ceratophrys</i>	BUFONIDAE
23	Sapo oreja de ratón	<i>Rhinella dapsilis</i>	BUFONIDAE
24	Yacu telele	<i>Hyloxalus bocagei</i>	DENDROBATIDAE

Fuente: (Salguero, 2012)

Elaborado por: El autor

#### Cuadro N° 4 Aves del Cantón Shushufindi

#	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Gallareta	<i>Fulica armillata</i>	ANATIDAE
2	Garza blanca	<i>Egretta alba</i>	ARDEIDAE
3	Garza Negra	<i>Egretta</i>	ARDEIDAE
4	Garza café	<i>Egretta</i>	ARDEIDAE
5	Garza real	<i>Ardea cinérea</i>	ARDEIDAE
6	Gallina negra	<i>Camungüey</i>	ARDEIDAE
7	Garzacomún	<i>Choloepus hoffmanni</i>	ARDEIDAE
8	Guacamayos	<i>Pipistrellus pipistrellus</i>	PSITTACIDAE
9	Guacamayo	<i>Psittaciformes</i>	PSITTACIDAE
10	Gavilán caracolero	<i>Rostrhamus sociabilis</i>	ACCIPITRIDAE
11	Hoatzin	<i>Opisthocomus hoazin</i>	OPISTHOCOMIDAE
12	Loras	<i>Ara macao</i>	PSITÁCIDAE
13	Martín pescador	<i>Garceta grande</i>	GARRAPATEROS
14	Oropéndola	<i>Oriolus oriolus</i>	ORIOOLIDAE
15	Pato ajuga	<i>Anhinga anhinga.</i>	ANHINGIDAE
16	Pato blanco	<i>Anas bahamensis</i>	ANATIDAE
17	Pacharaco	<i>Ortalis erythroptera</i>	CRACIDAE
18	Perico	<i>Pionites melanophefala palida</i>	MEGALONYCHIDAE
19	Tucán	<i>Ramphastos tucanus</i>	RAMPHASTIDAE

Fuente: Ecuador online, 2013

Elaborado por: El autor

#### Cuadro N° 5 Reptiles del Cantón Shushufindi

#	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Armadillo	<i>Dasypodidae</i>	PLACENTARIOS
2	Boa mataballo	<i>Boa constrictor</i>	BOIDAE
3	Caimanes	<i>Melanosuchus</i>	ALIGATÓRIDOS
4	Culebra	<i>Drepanoides anomalous</i>	COLUBRIDAE
5	Culebras terrestres reales	<i>Liophis cf reginae</i>	COLUBRIDAE
6	Charapa	<i>(Podocnemis expansa</i>	PODOCNEMIDIDAE
7	Falsas corales oscuras	<i>Oxyroplus melanogenys</i>	COLUBRIDAE
8	Pseuboa coronata	<i>Serpiente escaflata amazónica</i>	COLUBRIDAE
9	Serpientes látigo	<i>Chironius exoletus</i>	COLUBRIDAE
10	Serpientes corredoras aceituna de bosque	<i>Dendrophidium dendrophis</i>	COLUBRIDAE
11	Serpiente gato común	<i>Imantodes cenchoa</i>	COLUBRIDAE
12	Serpiente gato del amazonas	<i>Imantodes lentiferus</i>	COLUBRIDAE
13	Serpientes ojos de gato anilladas	<i>Leptodeira annulata</i>	COLUBRIDAE
14	Tortugas de giba	<i>Mesoclemmys gibba</i>	CHELIDAE

Fuente: Ecuador online, 2013

Elaborado por: El autor

#### Cuadro N° 6 Peses del Cantón Shushufindi

#	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Boca chico	<i>Prochilodus magdalenae</i>	PROCHILODONTIDAE
2	Corvina	<i>Sciaenidae</i>	PERCIFORMES
3	Piraña	<i>Pygocetrus sp</i>	SERRASALMUS SP
4	Sábalo	<i>Prochilodus lineatus</i>	OSTEICHTHYES
5	Sardina	<i>Sardinops sagax</i>	OSTEICHTHYES

Fuente: Ecuador online, 2013

Elaborado por: El autor

### Cuadro N° 7 Mamíferos del Cantón Shushufindi

#	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Ardilla	<i>Sciurus vulgaris</i>	ESCIÚRIDOS
2	Capibara	<i>Hydrochoerus hydrochaeris</i>	
3	Danta	<i>Tapirus terrestres</i>	CATHARTIDAE
4	Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	DASYPROCTIDAE
5	Guanta	<i>cardisoma guanhumí</i>	AGOUTIDAE
6	Mono capuchino	<i>Cebus macrocephalus</i>	CEBIDAE
7	Mono leoncillo	<i>Callithrix pygmaea</i>	CEBIDAE
8	Mono chichico	<i>Saguinus graellsii</i>	CEBIDAE
9	Mono ardilla	<i>Saimiri sciureus</i>	CEBIDAE
10	Mono aullador	<i>Alouatta seniculus</i>	MAMMALIA
11	Oso hormiguero	<i>Myrmecophaga</i>	MYRMECOPHAGIDAE
12	Tapir	<i>Tapirus terrestres</i>	TAPIRIDAE
13	Venado	<i>Odocoileus virginianus</i>	CERVIDAE

Fuente: Ecuador online, 2013

Elaborado por: El autor

### 5.3.2. Aspectos Climáticos

Según Pourrut, el clima del cantón corresponde a clima mega térmico lluvioso, está caracterizado por una fuerte temperatura media, cercana a los 25°C y por totales pluviométricos importantes, casi siempre superiores a 3.000mm. La distribución de las lluvias es muy regular a lo largo de todo el año a excepción de una débil recesión entre diciembre y febrero. (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

La humedad relativa es elevada, del orden de 90% y el cielo muchas veces nublado (insolación aproximada de 1.000 horas anuales). (SHUSHUFINDI GAD, 2015, pág. 14).

Tabla N° 3 Descripción de información climática

Variable	Descripción
Heliofania	3,58
Precipitación	2.424 – 3.432 mm
Temperatura	18 -23 C
Piso climático	Clima mega térmico lluvioso
Humedad relevante	85%

Fuente: SHUSHUFINDI GAD, 2015

Elaborado por: El autor

#### a) Temperatura

La temperatura es el grado de calor que tiene un sector en este caso la presente tabla representa los valores de calor por los cuales ha pasado la zona de estudio.

**Tabla N° 4 Valores promedios multianuales de temperatura**

Datos dados por la Estación Lumbaqui						
Año	2008	2009	2010	2011	2012	promedio
Temperatura °C	23,7	23,4	23,5	24,2	23,8	23,72

Fuente: INAMHI, 2012

Elaborado por: El autor

**b) Precipitación**

La precipitación es el nivel de aguas lluvias que cae en el año, estos datos son de la zona de estudio.

**Tabla N° 5 Valores promedios multianuales de precipitación**

Datos dados por la Estación Lumbaqui						
Año	2008	2009	2010	2011	2012	promedio
Precipitación(mm)	5.403,3	5.019	4.691,8	4.827,5	5.352,7	5.058,86

Fuente: INAMHI, 2012

Elaborado por: El autor

**c) Humedad Relativa**

La humedad relativa del aire depende de la temperatura y la presión del volumen de aire analizado.

**Tabla N° 6 Valores promedios multianuales de humedad relativa**

Datos dados por la Estación Lumbaqui						
Año	2008	2009	2010	2011	2012	promedio
Humedad Relativa (%)	87	88	88	89	90	88,4

Fuente: INAMHI, 2012

Elaborado por: El autor

**d) Nubosidad**

Es la fracción de cielo cubierto con nubes, en un lugar en particular.

**Tabla N° 7 Valores promedios multianuales de nubosidad**

Datos dados por la Estación Lumbaqui					
Año	2008	2009	2010	2011	promedio
Nubosidad (octas)	5,00	6,00	6,00	5,00	5,50

Fuente: INAMHI, 2012

Elaborado por: El autor



## **5.4 Tipo de Investigación**

En esta Fase, se considera asumir el diseño de investigación no experimental, en base a la información real y concreta que fijara el Plan de Negocios. Que fue recolectada y procesada utilizando el Método Analítico–Sintético, Método Histórico Lógico, Método Estadístico.

### **5.4.1. Método Analítico – Sintético**

Sirvió para analizar a los turistas y estudiar sus necesidades las cuales sirvieron para poder elaborar el plan de negocios del complejo turístico y así poder saber qué tipo de servicios se deberán implementar para el proyecto.

### **5.4.2. Método Histórico – Lógico**

Ayudo con información de estudios pasados sobre tendencias del turista y estudios realizados sobre factibilidad y planes de negocios para poder ver cómo debe estar dirigido el proyecto y saber a dónde queremos llegar.

### **5.4.3. Método Estadístico**

Se lo utilizó en el proyecto para poder realizar la tabulación e interpretación de las encuestas que se realizaron a los habitantes y turistas de la zona.

## **5.5 Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio.**

Las actividades que permitieron llegar a obtener información necesaria y concreta para el desarrollo de la presente investigación fueron las siguientes:

### **5.5.1. Recolección de la Información**

- **Recolección de información primaria.** - Se realizó una investigación en el Ministerio de Turismo y Municipio del Cantón Shushufindi para que brinde la información necesaria del área de estudio para ver cuáles son los datos más relevantes para el proyecto

### **5.5.2. Identificación del área del estudio**

Para la realización de la actividad se aplicó la investigación de campo ya que con la ayuda de este método se pudo identificar la zona de estudio.

## **5.6 Elaborar el plan de Negocios para determinar la viabilidad del proyecto mediante el estudio de mercado**

### **5.6.1. Análisis de la demanda**

Aquí se analizó cual es la muestra de estudio para poder realizar las encuestas y ver la factibilidad del proyecto.

### **5.6.2. Elaboración e interpretación de encuestas**

Se realizaron encuestas para poder hacer un estudio y un análisis del mercado actual para conocer las necesidades de los clientes el cual permitió ver las necesidades reales de los habitantes, turistas nacionales y extranjeros (Anexo N° 1 encuestas).

### **5.6.3. Estudio de mercado**

El estudio de mercado se lo realizó a los centros turísticos de la zona para poder analizar cuáles son las ventajas y desventajas con las que cuentan

#### **5.6.4. Plan de negocios**

Se desarrolló el plan de negocios para estructurar la idea de negocios de la empresa detallando los objetivos y metas.

#### **5.7. Diseñar el complejo turístico para determinar la funcionalidad de sus diferentes áreas**

##### **5.7.1. Análisis técnico para el proyecto**

- **Recolección de información.** - Se realizó una investigación en el Municipio del Cantón Shushufindi el cual brindo la información de cuáles son los requisitos mínimos para el funcionamiento y construcción del proyecto ya que hay normas de construcción para cada área.

##### **5.7.2. Análisis organizacional de las áreas del complejo**

Organizar las áreas para tener un correcto uso de las mismas y no sobrecargarlas.

##### **5.7.3. Socializar el proyecto a los habitantes del Cantón**

###### **a. Actividades a desarrollar**

Para la socialización del proyecto se verá un área apropiada dependiendo de los asistentes.

###### **b. Herramientas**

- Presentación de diapositivas
- Imágenes de diseño de la empresa

Mediante las herramientas antes mencionadas se elaboró la información necesaria para la socialización del proyecto y así los asistentes tengan una idea más real del proyecto.

## **f. RESULTADOS**

### **6.1. Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio.**

#### **6.1.1. Recolección de información**

a) **Nombre del GAD:** Municipal del Cantón Shushufindi

b) **Población total 2015:** 50.826 habitantes

c) **Fecha creación:** 7 de agosto de 1984

d) **Límites:**

- Norte: Cantón Lago Agrio
- Sur: Cantón Orellana
- Este: Cantón Cuyabeno y Aguarico
- Oeste: Cantón La Joya de los Sachas

e) **Extensión:** 2463.010 km<sup>2</sup>

f) **Provincia:** Sucumbíos

g) **Parroquias:**

- Shushufindi (cabecera cantonal)
- Limoncocha
- Pañacocha
- San Roque (Cab. en San Vicente)
- San Pedro de los Cofanes
- Siete de Julio

h) **Poblaciones indígenas originarias:**

- Tetetes
- Umaguas
- Cofanes

- Sionas
  - Secoyas
  - Qichuas y Shuaras
- i) **Rango altitudinal:** 168 – 4.171 m.s.n.m.
- j) **Rango climático:** 25 a 26 °C

### **6.1.2. Identificación del área de estudio**

#### **6.1.3. Reseña Histórica**

Proviene de dos voces cofanes: Shushu (Puerco Sahino) y Findi (Colibrí); seguramente porque en este lugar existe abundancia de estas dos especies, que son utilizadas como alimento y adorno de las prendas. Otra versión es que se llama Shushufindi por la existencia de aves de maravillosos colores que con su plumaje multicolor atraen a todos los visitantes. Patrimonial mente constituyó el hábitat de las poblaciones indígenas originarias: Tetetes, Umaguas, Cofanes, Sionas, y Secoyas, sumándose a estas, las comunidades, Kichuas y Shuaras. Al final de la década de los 60s, y con la actividad del boom petrolero implementada por la empresa norteamericana Texaco, paralelamente se dio todo un proceso de colonización y reocupación de estas tierras. (GADSS, 2010)

El día 7 de Agosto de 1984, Shushufindi es declarado en forma definitiva como cantón, en ese entonces perteneciente a la Provincia de Napo, luego al crearse la nueva Provincia de Sucumbíos en el año 1989, Shushufindi pasa a ser uno de los cantones de mayor importancia de la provincia de Sucumbíos. Desde su creación, el Cantón de Shushufindi tuvo un proceso de desarrollo poblacional, desordenado y excesivamente acelerado. Es más su población, que inicialmente llegó a estas tierras, lo hizo básicamente atraídos por las fuentes de trabajo que generaba la actividad petrolera, y/o escapando de las fuertes sequías, que se produjo en la década de los años 70s, básicamente en la Provincia de Loja, Manabí y la Provincia de Bolívar. (GADSS, 2010)

#### 6.1.4. Diagnóstico Biofísico

##### a) Uso y cobertura del suelo

**Tabla N° 8 Análisis comparativo de los usos de suelo**

Unidad de uso o cobertura vegetal	Año 2008 (Ha)	%	Año 2013 (Ha)	%	Diferencia (Ha)	%
Bosque intervenido	588,94	0,24	13.990,14	5,61	13.401,20	5,37
Mosaico agropecuario	46.896,02	18,81	0	0	46.896,02	18,81
Vegetación natural	160.815,11	64,50	115.899,10	46,49	44.916,01	18,01
Cultivo de palma Africana	16.300,23	6,54	9.248,94	3,71	7.051,29	2,83
Pasto cultivado	9.332,50	3,74	102.155,11	40,98	92.822,61	37,24
Banco de arena	349,66	0,14	349,66	0,14	0	0
Cuerpo de agua natural	7.360,49	2,95	7.360,49	2,95	0	0
Área urbana	302,85	0,12	302,85	0,12	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>249.307,28</b>	<b>100</b>	<b>249.307,28</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

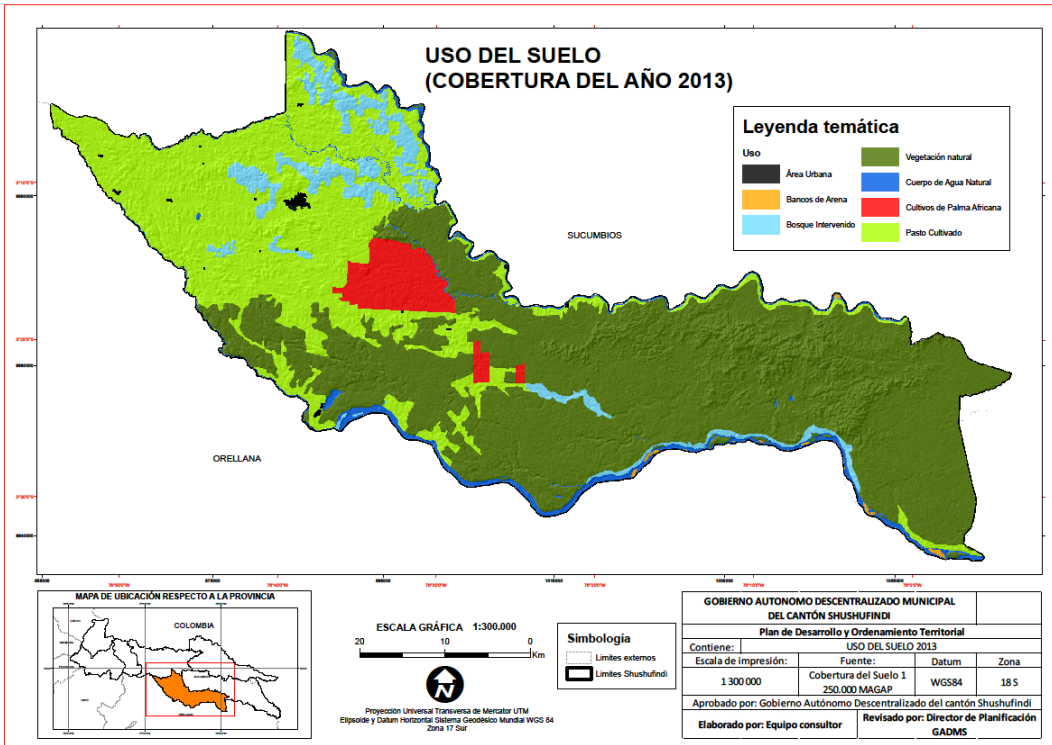
Fuente: MAE, 2014

Elaborado por: El autor

El uso del suelo corresponde a la cobertura vegetal, se analizó el cambio de uso del suelo dado en un periodo de 5 años desde el 2008 al 2013. Estos datos de cobertura permiten identificar cambios en especial en dinámicas agropecuarias, y en relación a la pérdida de cobertura natural que no se encuentra en áreas protegidas. (SHUSHUFINDI GAD, 2015, pág. 17).

Del análisis comparativo para el año 2008 se considera las coberturas de pasto cultivado y mosaico agropecuario, mientras que para el año 2013 solo se considera pasto cultivado, es por ello que se denota el mayor porcentaje en pasto cultivado ya que el mapa para el año 2013 se el área de mosaico agropecuario corresponde al pasto cultivado, y al compararlo de esta manera el incremento de superficie con intervención ya sea por agricultura y ganadería el porcentaje de cambio de cobertura y de suelo es del 18,43%. El porcentaje de pérdida de cobertura vegetal es del 18.01% y la intervención en bosques es de 5.37%. (SHUSHUFINDI GAD, 2015, pág. 17).

## Mapa N° 4 Cobertura y uso de suelo del Cantón Shushufindi 2008 y 2013



Fuente: SHUSHUFINDI GAD, 2015

Elaborado por: El autor

### b) Recursos no renovables existentes de valor económico, energético y/o ambiental

**Tabla N° 9 Descripción de recursos no renovables**

Recurso	Descripción	Tipo de infraestructura	Observaciones	Superficie ocupada	Observaciones
Material pétreo	Material de construcción (piedra y arena)	Ninguna	69 concesiones en diferentes estados	4.473,5	Concesiones inscritas en Arcom
Combustibles fósiles	Petróleo	Oleoducto Refinería Plataformas Pozos Estaciones de almacenamiento	140 pozos	424.47 km <sup>2</sup> campos petroleros	17 campos petroleros, no todos los pozos están en producción
	Gas	Gasoducto	Campo Drago, produce 25.000.000 pies cúbicos de gas natural diario		

Fuente: GAD SHUSHUFINDI, 2015

Elaborado por: El autor



### c) Recursos naturales degradados y sus causas

**Cuadro N° 8 Recursos Naturales, su degradación contaminación y causas.**

Recurso	Impacto	Actividad	Nivel de afectación
Agua	Contaminación por aguas servidas y pasivos ambientales	Explotación de hidrocarburos; uso de agroquímicos	Alta
Suelo	Erosión	Pérdida de la cobertura vegetal; aumento de las actividades agropecuarias	Intermedia
Aire	Contaminación por emanación de gases	Quema de gas metano en extracción de hidrocarburos	Alta
Ecosistemas	Pérdida de biodiversidad	Explotación de hidrocarburos, asentamientos humanos	Alta
Flora y Fauna	Pérdida de especies	Deforestación, afectación de hábitat y cacería	Intermedia

**Fuente:** GAD SHUSHUFINDI, 2015

**Elaborado por:** El autor

De acuerdo a las zonas de influencia de contaminación por extracción petrolera, determinad por el Ministerio del Ambiente, el en el cantón Shushufindi corresponde a la parroquia Shushufindi y Limoncocha

### d) Ecosistemas frágiles y prioridades de conservación

**Tabla N° 10 Ecosistemas y prioridad de conservación**

Ecosistema	Extensión	Prioridad de conservación
Bosque inundable de la llanura aluvial de los río de origen amazónico	90,91	Alta
Bosque inundable de la llanura aluvial de los ríos de origen andino y de cordilleras amazónicas	7681,71	Medio
Bosque inundado de la llanura aluvial de la Amazonía	739,44	Medio
Bosque inundado de palmas de la llanura aluvial de la Amazonía	27.199,89	Medio
Bosque siempre verde de tierras bajas del Aguarico-Putumayo-Caqueta	124.522,89	Medio
Herbazal inundado lacustre-ripario de la llanura aluvial de la Amazonía	680,60	Alta
Intervenido	78.957,27	No aplica
Agua	3.513,45	No aplica
Otras áreas	367,55	No aplica

**Fuente:** MAE 2012. Sistema de clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental

**Elaborado por:** El autor

Para determinar la prioridad de conservación de los ecosistemas, se han establecido varios indicadores, entre los cuales la superficie del ecosistema, los ecosistemas con mayor cambio o intervención, fragmentación de ecosistemas lo que nos indica la presión de los hábitats de especies vegetales y animales.

### 6.1.5. Información Climática

El clima del cantón corresponde a clima mega térmico lluvioso, está caracterizado por una fuerte temperatura media. La distribución de las lluvias es muy regular a lo largo de todo el año a excepción de una débil recesión entre diciembre y febrero. La humedad relativa es elevada, del orden de 90% y el cielo muchas veces nublado (insolación aproximada de 1.000 horas anuales). (SHUSHUFINDI GAD, 2015, pág. 14).

**Tabla N° 11 Descripción de información climática**

Variable	Descripción
Precipitación	2.424 – 3.432 mm
Temperatura	18 -23 C
Piso climático	Clima mega térmico lluvioso

Fuente: GAD SHUSHUFINDI, 2015

Elaborado por: El autor

### 6.1.6. Análisis Demográfico

#### a) Composición de la Población

Según la información disponible del último censo de población realizado en el 2010 por el INEC, la provincia de Sucumbíos cuenta con una población de 176.472 habitantes en sus siete cantones, de los cuales 92.848 son hombres y 83.624 mujeres. Con respecto del cantón Shushufindi para el año 2010 la población es de 44.328 habitantes, de los cuales 24.155 son hombres, que representa el 54,49 %, y 20.173 mujeres que representa 45,51%. (DESARROLLO, 2014).

#### b) Tasa de Crecimiento de la Población

La información estadística muestra que existe un descenso progresivo en el ritmo de crecimiento cantonal, ya que la tasa de crecimiento en el período intercensal 1990 – 2001 aumento en un 4,80 mientras que para el período 2001-2010 la tasa de crecimiento disminuyo a 3,56.

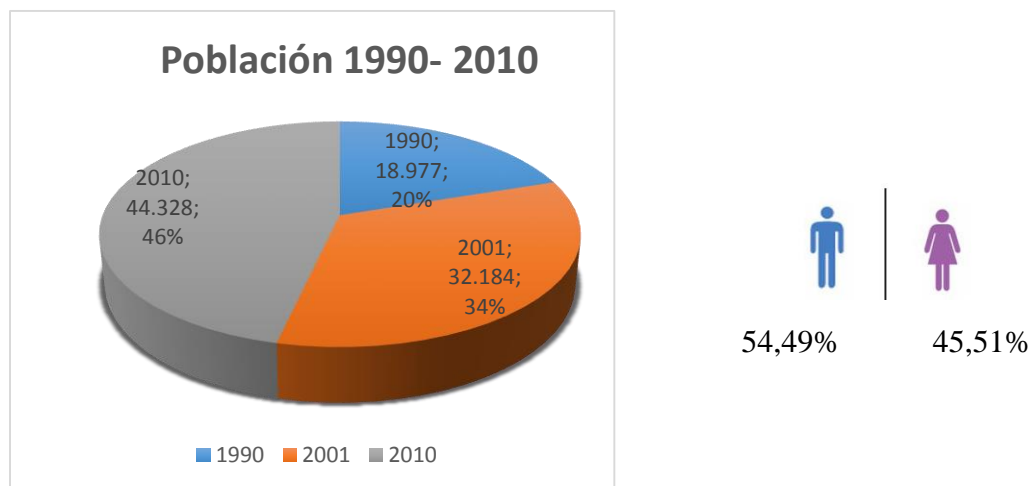
**Tabla N° 12 Tasa de crecimiento de la población. Cantón Shushufindi**

Tasa de crecimiento	1990-2001	2001 -2010	PROYECCIÓN 2015
	4,80	3,56	3,48

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor

**Gráfico N° 5**

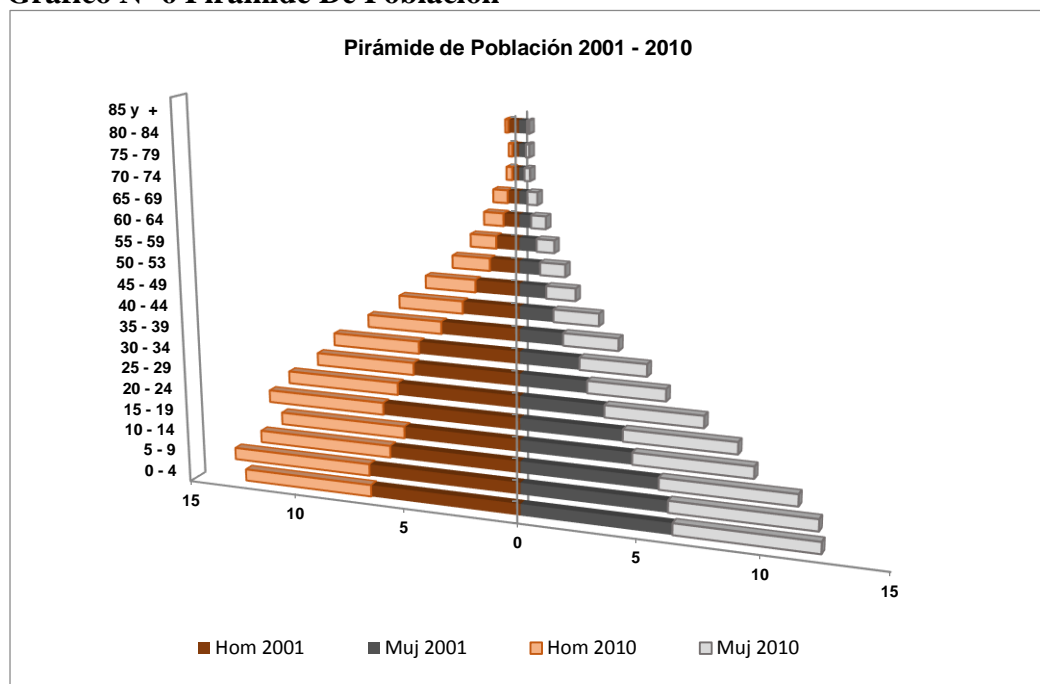


Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor

**c) Pirámides Poblacionales**

**Gráfico N° 6 Pirámide De Población**



Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor

La edad y el sexo son las características más básicas de una población y su estructura puede influenciar en los aspectos demográficos y socio económicos y puede ser representada para una mejor visualización en pirámides poblacionales que reflejan distintas dinámicas demográficas. En las poblaciones de alta fecundidad hay un mayor número de personas en las edades menores y, por lo tanto, la base de la pirámide es ancha; en este caso la población es expansiva. En cambio, en las poblaciones de baja fecundidad hay menos personas en edades menores y la población es constrictiva. La población es estacionaria cuando presenta aproximadamente un igual número de personas en todos los grupos de edad, con una reducción paulatina en las edades mayores, y ocurre en aquellas poblaciones que han tenido una fecundidad constantemente baja.

La población adulta tiene un predominio masculino, en todos los rangos de edad con más presencia en las edades de 50 a 54 años, 55 a 59 años y de 60 a 65 años. La población no está envejecida y tiene un nivel bajo de dependencia.

Ha mejorado la población mayor y existe un predominio de hombres en edades avanzadas (mayores), longevidad.

**Tabla N° 13 Densidad demográfica por parroquias**

<b>PARROQUIA</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>EXTENSIÓN TERRITORIAL (KM2)</b>	<b>DENSIDAD DEMOGRÁFICA (HAB/KM2)</b>
Limoncocha	6.817	599	11,38
Pañacocha	860	632	1,36
San Pedro De Los Cofanes	3.326	71	46,85
San Roque (Cab. En San Vicente)	3.136	644	4,87
Shushufindi	26.376	449	58,74
Siete De Julio	3.813	124	30,75

**Fuente:** INEC, 2010

**Elaborado por:** El autor

### **6.1.7. Diagnóstico Económico**

#### **a) Estructura productiva: Valor Agregado Bruto (VAB) por rama de actividad económica**

Tomando como base la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas, las ramas o sectores de actividad incluyen:

##### **a) Primaria:**

- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura, y Pesca.

##### **b) Secundaria:**

- Explotación de minas y canteras,
- Industria manufacturera,
- Suministro de electricidad, gas y agua, y
- Construcción.

##### **c) Terciaria:**

- Comercio al por mayor y al por menor,
- Hoteles y restaurantes,
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones,
- Intermediación financiera,
- Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler,
- Administración pública, defensa y seguridad social,
- Educación,
- Servicios sociales y de salud,
- Servicios comunitarios, sociales y personales,
- Servicios a los hogares y servicio doméstico, y

**Tabla N° 14 Valor Agregado Bruto (VAB) por rama de actividad económica, Cantón Shushufindi**

Rama de actividad	Actividad	VAB (USD) miles de dólares
Primaria	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	21.706
	Sub total	21.706
Secundaria	Explotación de minas y canteras	1.385.469
	Manufactura	1.801
	Suministro de electricidad y de agua	1.241
	Construcción	10.279
	Sub total	1.398.790
Terciaria	Comercio	9.305
	Actividades de alojamiento y de comidas	335
	Transporte, información y comunicaciones	15.973
	Actividades financieras	283
	Actividades profesionales e inmobiliarias	7.263
	Administración pública	12.969
	Enseñanza	2.854
	Salud	1.701
	Otros servicios	3.108
	Sub total	53.791
ECONOMÍA TOTAL		1.474.287

Fuente: Banco Central del Ecuador, cuentas nacionales 2011

Elaborado por: El autor

La población económicamente activa se encuentra principalmente en actividades primarias, seguida de las actividades de construcción y comercio. En esta sección se describirá las actividades productivas de la población en el territorial.

**Tabla N° 15 Principales actividades productivas del territorio según participación en el VAB y por PEA ocupada**

Rama de actividad	Actividad	VAB	PEA		
		USD miles	Total	Urbano	Rural
Primaria	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	21.706	7.041	942	6.099
	Sub total	21.706	7.041	942	6.099
Secundaria	Explotación de minas y canteras	1.385.469	946	245	701
	Suministro de electricidad y de agua	1.241	106	65	41
	Construcción	10.279	1.459	566	893
	Sub total	1.398.790	3.382	1.369	2.013
	Comercio	9.305	1.327	1.028	299
Terciaria	Transporte, información y comunicaciones	15.973	669	397	272
	Actividades de alojamiento y de comidas	335	482	293	189
	Actividades financieras	283	22	18	4
	Actividades profesionales e inmobiliarias	7.263	631	289	342
	Administración pública	12.969	762	276	486
	Enseñanza	2.854	798	375	423
	Salud	1.701	179	122	57
	Otros servicios	3.108	521	358	163
	Sub total	53.791	5.391	3.156	2.235
1.474.287		15.814	5.467	10.347	

Fuente: Banco Central del Ecuador – Cuentas regionales 2011

Elaborado por: El autor

## 6.1.8. Análisis Sociocultural

### a) Patrimonio cultural tangible e intangible y conocimiento ancestral

Según el Instituto Nacional de patrimonio, tiene registro de 32 manifestaciones culturales, de las cuales el mayor porcentaje se encuentran del grupo Secoya.

**Cuadro N° 9 Patrimonio cultural e intangible Cantón Shushufindi**

Tipo de Patrimonio intangible	Grupo social	Ubicación
Creencias sobre sitios sagrados-remolino	Secoya	San Roque, Remolino
Creencia sobre tapir-Orawaya	Secoya	Cabecera cantonal, Orawaya
Elaboración de aceite de coco-San Pablo	Secoya	San Roque, San Pablo
Memoria sobre el pueblo siona- Puerto Bolívar	Siona	San Roque, Puerto Bolívar
Elaboración de la corona de plumas secoya-Orawaya,	Secoya	Cabecera cantonal, Orawaya,
Elaboración de fariña-Orawaya	Secoya	Cabecera cantonal, Orawaya,
Leyenda de Huhu-Orawaya,	Secoya	Cabecera cantonal, Orawaya,
Elaboración de casabe-Orawaya	Secoya	Cabecera cantonal, Orawaya,
Cuento del pez abuelo-El Remolino	Secoya	San Roque, El Remolino
Relato de la confusión a causa de los dialectos paicoca-El Remolino	Secoya	San Roque, El Remolino
Prácticas de curación-El Remolino	Secoya	San Roque, El Remolino
Elaboración de chicha de yuca-san pablo	Secoya	San Roque, San Pablo
Elaboración de pejí para ritos iniciáticos-San Pablo	Secoya	San Roque, San Pablo
Elaboración de casabe-San Pablo	Secoya	San Roque, San Pablo
Elaboración de abanicos de plumas-San Pablo	Secoya	San Roque, San Pablo
Elaboración de curare para cacería-San Pablo	Secoya	San Roque, San Pablo
Memoria sobre la lengua-San Pablo	Secoya	San Roque, San Pablo
Elaboración de la chicha de Chonta-Orawaya	Siona	Cabecera cantonal, Orawaya,
Toponimia y memorias sobre el territorio -San Roque	Siona	San Roque, Soto Tsioya
Fabricación de bodoqueras-San Pablo	Secoya	San Roque, San Pablo
Elaboración de artesanía cerámica-El Remolino	Secoya	San Roque, San Pablo
Mito de la madera de balsa-El Remolino	Secoya	San Roque, El Remolino
Relatos sobre la ingestión de yagé-El Remolino	Secoya	San Roque, El Remolino
Cuento de la laguna de Lagartococha -San Pablo	Secoya	San Roque, San Pablo
Vestimenta para la danza-San Pablo	Secoya	San Roque, San Pablo
Conocimientos sobre las variedades de ají-remolino	Secoya	San Roque, Remolino
Creencias y costumbres funerarias-El Remolino	Secoya	San Roque, Remolino
Conocimientos para la curación de picadura de raya-San Pablo	Secoya	San Roque, San Pablo,
Creencias sobre las lagunas de la zona-Limoncocha	Mestizo	Limoncocha

**Fuente:** INPC – Abaco, 2010

**Elaborado por:** El autor

Dentro de las manifestaciones culturales de las poblaciones que han emigrado al cantón, se detallan las siguientes:

**a) Comunidad Afro:**

La tradición de la marimba identifica al pueblo negro. La alegría y el baile cadencioso se refuerza con el contra punto y las décimas, producto de la inspiración del momento. Sin embargo, en la juventud dominan los ritmos de la salsa, el merengue, la cumbia, los vallenatos, otros ritmos africanos y géneros musicales que prefieren en las fiestas. La “vieja guardia” prefiere ritmos más soneros.

La muerte. Cuando muere algún negro o negra de la comunidad se observa y se siente que aún permanece en la memoria las ceremonias y rituales de la velación y el entierro cargados de gran valor cultural. El difunto es colocado en el ataúd y éste sobre una mesa ubicada en el centro de la sala y, según la tradición esmeraldeña, se debe colocar 4 velas en las esquinas de la mesa como también algunas más. Antes de la media noche del velatorio se reza el rosario y se cantan alabanzas y loas. Se toma café, se reparte comida y en la noche se toma aguardiente. En el traslado al cementerio, el féretro se lleva a hombros de amigos, siempre acompañado de alabanzas y se lo deposita bajo tierra. En una velación de un niño se realiza un chigualo, cantos con bombos, cununos y guasá, para darle alegría al niño que está muerto. (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

**b) Pueblo Kichwa:**

La manifestación cultural festiva se expresa en la utilización esporádica del tifano, que es una caja tambor y la flauta.

Por influencia de sus ancestros, la cultura mítica y cósmica está influenciada por la naturaleza y de sus fuentes medicinales herbolarias. Sin embargo, la fuerte presencia misionera Capuchina, que predominó en la educación, inclusive delimitando la lengua Kichwa en la educación, configuró el festejo occidental con fiestas de Año Viejo y Año Nuevo, Día de los Difuntos y Navidad de origen



católico. Empero, su principal fiesta ceremonial es la creación de la parroquia, el 30 de abril de 1969, en donde se disfruta con chicha guarapo de plátano maduro y chicha de yuca, característica de esta zona. (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

### **c) Comunidad Shuar:**

La tradición antigua de elaborar artesanías permanece en la memoria y se encuentra una clara iniciativa de recuperación y elaboración de sus artesanías: chamkim que es un canasto tejido de bejuco; cesta para recoger frutos changuen, el suku, sirve para recoger renacuajos; tsapa, es un pilche para servir la chicha; jumi, que es una calabaza para traer el agua; temtem, esta artesanía la elabora exclusivamente el hombre tejiendo con bejucos pegados con plumas “tsu kamka con cera, usando especialmente las plumas de la cola y el pecho, este es el tsukaka temtem; el kumanpe temtem está forrado con cuero de ardilla. La música es expresiva en la nacionalidad Shuar, en ella enuncian su fervor a la naturaleza cantando a su flora y fauna, también hay expresiones a sus amoríos y sus encuentros sexuales y con familiares lejanos. (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

Utilizan artesanías musicales como el tambor tanbur, flauta peen y pinkui, palillos para el tambor numi. Para el baile utilizan las mujeres un traje típico la falda shakapa y un collar mungumar. Los hombres utilizan una corona de plumas taguasa. En los atardeceres, el shuar, convirtió su arco de guerra en y de caza en instrumento de melodía. Arcos musicales que acompañan a los cantos de amor para la novia que espera entre la espesura y los ríos posesivos. El pueblo shuar es un pueblo de poetas; es decir, posee una extraordinaria capacidad para penetrar hondamente en las cosas, para descubrir su significado más allá de la corteza”, expresa Siro Pellisaro. (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

### **d) Comunidad Siona:**

La vestimenta tradicional es el “kanko”, traje hecho de una corteza del árbol sagrado. Las misiones impusieron una especie de camión de diferentes colores significativos; rojo “fuerza”, morado “dulce camote”, verde “sabiduría”. Utilizan muchos collares y coronas hechas de plumas de aves y dientes de animales.

Se pintan las mejillas y los labios con colores preparados con yerbas especiales, sin embargo por influencia occidental la vestimenta se torna híbrida. (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

Se elaboran collares “sehuëhuë”, de semillas y pepas de mocora y colmillos de saino y tigres “yai cuijiba”; coronas de plumas de aves: tucanes, pájaro mochilero, papagayo; ollas y platos de barro, cucharas y bateas de palo, se tejen variedad de canastos “dorohuë”, para la cacería elaboran bodoqueras “jëohuë” y con dardos “huajo turubë”, canoas “yo-huë”, remos “yopebë”, lanzas “perelló”, mochilas para llevar los dardos “huajoturuhuë”, hamacas. El shamanismo, constituye un ritual en base al “yajé”. El curaca es un hombre mayor curandero, protector y sabio, su poder se basa en su prestigio para adquirir sus habilidades curativas, a través del ritual tiene contacto con seres míticos y sobrenaturales. (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

#### **e) Comunidad Secoya:**

La cultura ancestral de los Secoya se identifica con la chambira, que es un camión tradicional; actualmente se fortalece con las túnicas de variados colores como “ju’ica”. Los hombres y las mujeres utilizan la blusa “ëmejë’e”, el faldón “pai cá’nio”, paño “se cá’tipë”, cuyas telas son brillantes y cubren todo el cuerpo. Se adornan el cabello con peines y broches. Su rostro, tanto el hombre como la mujer, se adorna con pinturas faciales dibujadas con simbología de diversos diseños como el “caca gañacoa”. Ahora el traje tradicional se utiliza en celebraciones rituales y en festividades especiales; sin embargo, la fuerte presión occidental en los jóvenes y niños les obligan a cambiar su vestimenta al salir de sus comunidades (el blue jean y camisas de seda es frecuente). (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

La actividad artesanal tradicional es muy laboriosa, realizada por manos de hombres y mujeres, que complementan su expresión cultural con la elaboración de coronas de plumas y de hilo “maro”, collares hechos de semilla de mocora “yiyo”; las hamacas se ponen alrededor de su vivienda, ollas “cua’coro”, molinos para la chicha “to’okaawa”, bateas “to’owë” para la cocina. Los hombres se dedican

artesanalmente a construir canoas con madera dura como el cedro, para su transporte por los diferentes ríos que circundan sus comunidades.

**En las poblaciones indígenas y mestizas, la familia es el centro de un sinnúmero de actividades culturales.**

La familia es una existencia latente de las redes de parentesco que reviste gran importancia en una sociedad que da la idea de refugio, sino de situarse en la red familiar que permite identificarse en el tiempo y en el espacio, en los grupos inmigrantes especialmente ya que por el desplazamiento geográfico de las personas ayuda a mantener las costumbres, tradiciones culturales de estos grupos y memoria colectiva. (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

La tipología de familias es distinta en las nacionalidades indígenas y los grupos mestizos es diferente; es extensa y no planificada en las familias nativas, lo cual provoca un bajo cuidado familiar hacia los niños pequeños y disminuye las posibilidades de acceder a buena educación; en las familias mestizas la tipología es patrilineal esto debido a que el jefe de hogar es el hombre, ya que muchas familias migraron a este cantón las fuentes de empleo desplegadas por la extracción de petróleo. Al brindar el territorio fuentes de trabajo mayormente para hombres, se han determinado marcadamente roles de género, es así que las mujeres se dedican a trabajos domésticos incluso aunque son del sector terciario y los varones se dedican a trabajos que requieren fuerza física como es el caso de las petroleras. (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

**Tabla N° 16 Movimientos migratorios al Cantón Shushufindi**

Nombre del Cantón	SHUSHUFINDI	
Azuay	192	0
Bolívar	2.979	7
Cañar	113	0
Carchi	183	0
Cotopaxi	757	2
Chimborazo	517	1
El Oro	672	2
Esmeraldas	2.120	5
Guayas	1.119	3
Imbabura	269	1

Continúa...

...Continuación

Nombre del Cantón	SHUSHUFINDI	
Loja	1.937	4
Los Ríos	1.663	4
Manabí	2.675	6
Morona Santiago	422	1
Napo	640	1
Pastaza	128	0
Pichincha	1.286	3
Tungurahua	555	1
Zamora Chinchipe	184	0
Galápagos	5	0
Sucumbíos	21.714	49
Orellana	1.465	3
Santo Domingo de los Tsáchilas	1.415	3
Península de Santa Elena	34	0
Exterior	1.280	3
Zonas No Delimitadas	4	0
<b>Total</b>	<b>44.328</b>	<b>100</b>

Fuente: GAD SHUSHUFINDI, 2013

Elaborado por: El autor

### 6.1.9. Áreas Protegidas

Se a localizada entre las provincias de Sucumbíos y Orellana con una superficie total de 603.380 hectáreas. Al cantón de Shushufindi le corresponde una pequeña parte en su límite sur-oriental, de aproximadamente 585.235,91 ha. La reserva Cuyabeno presenta una gran variedad de ambientes, siendo uno de los más sobresalientes de la presencia del mayor sistema Lacustre tropical del Ecuador, el cual abarca, ríos, riachuelos, que dependen del régimen de lluvias locales para mantener el nivel de las aguas y dos planicies con un conjunto de lagunas y zonas inundadas. La reserva, está atravesada de oeste a este por el río Cuyabeno, límite de los territorios Kichwa y Siona, el cual forma un sistema lacustre de 14 lagunas, comunicadas entre sí por pequeños canales. Comprende además áreas colinadas cubiertas por bosques de tierra firme y llanuras húmedas de tipo lacustre, ribereño y palustre, presenta un relieve variable con relación a la dirección oeste-este, ofreciendo una topografía cambiante entre accidentada, lomas altas y partes bajas y planas que se encuentran inundadas permanentemente, debido al drenaje deficiente.

En la reserva se encuentran las etnias Siona, Secoya, Cofán, Kichwa y Shuar.

Debido a la existencia de reservas petrolíferas la reserva está sujeta a un sinnúmero de presiones tanto por la extracción del petróleo como la presencia de colonos, que ponen en riesgo el atractivo lugar. (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

#### **a) Reserva Biológica Limoncocha:**

Abarca unas 4.603 ha. De superficie, la totalidad es bosque húmedo tropical, que registra una temperatura anual promedio de 24,9 grados centígrados y lluvias de 3058 milímetros al año. La reserva está compuesta básicamente por la laguna Limoncocha, las zonas adyacentes a esta y la Laguna Negra o Yanacocha. Estrechamente relacionada con el río Napo, sus espejos de agua tienen una superficie aproximada de 2.5 km<sup>2</sup> que guardan una de las mayores diversidades biológicas en el mundo. Es característica la población de caimanes, especialmente la del negro y una gran muestra de aves.

Durante todo el año, la reserva presenta una constante radiación solar y la humedad atmosférica suele ser mayor a 80%, sin embargo, en días claros y soleados esta humedad desciende a casi el 50% al tiempo que la temperatura se eleva hasta el 30%, las hojas del dosel están sometidas a una sequía extrema durante largas horas del día, asociaciones con musgos y líquenes son algunas características que diferencian a la vegetación del dosel en la Amazonía.

En esta zona domina una especie de palma conocida como chontilla y asociada a ella, el *Macrolobium*, en los pantanos podemos encontrar el morete que es otra especie de palma, dominante al sur de la reserva cubriendo zonas permanentemente inundadas. Junto a estas palmas crece un bejuco conocido mundialmente como uña de gato muy apreciado por sus bondades medicinales.

#### **b) La Reserva de producción Faunística Cuyabeno**

La fauna amazónica de la Reserva Biológica de Limoncocha, tiene un elevado nivel de biodiversidad, con una baja densidad poblacional, las lagunas poseen una gran riqueza faunística, tiene 460 especies identificadas de las cuales un gran número son endémicas de la reserva. La población de Limoncocha se encuentra

apenas a 500 metros, de la laguna y en ella está ubicado el Centro Administrativo de la Reserva para recibir turistas. Los lugares recomendables para conocer en la reserva son las lagunas de Limoncocha, Playas e islas del Río Napo.

Actualmente esta reserva natural, es una tercera opción dentro de la provincia de Sucumbíos en ser visitada por turistas nacionales e internacionales según los índices del Ministerio del Ambiente año 2010. (SHUSHUFINDI GAD, 2015)

### **c) Bosque Protector Pañacocha o Sub cuenca de Pañayacu**

En 1995, como resultado de los esfuerzos del Centro de Investigaciones de Bosques Tropicales, Pañacocha fue retirado de tierras disponibles para la colonización y re-designado como Bosque Protector. El bosque protegido abarca cerca de 56,000 hectáreas de bosque primario que incluye una red de caminos de aguas y lagos como Pañacocha y Pihuali. (SHUSHUFINDI GAD, 2015)

Esta área fue declarada bosque protector en 1996, tiene una extensión aproximada de 50.000 hectáreas. Moráceas, Flacourtiaceae, Arecaceae, entre otras. Entre los animales, se pueden apreciar variedad de insectos, aves de diferente tamaño, monos aulladores, sahinós, guantas, guatusas, tapir y otros.

Junto con el Parque Nacional de Paya (422.000 hectáreas) en Colombia y Zona Reservada de Güeppí en el noroeste de Perú (625.971 hectáreas), la conservación de la amazonia ecuatoriana podría consolidarse, con el establecimiento de una reserva transfronteriza contigua de casi 3 millones de hectáreas. Se trata también de establecer el concepto de “parques de paz”, similar a los existentes en África, en la frontera del Ecuador, Perú y Colombia como alternativa pacífica para supervisar la actividad humana en la región. (SHUSHUFINDI GAD, 2015)

### **d) Bosque Protector Sacha Lodge**

Es una reserva privada de aproximadamente unas 1.500 hectáreas, que ofrece una agradable infraestructura de turismo al borde del Lago Pilchicocha. En los últimos años Sacha ha invertido fuertemente en la compra de tierras de

colonizadores que llegaron de diferentes ciudades, con la intención de dedicarse a desarrollos agrícolas y actividades de cacería para sobrevivir. Gracias a esta iniciativa se ha logrado salvar la deforestación del área, cubierta por selva, que ahora forman parte de una de las grandes reservas declarada como área de Bosque Protector Privado por el Ministerio del Medio Ambiente. (SHUSHUFINDI GAD, 2015).

### 6.1.10. Atractivos Turísticos Naturales

**Tabla N° 17 Atractivos turísticos naturales**

N°	Atractivo	Categoría	Tipo	Sub tipo	Observación
1	Laguna de Limoncocha	Sitio Natural	Sistema lacustre	Laguna	Anexo N° 2
2	Río Napo	Sitio Natural	Río	Río	Anexo N° 3
3	Cascada Lourdes	Sitio Natural	Río	Cascada	Anexo N° 4
4	Pañacocha	Sitio natural	Río	Río	Anexo N° 5
5	Comunidad Siona	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Chamanismo	Anexo N° 6
6	Comunidad Secoya	Manifestaciones culturales	Etnografía	Chamanismo	Anexo N° 7

Fuente: GAD SHUSHUFINDI, 2015

Elaborado por: El autor

### 6.1.11. Estadísticas Turísticas

Se ha analizado los ingresos de turistas a la provincia de sucumbíos y los datos son los siguientes

**Tabla N° 18 Entrada de ecuatorianos y extranjeros, según Jefaturas de Migración**

Entrada de ecuatorianos y extranjeros, según Jefaturas de Migración				
Jefaturas de Migración	Ecuatorianos		Extranjeros	
	Número	%	Número	%
Quito	487.403	42,64%	632.926	46,40%
Guayaquil	481.493	42,12%	319.814	23,45%
Huaquillas	112.489	9,84%	156.741	11,49%
Tulcán	29.800	2,61%	210.630	15,44%
Macará	23.661	2,07%	11.568	0,85%
Esmeraldas	3.196	0,28%	7.614	0,56%
Manta	2.975	0,26%	4.864	0,36%
<b>Lago Agrio (Sucumbíos)</b>	<b>949</b>	<b>0,08%</b>	<b>14.281</b>	<b>1,05%</b>
Latacunga	798	0,07%	1.046	0,08%
Salinas	225	0,02%	509	0,04%
San Lorenzo	113	0,01%	2.688	0,20%
Machala	13	0,00%	1.363	0,10%
Puerto El Carmen (Putumayo)	1	0,00%	0	0,00%

Continúa...

...Continuación

Jefaturas de Migración	Ecuatorianos		Extranjeros	
	Número	%	Número	%
La Balsa (Chinchipec)	0	0,00%	8	0,00%
Nuevo Rocafuerte (Aguarico)	0	0,00%	5	0,00%
San Cristóbal	0	0,00%	0	0,00%
Santa Cruz	0	0,00%	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>1.143.116</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.364.057</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: (INEC, 2013)

Elaborado por: El autor

Se ha tomado como referencia el ingreso de turistas a la provincia de Sucumbíos por motivos de que no hay un registro de personas que ingresen al cantón Shushufindi

## 6.2. Elaborar el plan de Negocios para determinar la viabilidad del proyecto mediante un estudio de mercado

### 6.2.1. Análisis de la demanda

a) **Universo de estudio.** - Para el universo de estudio se determinó a los habitantes del Cantón Shushufindi más los turistas nacionales y extranjeros, que son un total de 55.728 (100%) personas. de los cuales: 50828 (91,2%) son habitantes del cantón, 1.900 (3,4%) Turistas Nacionales, 3.000 (5,4%) Turistas Extranjeros

b) **Muestra.** - Para calcular la muestra se aplicó la fórmula a la población (55.728 personas). Parámetros de Medición:

$$n = \frac{z^2 * N * PQ}{e^2(N - 1) + z^2PQ}$$

**n** = Tamaño de la muestra

**Z** = Nivel de confianza deseado (1.654)

**N** = Tamaño de la población (55.728)

**P** = Proporción real estimada de éxito (0,70)

**Q** = Proporción real estimada de fracaso (0,30)

**e** = Error muestral (0,07)



$$n = \frac{z^2 * N * PQ}{e^2(N - 1) + z^2 * PQ}$$

$$n = \frac{1.654^2 * 55728 * (0.70)(0.30)}{(0.07)^2(55728 - 1) + (1.654)^2 * (0.70)(0.30)}$$

$$n = \frac{32015.75}{273.63}$$

$$n = 117$$

- c) Caracterización de la demanda.** - Este análisis se obtuvo a partir del registro de la información proporcionada del consumidor, el cual consistió en determinar las características generales o la detección de las necesidades del segmento de mercado o grupo consumidor de los 117 (100%) encuestados, 74 (63,2%) son habitantes del Cantón Shushufindi, 29 (24,8%) son turistas extranjeros y 14 (12,0%) son turistas nacionales

### 6.2.2. Elaboración e interpretación de las encuestas

Tabulación e interpretación de las encuestas realizadas a los habitantes y turistas nacionales y extranjeros del cantón Shushufindi.

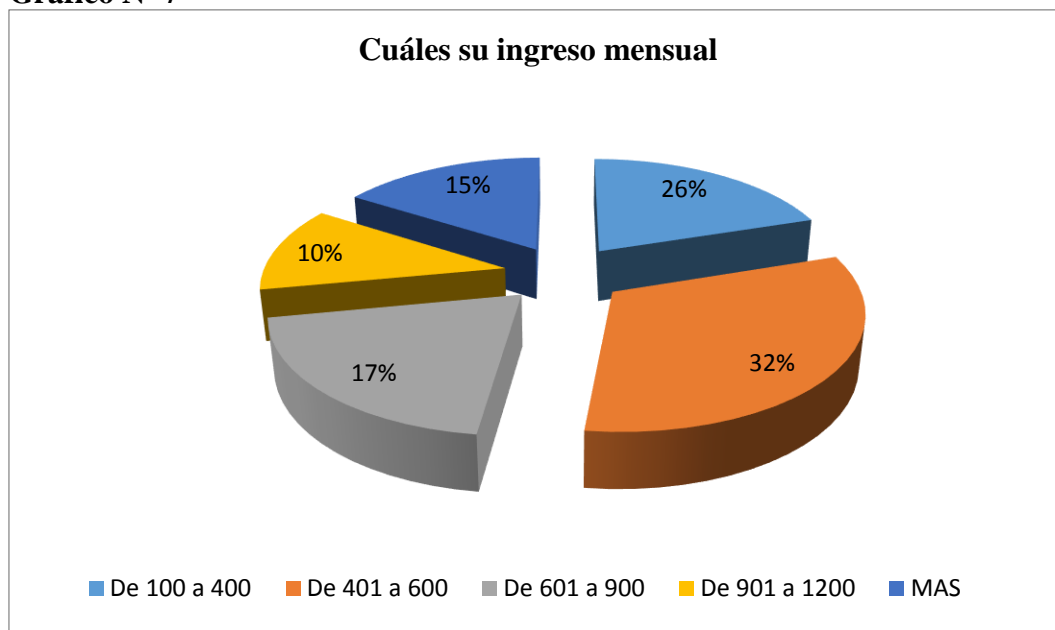
## Pregunta N° 1 Cuáles su ingreso mensual

**Tabla N° 19 Ingreso mensual**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 100 a 400	30	26%
De 401 a 600	38	32%
De 601 a 900	20	17%
De 901 a 1.200	12	10%
MAS	17	15%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico N° 7**



Elaborado por: El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 7 los ingresos que perciben las personas encuestadas son desde 400 dólares hasta más de 1.200 representados con un porcentaje no menos del 15%, los resultados son favorables para el proyecto ya que la mayoría de la población encuestada es económicamente activa y puede pagar los costos para usar los servicios que prestara el complejo turístico.

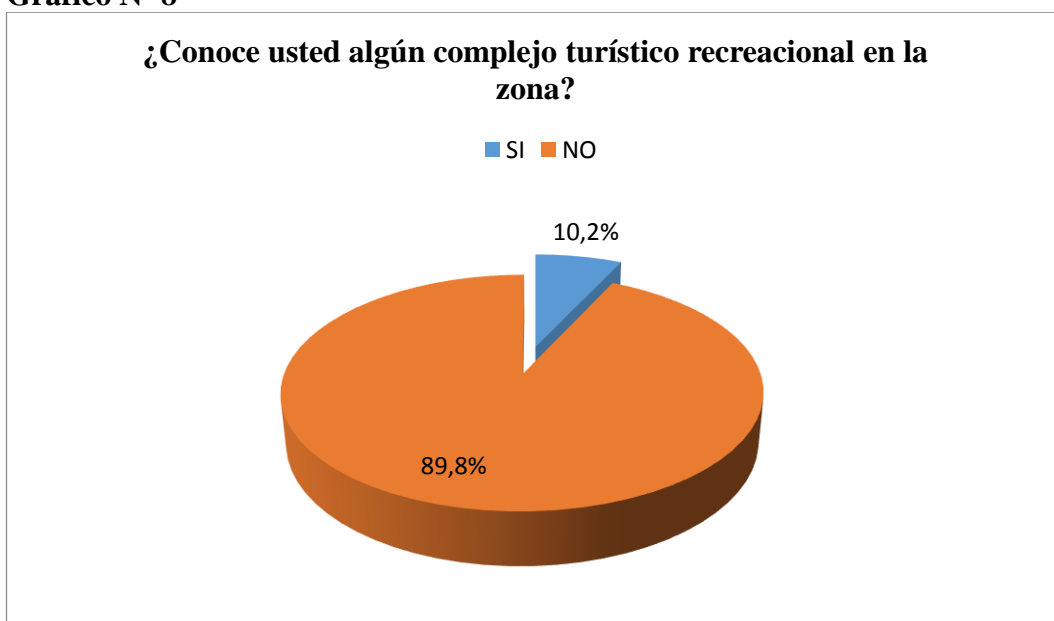
**Pregunta N° 2 ¿Conoce usted algún complejo turístico recreacional en la zona?**

**Tabla N° 20 ¿Conoce usted algún complejo turístico recreacional en la zona?**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	10,2%
NO	105	89,8%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico N° 8**



Elaborado por: El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 8 del total de los encuestados un 89,8% de las personas dicen que no conocen un complejo turístico y solo el 10,2% si conocen, esto dice que el proyecto es rentable ya que va hacer novedoso para la ciudadanía en general.

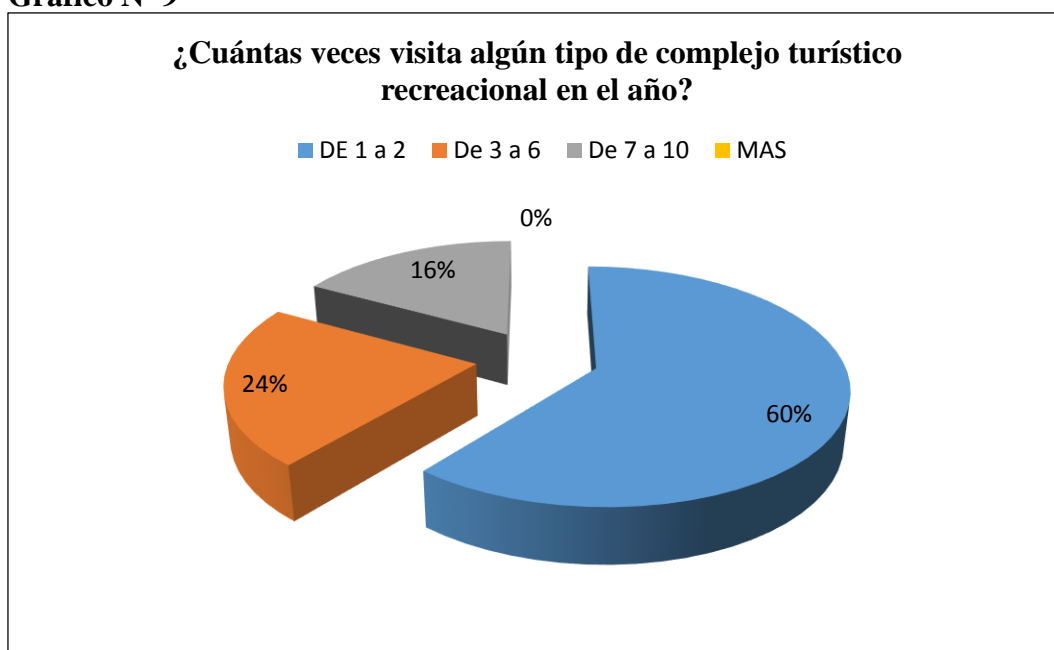
**Pregunta N° 3 ¿Cuántas veces visita algún tipo de complejo turístico recreacional en el año?**

**Tabla N° 21 ¿Cuántas veces visita algún tipo de complejo turístico recreacional en el año?**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 1 a 2	70	60%
De 3 a 6	28	24%
De 7 a 10	19	16%
MAS	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico N° 9**



Elaborado por: El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 9 la frecuencia con que las personas encuestadas visitan algún tipo de centro turístico es más de una vez, que representa el 60% como muestra el gráfico, entre los valores más altos, este porcentaje de personas es el que se tendrá de visitas para el complejo y con estas cifras el proyecto sería rentable.

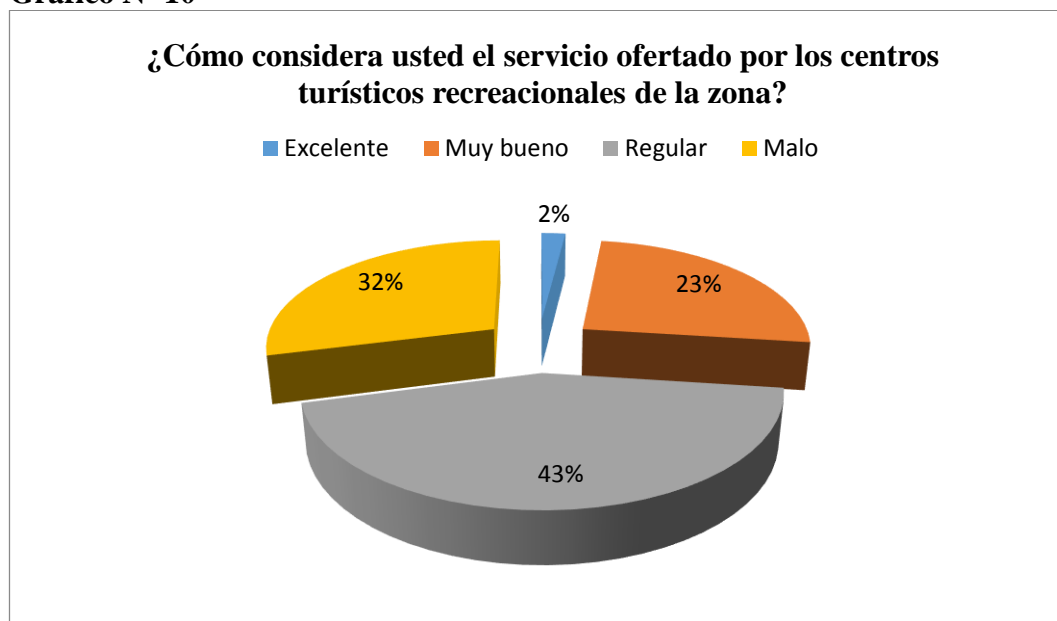
**Pregunta N° 4 ¿Cómo considera usted el servicio ofertado por los centros turísticos recreacionales de la zona?**

**Tabla N° 22 ¿Cómo considera usted el servicio ofertado por los centros turísticos recreacionales de la zona?**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	2	2%
Muy bueno	27	23%
Regular	50	43%
Malo	38	32%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>
<b>POR QUE</b>	Para cuantificar esta pregunta se ha escogido un patrón general de respuesta similares o comunes	
No hay	1	0,8%
Mala atención	73	62,2%
Es agradable	34	30%
Infraestructura básica	9	7%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

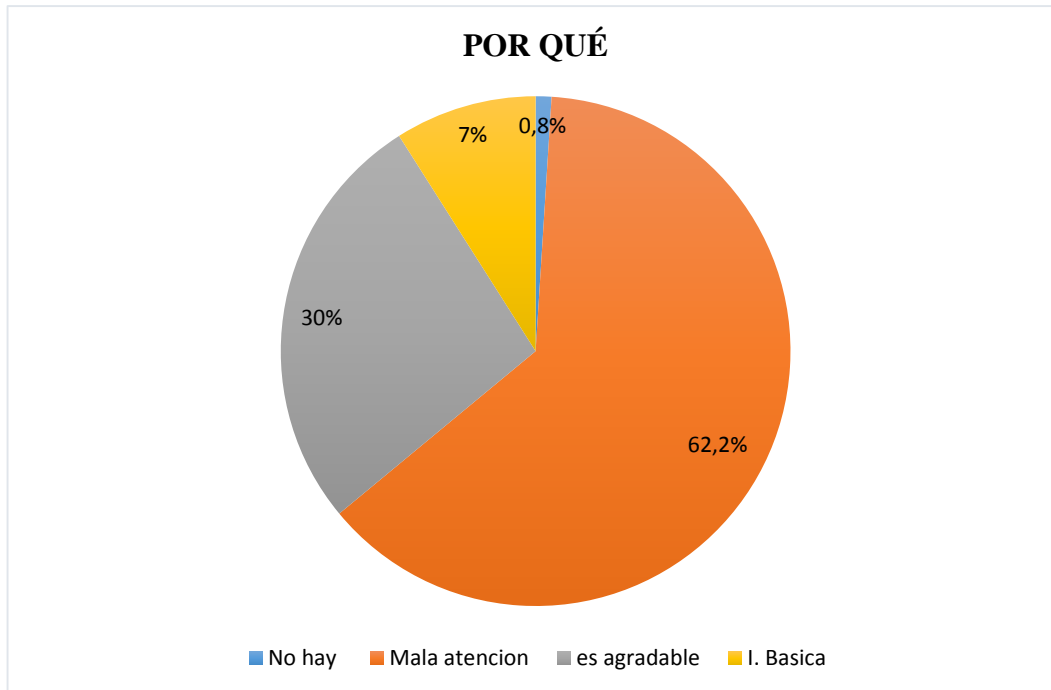
**Gráfico N° 10**



Elaborado por: El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 10 del total de las personas encuestadas dice que el servicio ofertado por los centros turísticos es regular con un 43% siendo este el más alto como se muestra en el gráfico, este porcentaje da la pauta para brindar a los visitantes una atención de calidad en el Complejo Turístico.

**Gráfico N° 11**



Elaborado por: El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 11 después de haber analizado los datos en lo que se refiere cual es la causa del servicio ofertado se ha visto que el 62,2% dice que hay una mala atención que es el porcentaje más alto, esto será beneficioso para el proyecto ya que son falencias de la competencia y a la vez fortaleces para el proyecto.

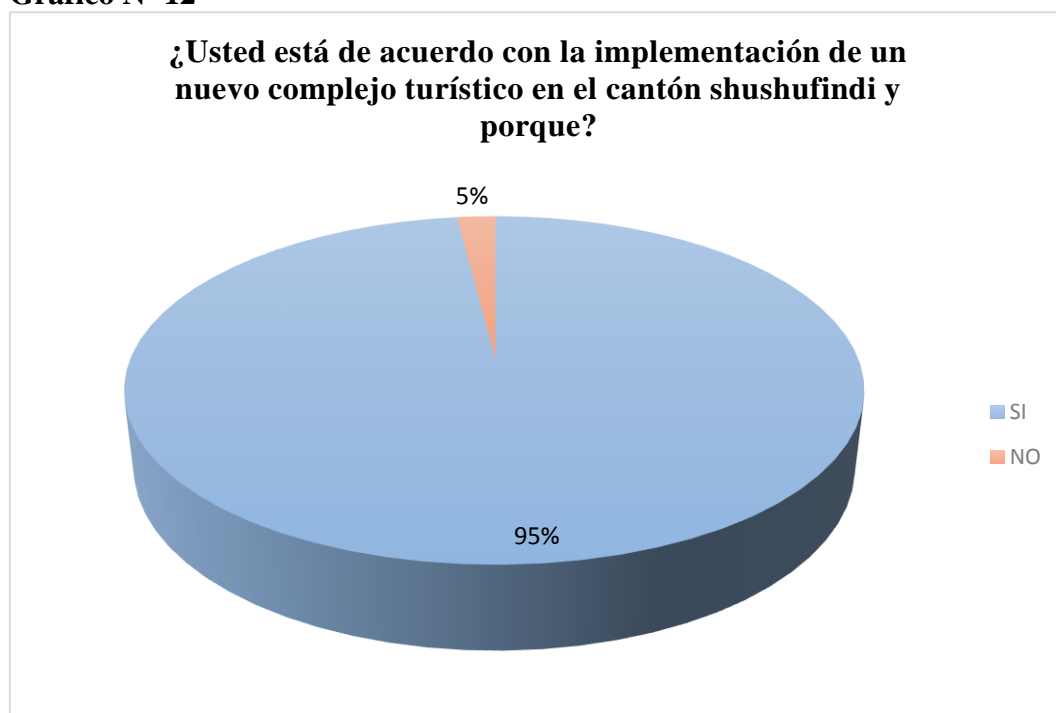
**Pregunta N° 5 ¿Usted está de acuerdo con la implementación de un nuevo complejo turístico en el Cantón Shushufindi y porque?**

**Tabla N° 23 ¿Usted está de acuerdo con la implementación de un nuevo complejo turístico en el cantón Shushufindi y porque?**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	111	95%
NO	6	5%
<b>TOTAL</b>	117	100%
POR QUÉ	Para cuantificar esta pregunta se ha escogido un patrón general de respuesta similares o comunes	
no es necesario	2	1%
Falta de capacidad	14	12%
Incentivara el deporte	29	25%
No hay	41	35%
Ayudará al turismo	25	22%
En blanco	6	5%
<b>TOTAL</b>	117	100%

Elaborado por: El autor

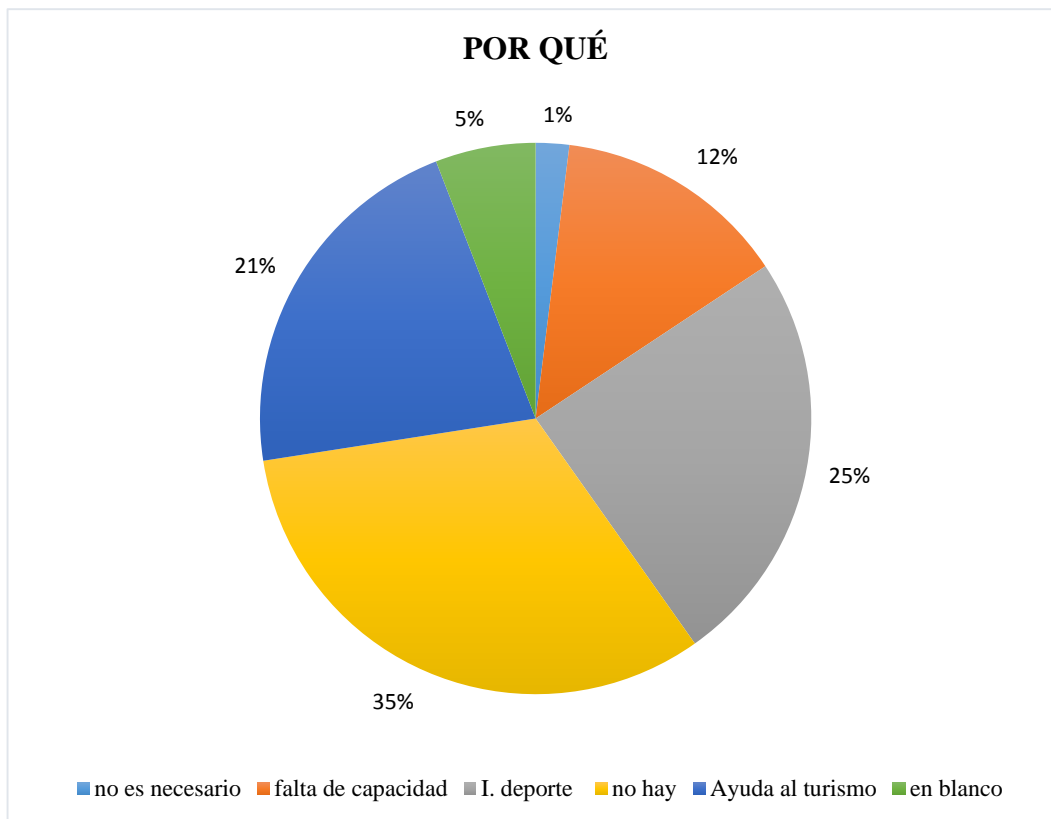
**Gráfico N° 12**



Elaborado por: El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 12 después de haber analizado los datos si están de acuerdo con la implementación de un nuevo complejo turístico el 95% de los encuestados dice que si está de acuerdo, esto es favorable para el proyecto ya que tendrá una buena acogida por parte de los habitantes

**Gráfico N° 13**



**Elaborado por:** El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 13 entre las preguntas formuladas del porque el 35% dice porque no hay en el sector y el 25% comenta que también incentivará el deporte porque se está implementando áreas recreativas para poder realizar actividades deportivas.



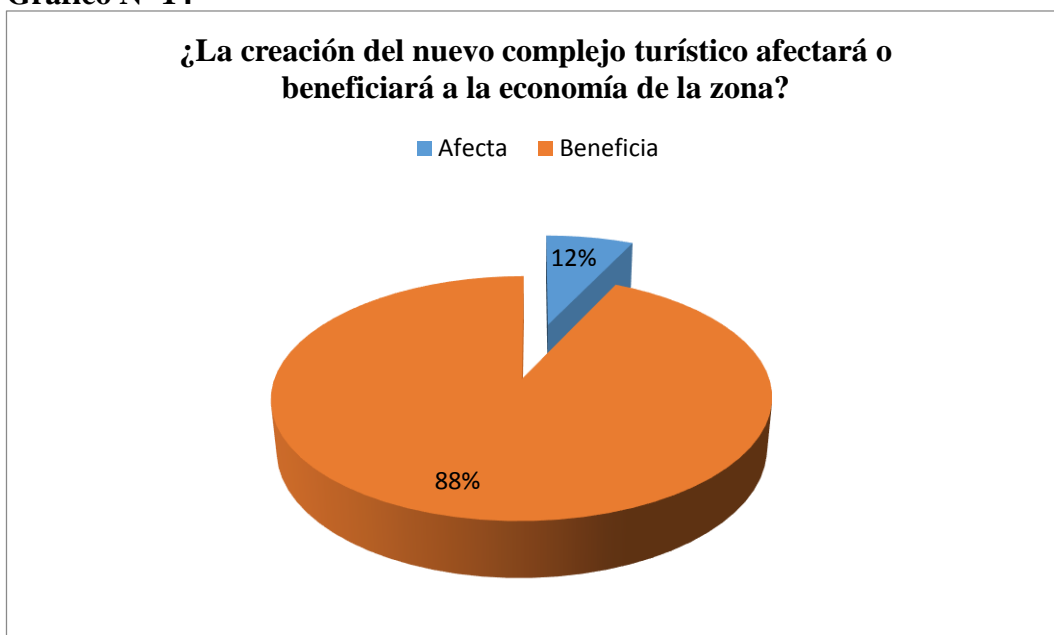
**Pregunta N° 6 ¿La creación del nuevo complejo turístico afectará o beneficiará a la economía de la zona?**

**Tabla N° 24 ¿La creación del nuevo complejo turístico afectará o beneficiará a la economía de la zona?**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Afecta	14	12%
Beneficia	103	88%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico N° 14**



Elaborado por: El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 14 el análisis de sobre si beneficia o afecta la creación de un complejo turístico en la zona el 88% de las personas encuestadas dicen que va a beneficiar un proyecto de esta magnitud y solo un 12% dice que afectara, el resultado es beneficioso para el proyecto ya que tendrá una buena acogida el complejo turístico.

**Pregunta N° 7 ¿Qué servicios desearía que brinde el nuevo complejo turístico?**

**Tabla N° 25 ¿Qué servicios desearía que brinde el nuevo complejo turístico?**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todas la actividades descritas	117	100%
<b>TOTAL</b>	117	100%
Otras		
Juegos de mesa	2	1,5%
Paint ball	2	1,5%
Billar	3	3%
En blanco	110	94%
<b>TOTAL</b>	117	100%

Elaborado por: El autor

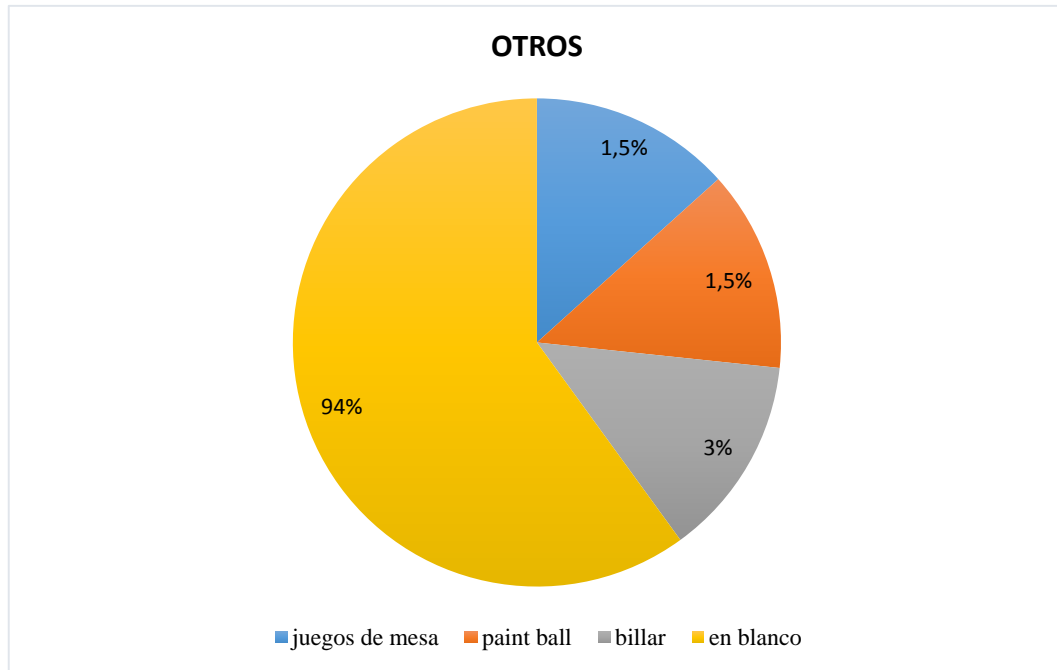
**Gráfico N° 15**



Elaborado por: El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 15 los encuestados seleccionaron todos los campos que les gustaría que tenga el complejo turístico este sería el 100% y las actividades que seleccionaron son: Piscina, Hospedaje, Comedor, Juegos infantiles, Pista de baile, Pesca deportiva, Canchas deportivas, Áreas de camping, Hipódromo. Con estas respuestas se tiene una idea de que actividades les gustaría que tenga el Complejo Turístico a los posibles clientes.

**Gráfico N° 16**



**Elaborado por:** El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 16 en lo que se refiere al presente cuadro, las 110 personas encuestadas que representa el 94%, le gustaría que el complejo tenga todos los servicios antes mencionados ya que algunos son novedosos en el cantón y esto atraería la atención de los visitantes.

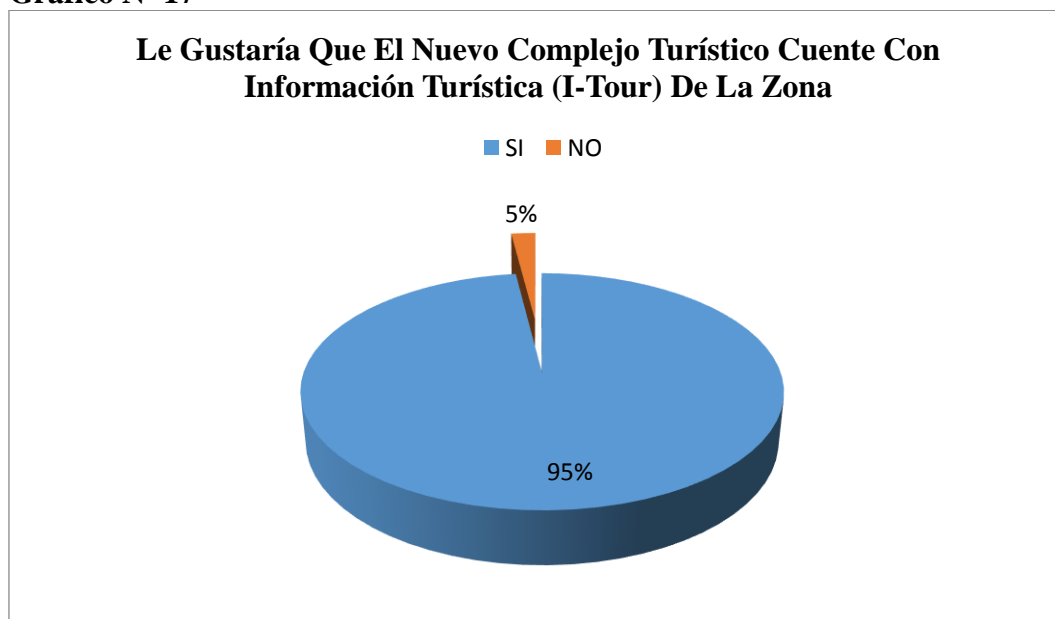
**Pregunta N° 8 Le gustaría que el nuevo complejo turístico cuente con información turística (i-tour) de la zona**

**Tabla N° 26 Le gustaría que el nuevo complejo turístico cuente con Información Turística (I-Tour) de la zona**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	111	95%
NO	6	5%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico N° 17**



Elaborado por: El autor

**Introducción:** De acuerdo al gráfico N° 17 en lo que se refiere al presente cuadro, de 117 encuestados el 95%, si le gustaría que haya un i-Tour en el complejo turístico, ya que esto ayudaría a mejorar el turismo en el cantón ya que encontrarían información de los lugares y solo el 5% dice que no es necesario tener un i-Tour.

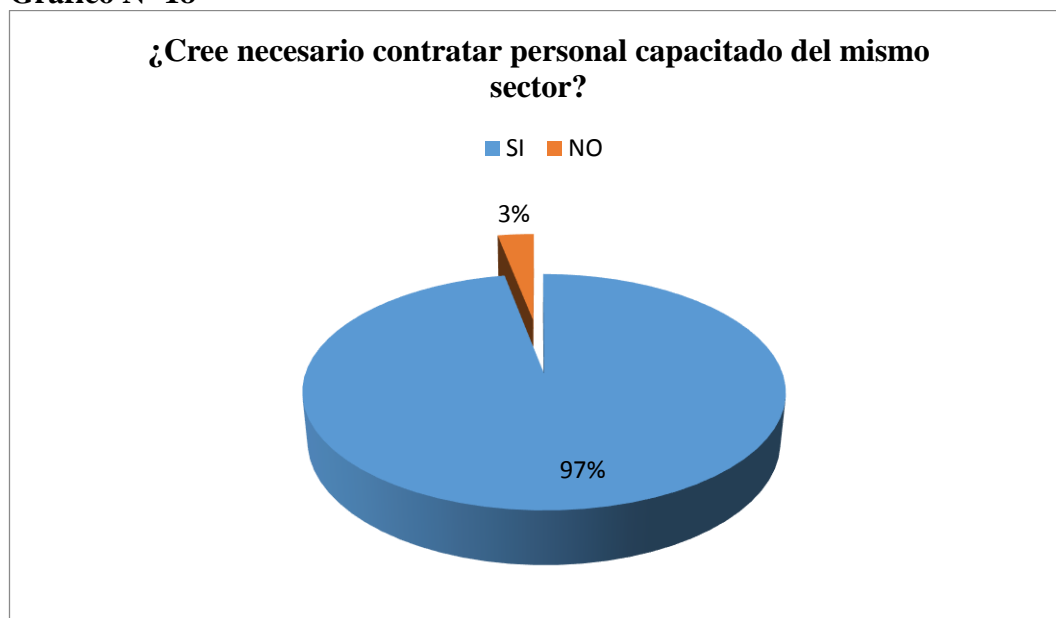
**Pregunta N° 9 ¿Cree necesario contratar personal capacitado del mismo sector?**

**Tabla N° 27 ¿Cree necesario contratar personal capacitado del mismo sector?**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	114	97%
NO	3	3%
<b>TOTAL</b>	117	100%
Por que	Para cuantificar esta pregunta se ha escogido un patrón general de respuesta similares o comunes	
Porque es necesario	20	17%
No es necesario	5	4%
Mejoraría el empleo	85	73%
En blanco	7	6%
<b>TOTAL</b>	117	100%

Elaborado por: El autor

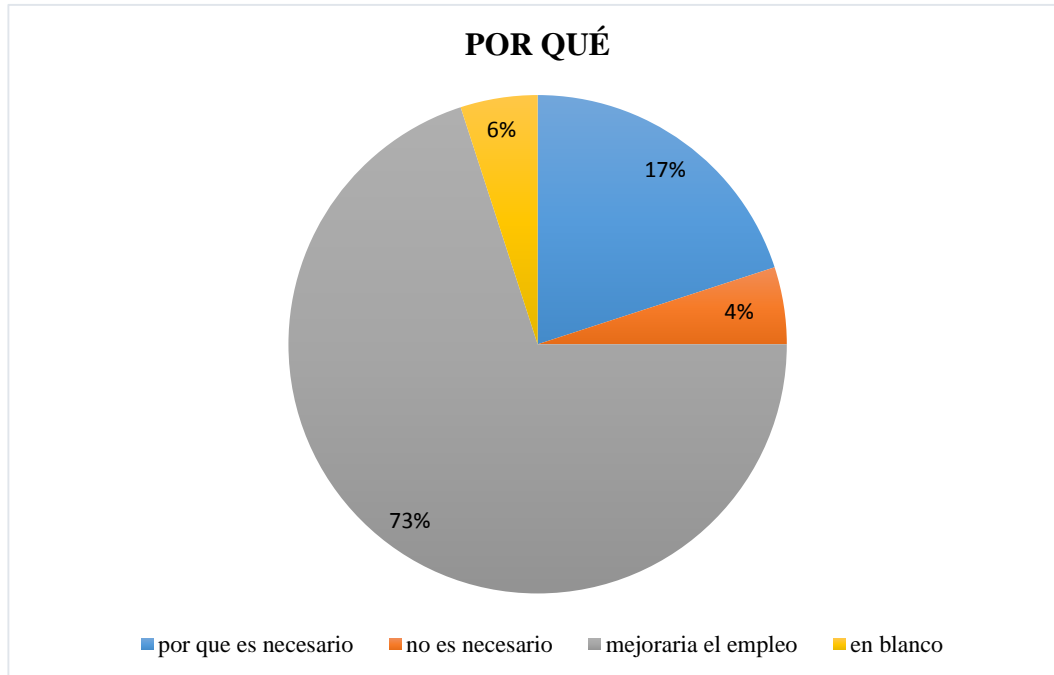
**Gráfico N° 18**



Elaborado por: El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 18 las personas encuestadas están de acuerdo en un 97% de que se contrate personal capacitado de la zona, estos son la mayoría de los encuestados ya que mejoraría el estilo de vida de las personas de la zona.

**Gráfico N° 19**



**Elaborado por:** El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 19 la mayoría de los encuestados que es el 73% cree que mejorará las fuentes de empleo en la zona y esto incentivara a poner micro empresas en el sector mejorando el estilo de vida de los habitantes.

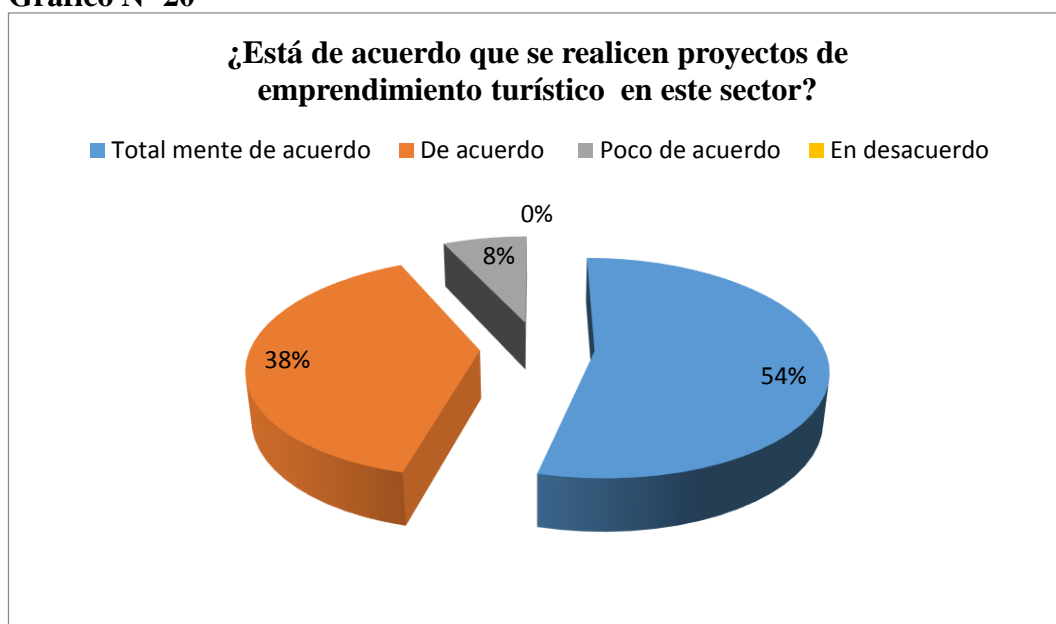
**Pregunta N° 10 ¿Está de acuerdo que se realicen proyectos de emprendimiento turístico en este sector?**

**Tabla N° 28 ¿Está de acuerdo que se realicen proyectos de emprendimiento turístico en este sector?**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Total mente de acuerdo	63	54%
De acuerdo	45	38%
Poco de acuerdo	9	8%
En desacuerdo	0	0%
<b>TOTAL</b>	117	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico N° 20**



Elaborado por: El autor

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico N° 20 los encuestados respondieron positivamente a los emprendimientos turísticos con un 54% que están totalmente de acuerdo, un 38% de acuerdo y un 8% poco de acuerdo como resultado se tiene que el proyecto si tendrá la acogida por parte de las personas de la zona.

### **6.2.3. Estudio de Mercado.**

El complejo turístico efectuara su difusión en las empresas públicas y privadas en los colegios y se dejara trípticos en los stands de turismo.

### **6.2.4. Demanda Potencial.**

La demanda potencial del complejo turístico son las personas residentes en el Cantón de Shushufindi y turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el cantón.

#### **a) Objetivos de la Investigación de Mercado.**

- Conseguir atraer la atención de los clientes.
- Alcanzar a proyectar nuevas habilidades para posicionarse en el mercado.
- Lograr establecer las preferencias de los consumidores.
- Conseguir información para poder brindar los mejores servicios a los clientes.

#### **b) Análisis de la Competencia.**

##### **1. Identificación de la Competencia**

En el cantón de Shushufindi no hay complejos turísticos, existen 4 centros recreacionales que brinda los servicios de recreación que son brisas del Eno, piscinas del cisne, las vegas, la sogá, estos centros recreacionales cuentan con una infraestructura básica como se detalla a continuación.



## Principales características de la competencia.

**Cuadro N° 10 Infraestructura de la competencia**

	C.R. Brisas del Eno	C.R. Piscinas del Cisne	C.R. Piscinas las vegas	C.R. La Soga
Cancha de futbol	No	No	No	Si
Cancha de boli	Si	No	No	No
Hospedaje	No	Si	No	No
Recepción	No	Si	No	No
Área de A&b	Si	Si	No	No
Piscinas	No	Si	Si	No
Acceso al rio	Si	No	No	Si

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 11 Productos que ofrece la competencia**

	C.R. Brisas del Eno	C.R. Piscinas del Cisne	C.R. Piscinas las vegas	C.R. La Soga
Bebidas no alcohólicas	Si	Si	Si	Si
Bebidas alcohólicas	Si	Si	Si	Si
Comida	No	No	No	No
Snacks	Si	Si	Si	No

Elaborado por: El autor

**Tabla N° 29 Costos de ingresos a los centros turísticos**

	C.R. Brisas del Eno	C.R. Piscinas del Cisne	C.R. Piscinas las vegas	C.R. La Soga
Costo de ingreso	\$ 1,50	\$ 2,50	\$ 1,50	\$ 1

Elaborado por: El autor

### c) Ventajas y desventajas de la competencia.

Se puede apreciar a estos centros turísticos con los que cuenta la ciudad de Shushufindi y como se detalla anteriormente los servicios que estos centros turísticos prestan no son completos por este motivo los habitantes de la zona ven en la necesidad de estarse trasladando de un lugar a otro por la falta de espacios o actividades recreativas.

Los motivos por lo que estos centros turísticos no progresan o se mantienen en un solo estatus es por la falta de espacio físico ya que se encuentran unos dentro de la ciudad y no se pueden expandir y otros por estar colindando con tuberías de petróleo, pantanos y los mismos ríos ya que en la actualidad los municipios piden un área de protección de las riveras de los ríos, no se puede construir ningún tipo de edificación ceca de los mismos.

### **Estrategias a desarrollar.**

- Buscar personal capacitado para tener una buena atención
- Tener una infraestructura que cumpla las necesidades del cliente
- Realizar convenios con empresas públicas y privadas
- Crear actividades llamativas para los turistas.

#### **6.2.5 El Producto.**

Los productos que ofertan estos centros turísticos a más de las actividades que mencionamos anteriormente también ofrecen la venta de bebidas alcohólicas como es la cerveza y snack, por lo general el punto fuerte es la venta de la cerveza ya que la población de la zona es considerada una de las que más consume este tipo de bebida alcohólica en la región, la población se dedica a esto ya que no cuenta con los espacios para hacer deporte o practicar alguna actividad deportiva.

#### **6.2.6. Descripción de la actividad**

El Complejo Turístico la “MONTAÑITA”, prestará servicios de recreación con una variedad de actividades; contará con piscina semiolímpica, piscina para niños, cancha de futbol, cancha de boli, hipódromo, pesca deportiva, área de camping, restaurante, y hospedaje, además brindará comidas típicas de la zona para eventos.

#### **6.2.7 Sector de la actividad**

El Complejo Turístico la “MONTAÑITA”, se desarrolla en el área de recreación.

## 6.2.8 Ámbito Geográfico

El Complejo Turístico la “MONTAÑITA”, operará de manera local en la provincia de Sucumbíos, en el Cantón Shushufindi en su ciudad matriz.

## 6.2.9 Segmento de Mercado

Las actividades que podrán realizar los visitantes del complejo turístico la “MONTAÑITA” están dirigidos a toda la población en general que deseen relajarse o disfrutar de un día con una sana distracción.

## 6.2.10 Definición del Producto

**Cuadro N° 12 Características de los productos**

Producto	Composición	Presentación	Precio	Valor agregado
Piscina para adultos y para niños	Se podrá realizar actividades de natación tanto recreativas como semi profesionales	habrá una persona encargada para peticiones y cuidado de esta área	5 USD/ ingreso Cursos 10 USD/ por alumno	para los cursos se les incluirá agua para los entrenamientos se proveerán los ternos de baño
Cancha de fútbol	Sera una cancha reglamentaria para eventos deportivos	Para los convenios con las empresas se pondrá un albitro por paste del complejo	5 USD/ ingreso Cursos 10 USD/ por alumno	para los cursos se les incluirá agua para los entrenamientos
Cancha de fútbol	Sera una cancha reglamentaria para eventos deportivos	Para los convenios con las empresas se pondrá un albitro por paste del complejo sin costo adicional	5 USD/ ingreso Cursos 10 USD/ por alumno	para los cursos se les incluirá agua para los entrenamientos
Área de camping	Estará compuesta por lugares apropiados para acampar	En esta área se encontrara una persona para velar por la seguridad de los campista		
Hipódromo	Paseos a caballo con ponis para los niños	habrá personal encargado para esta actividad para la seguridad de los niños	1 USD/ por niño	Habrá un fotógrafo por parte del complejo para que tome fotos por cada niño y se les dará gratis
Pista de baile	Se podrán realizar eventos formales y también se realizara concursos de baile	Para los eventos se contara con un animador y para los concursos con un dj	Eventos 1000 USD	Dependiendo del tipo de evento se incluirá el dj

Continúa...

...Continuación

<b>Producto</b>	<b>Composición</b>	<b>Presentación</b>	<b>Precio</b>	<b>Valor agregado</b>
Pesca deportiva	Se podrá realizar pesca deportiva en piscina	En esta área habrá un encargado de prestar las cañas de pescar para los visitantes	El costo se cobrara dependiendo lo que se pesque	Se dará la carnada para poder pescar por parte del complejo
Servicio de restaurante	Platos preparados con alimentos de la zona	Se presentara los platos higiénicamente	Depende del tipo de plato	Se dará como postre un mayon para los que deseen como valor agregado
Hospedaje	Habitaciones cómodas para los huéspedes	Se dará servicio de lavandería para los huéspedes		

Elaborado por: El autor

#### **a) Características del Producto.**

- Asistencia especializada en atención al cliente.
- Infraestructura cómoda y amplia para los visitantes
- Variedad de actividades recreativas

#### **b) Beneficios que Brinda.**

- La satisfacción plena de los turistas
- Mejorar la imagen turística del cantón
- Mejorar la matriz productiva turística de la zona

#### **c) Diferencia con la Competencia.**

- Al turista se le presentaran paquetes con descuentos y bonos
- Tendrá una buena infraestructura
- Tendrá variedad de actividades como es piscina, cancha de fútbol, etc.
- El personal estará capacitado en atención al cliente

#### **d) Precio**

Los costos que tendrá el complejo turístico la MONTAÑITA serán accesibles para todo público y a la vez tendrá acogida ya que se prestará un complejo turístico de calidad para los visitantes.

### e) Políticas de Ventas.

- Cuando sean grupos mayores de 10 personas 1 va con todos los gastos pagados.
- Las promociones tendrán una caducidad en algunos casos.

### 6.2.11 Flujo gramas del proceso productivo

**Cuadro N° 13 Diagrama del flujo para la utilización de las instalaciones**

Diagrama del flujo para la utilización de las instalaciones							
N°	Actividades	Proceso					Tiempo
		1	2	3	4	5	
1	Registro de ingreso al complejo	x					5min
2	Utilización de los vestidores		x				15 min
3	Utilización de las ares del complejo			x			2 horas
4	Utilización de las duchas y vestidores				x		30 min
5	Salida del complejo					x	20 min
<b>Total</b>							3 h y 10 min

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 14 Diagrama de flujo para el servicio de restaurante**

Diagrama de flujo para el servicio de restaurante								
N°	Actividades	Proceso						Tiempo
		1	2	3	4	5	6	
1	Presentación de la carta	x						5 min
2	Pedido el plato escogido		x					5 min
3	Preparación del plato			x				30 min
4	Servir el plato en la mesa				x			10 min
5	Servirse el plato por parte del cliente					x		30 min
6	Cancelar el plato escogido						x	10 min
<b>Total</b>							1 h y 30 min	

Elaborado por: El Autor

### 6.2.12 Aprovisionamiento para el restaurante

**Cuadro N° 15 Aprovisionamiento para el restaurante**

Producto	Proveedor
Carnes rojas y blancas	Comisariato sumesa
Espicias varias	Comisariato jireth
Legumbres	Verdulerías de la zona
Menaje de cocina	Mundy hogar
Bajilla	Comercial Graciélita
Sillas y mesas	Mundy hogar

Elaborado por: El autor

### 6.2.13. Aprovechamiento para las áreas recreativas

**Cuadro N° 16 Aprovechamiento para las áreas recreativas**

Producto	Proveedor
Tratamiento para la piscina	La fabril S.A
Herramientas para mantenimiento	Mundy hogar

Elaborado por: El Autor

### 6.2.14. FODA del complejo turístico la MONTAÑITA

**Cuadro N° 17 FODA complejo la MONTAÑITA**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• El personal tendrá una capacitación constante.</li><li>• El proyecto es pionero en la zona</li><li>• Los costos serán accesibles para el público</li><li>• Contará con actividades variadas</li><li>• Tendrá una construcción cómoda y llamativa para los visitantes</li><li>• Las vías que se conectan al complejo turístico están en buen estado.</li><li>• El ambiente del sector se caracteriza por la tranquilidad y seguridad</li><li>• Se encuentra a 5 minutos del centro de Shushufindi.</li><li>• La finca posee 2 hectáreas para las diferentes áreas a implementarse</li><li>• Servicios de calidad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Acoger al gran número de personas insatisfechas por los servicios prestados por los centros turísticos actuales</li><li>• Oportunidades de un rápido posicionamiento en el mercado</li><li>• Falta de centros turísticos que brinde servicios de calidad</li><li>• Financiamientos para proyectos turísticos por parte del BNF</li><li>• Cercanía con atractivos turísticos naturales</li><li>• Si ofertará un servicio de calidad capacitando al personal, así se podrá reducir la competencia</li></ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Los costos de construcción son elevados</li><li>• No ser reconocido en el mercado</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Futuras infraestructuras en el sector</li><li>• Reformación en las leyes turísticas y hoteleras</li></ul>

Elaborado por: El autor

### 6.2.15. Publicidad

#### a) Imagen del Centro

Los colores definidos para la imagen de la empresa fueron escogidos por un significado en común y son los siguientes.



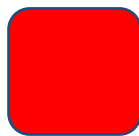
Azul. - Significa armonía y se escogió uno de estos colores para ponerlo en el logo porque se quiere representar la armonía que se tendrá en el complejo



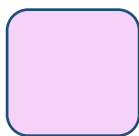
Verde. - Significa revitalización del espíritu se escogió este color porque las personas que visiten el complejo podrán relajarse completamente



Verde claro. - Significa unión familiar, salud, y fue escogido por lo que representa unión familiar que es bueno para el complejo ya que se pretende ganar este mercado



Rojo. - Se escogió este color ya que representa reputación, integridad y es lo que se va a ganar una buena reputación



Purpura. - Inspira prosperidad y gratitud, se escogió este color para que las personas se sientan cómodas

## b) Logotipo



Elaborado por: El autor



Esta imagen significa que el complejo turístico cuenta con una cancha de boli.



Esta imagen significa que el complejo turístico cuenta con un hipódromo.



Esta imagen significa que el complejo turístico cuenta con una pista de baile.



Esta imagen significa que el complejo turístico cuenta con una piscina.



Esta imagen significa que el complejo cuenta con área de camping.



Esta imagen significa que el complejo cuenta con una cancha de fútbol



Esta imagen significa que es un área para poder recrearse donde se puede descansar o disfrutar del calor



Esta imagen representa el conjunto de todas las actividades del complejo turístico

### c) Slogan

El slogan para el complejo turístico la “MONTAÑITA” es:

“Ven y disfruta de actividades pensadas en ti”.

### d) Medios de Publicidad

Para la publicidad del complejo turístico se utilizarán los siguientes medios:

- Redes sociales
- Trípticos



- Hojas volantes
- Tarjetas de presentación
- Participación en stands de turismo

#### **6.2.16. Propuesta del plan de negocios**

#### **6.2.17. Oportunidad**

El complejo turístico la MONTAÑITA es una idea de negocio emprendedora ya que en el cantón no encontramos instalaciones de este tipo las actuales son centros turísticos que no cumplen las expectativas de los visitantes, por este motivo nace la necesidad de implementar un complejo turístico que cumpla las necesidades de los visitantes tanto en lo que es comodidad de sus instalaciones que sean amplias y que tengan variedad de actividades recreativas que estén al alcance de todos los visitantes, las tendencias de los turistas ya sean nacionales o extranjeros son cada vez más exigentes, en lo que es servicio las personas que van a estar al frente de las diferentes áreas van a estar capacitadas en atención al cliente para sobrellevar las diferentes circunstancias que se presenten para que el cliente no se lleve un mala imagen del complejo turístico. De esta manera describimos a continuación lo siguiente.

##### **a) Propuesta**

Las instalaciones del complejo turístico la “MONTAÑITA” prestara las condiciones tangibles como intangibles con un servicio de calidad e instalaciones adecuada para el uso de los visitantes. El primer objetivo se lo realizará con la implementación de proyectos deportivos o actividades recreacionales dirigidas como son cursos de natación, cursos de fútbol, de boli, de básquet en donde los jóvenes que estarán en estas actividades al final de los cursos estén en la capacidad de participar en las competencias que van hacer organizadas por el complejo en recompensa al esfuerzo hecho por los participantes y esto le llamara mucho la atención a los jóvenes ya que por naturaleza el ser humano es competitivo.

Las actividades que se van a realizar para las personas de la tercera edad en este caso son solo de activación muscular ya que por el mismo echo del paso de los años el cuerpo tiende a perder masa muscular y el sedentarismo ayuda a estas degradación por esto las actividades tienen que ayudarles a mejorar su capacidad motriz, la natación en especial ayuda a mejorar notablemente estas capacidades de las personas este será una de las actividades principales, las cuales se desarrollaran en el complejo.

Se han realizado los estudios necesario de mercado empleando encuestas en la ciudad de Shushufindi a los habitantes y turistas de lo cual se obtuvo información necesaria para poder implementar un modelo de complejo turístico con la cual se puede satisfacer las necesidades insatisfechas de los futuros clientes y que cumpla los requerimientos de los visitantes en construcción y en comodidad para los que lleguen hasta las instalaciones, para así diferenciarnos de la competencia que en nuestro caso son los centros turísticos de la zona.

La propuesta de este plan de negocios es brindar un producto intangible a los futuros cliente con un lugar donde se puedan recrearse sanamente y que el servicio sea cómodo con un diseño acorde a las necesidades básicas de recreación y que cumplas las normas de construcción para este tipo de proyecto, con precios accesibles para todo público que tendrá las siguientes actividades recreativas como son:

- Piscina para adultos y para niños
- Canchas deportivas de fútbol y boli
- Áreas vedes
- Área de camping
- Hipódromo
- Pista de baile
- Pesca deportiva
- Hospedaje
- Restaurante

Todas estas actividades se encontrarán en un mismo lugar y no tendrá que trasladarse de un lugar a otro como lo tiene que hacer actualmente, las vías de acceso hasta donde va a estar situada el complejo turístico están lastradas y en buenas condiciones, cave recalcar que a esta vía le dan mantenimiento continuo.

La edificación será moderna y llamativa sus instalaciones contarán con aire acondicionado y contarán con tecnología de punta con servicios innovadores en el Cantón.

#### **b) Recursos para el proyecto**

- **Los recursos físicos:** del complejo turísticos que van a estar al servicio del cliente son sus instalaciones las mismas que pueden ser usadas por los usuarios como son hospedaje, pesca deportiva, pista de baile, hipódromo, área de camping, áreas verdes, canchas deportivas, piscina.
- **Los recursos económicos:** Para poder hacer realidad la implementación de este proyecto se optará por tener un financiamiento con el banco nacional de fomento (BNF) que presta créditos hipotecarios para proyectos innovadores al 10% anual con un año de gracias para lo que es construcción para lo que es el espacio físico será un aporte del autor.

#### **Foto N° 1 Terreno para el complejo turístico la “MONTAÑITA” a 500m de la vía a Lago Agrio**



**Fuente:** propietarios del terreno  
**Elaborado por:** El autor

Se estima un área para el proyecto de 2 hectáreas que se encuentran en una zona propicia para este tipo de edificaciones y que se localiza en la entrada de la ciudad de Shushufindi a 500m de la vía principal.

De acuerdo al estudio de mercado realizado están de acuerdo que se implemente en un sector amplio para futuras expansiones y que esté ubicado en un lugar donde no sea zona de peligro como vías principales y cercanías de pozos petroleros.

### c) Recursos Intangibles

- **La reputación:** con la que contara el complejo turístico será favorable ya que se tratara de satisfacer al cliente en todo lo posible dándole una buena atención para que salga satisfecho por lo que está pagando y se realizara un seguimiento pos venta para ver si hay alguna falencia en lo que se refiere al servicio o las instalaciones para poder hacer las correcciones en caso de haberlas y así conservar una buena imagen del complejo turístico.

También en los recursos intangibles esta la marca o nombre del negocio. Este es por el cual será reconocida la empresa cuando alcance el posicionamiento en el destino de los visitantes, el nombre se identificará y diferenciará de la competencia, complejo turístico la “MONTAÑITA”.

- **En lo tecnológico:** El complejo turístico la “MONTAÑITA” contara con la tecnología de punta sobre todo en lo que es computadoras, software para manejo de recepción, los empleados de las diferentes áreas contarán con un sistema de radio comunicación interno para evitar contratiempos, habitaciones acimatadas para que estén acorde a las necesidades de los visitantes y a la vez los empleados para que puedan desarrollar mejor sus funciones.

## 6.2.18 Análisis del entorno y de la industria

**Cuadro N° 18 Fortalezas y debilidades**

Puntos fuertes	Puntos débiles
Mejoramiento del turismo	Falta de una buena planta turística
Lugares donde hacer recreación	Costos altos para su implementación
Mejorar la salud de los habitantes del sector	
Fomentaría el deporte	

**Elaborado por:** El autor

### a) Mercado

El proyecto estará dirigido al público en general que se encuentren en el Cantón Shushufindi sin clasificación social.

También se trabajará en especial para lograr alcanzar a los jóvenes de entre los 10 a 18 años en actividades deportivas que va hacer fomentadas por el complejo con actos deportivos donde se llame la atención de practicar y sobre todo de utilizar el mayor tiempo posible las instalaciones y así se alcanzará posicionarse en el mercado con rapidez. Para que esto sea posible se buscara patrocinadores para estos jóvenes deportistas los cuales les solventaran los gastos de las instalaciones.

Otra de las actividades o planes donde se va a intervenir es el de los grupos prioritarios donde la mayoría de los gastos son solventados por el estado por ejemplo los de la tercera edad no tiene donde hacer sus actividades físicas cotidianas se va presentar un plan a las instituciones correspondientes para abarcar este sector de esta manera se podrán tener ingresos fijos con proyectos sustentables.

Se trabajará en la forma más adecuada para poder abarcar a más personas y así llegar a tener un rápido posicionamiento en el mercado aprovechando los factores favorables con los que va a contar el complejo como es su infraestructura moderna y amplia y a la ves sacar provecho de la ubicación que es un sector provechoso para los visitantes ya que está rodeado un bosque secundario.

Tanto los habitantes como los turistas del Cantón se encuentran en un mundo de rutina diaria la cual lleva a un agotamiento o aburrimiento de las actividades que realizan y esto lleva al sedentarismo uno de estos motivos es porque en el Cantón de Shushufindi no hay un complejo turístico y los centros turísticos no están acorde a las necesidades de los clientes.

El mercado potencial general para el complejo turístico es

- Todos los habitantes del cantón Shushufindi
- Jóvenes de entre los 10 y 18 años que les guste hacer deporte
- Personas de la tercera edad
- Trabajadores de las instituciones públicas y privadas

#### **6.2.19. Plan estratégico de la empresa**

Para poder desarrollar el plan para la empresa se tiene que tomar en consideración los siguientes puntos como son:

##### **a) Estructura de la Empresa**

##### **Visión**

El complejo turístico la “MONTAÑITA” pretende mejorar el turismo poniendo en alto la belleza natural que tiene Shushufindi y llegar a estar entre los primeros paraderos turísticos de los visitantes.

##### **Misión**

Brindar un servicio completo y personalizado de calidad y especializarnos en proporcionar distracción y relajamiento a todos nuestros clientes, junto a la naturaleza dando una confortable estadía en el complejo turístico la

MONTAÑITA y así promover el buen uso del tiempo libre fomentando el deporte.

## **Objetivos**

### **Corto Plazo:**

- Hacerse conocer en el Cantón de Shushufindi y sus alrededores.
- Llegar a ser la primera opción de los posibles clientes.
- Tener un reajuste continuo para el crecimiento de del complejo turístico la “MONTAÑITA”

### **Mediano Plazo:**

- Hacerse conocer a nivel de toda la provincia
- Obtener nuevos conocimientos en todos los campos para estar acorde con las necesidades del cliente.

### **Largo Plazo:**

Ser reconocidos a nivel nacional Para poder seguir con el proceso se a tabulado las encuestas realizadas y un 98% de los encuestados si están de acuerdo que se implemente un complejo turístico en la zona porque los centros turísticos actuales no se dan abasto o nos prestan la atención adecuada a los visitantes.

### **Trato con los clientes**

La relación con los clientes va a ser personalizada ya que en cada área del complejo turístico se encontrará personal capacitado en atención al cliente para que pueda brindar una buena atención y así dar una buena imagen de la empresa ya que es importante que el cliente se sienta a gusto, se colocará un buzón donde las personas puedan colocar alguna queja sobre el servicio que se brinda.

Se dará un seguimiento a los clientes pos venta que ya han utilizados los servicios del complejo para poder analizar fallas en el manejo del mismo y no perder esos clientes insatisfechos brindándoles algún tipo de incentivo para que regresen y demostrar la calidad del servicio que se brinda.

Se creará una página web del complejo donde se encuentren todos los servicios que ofrece y también tendrá una opción donde pueda dejar su comentario o críticas con respecto al servicio que ha tenido.

Para tener un mejor desarrollo en lo que se refiere en atención al cliente tenemos que

- En el periodo en que se acuerde se realizara el debido análisis de los cargos para determinar las funciones específicas de cada uno de los cargos
- Con el fin de llevar a cabo el proceso de Talento Humano, mensualmente se elaborarán evaluaciones para valorar el desempeño de cada empleado con relación a su puesto de trabajo
- El personal sin importar el cargo deberá atender al cliente con la mayor cortesía posible.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el de atender al cliente para satisfacer sus necesidades.
- Los lugares de trabajo en la empresa son de carácter poli funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.



## **Alianzas para la empresa**

La actividad clave más importante para el proyecto es la infraestructura del complejo turístico ya que será moderna y llamativa para los visitantes.

Se realizar promociones de los servicios que se va a ofrecemos:

- Para el ingreso de grupos al Complejo Turístico por cada 10 personas uno ingresa gratis.
- Se alquilará el salón de baile para eventos se puede ofrecer el menaje gratis o dependiendo el tipo de evento el personal para ese evento sin costos adicionales así se llamará la atención de las personas a realizar sus eventos en las instalaciones.
- Se realizará actividades deportivas de acuerdo a las instalaciones del complejo turístico para promocionar el deporte y de paso generamos ingresos para el complejo.
- Se elaboró una buena imagen corporativa del complejo turístico para que sea fácil de recordar y llamativa.

## **Asociaciones para el proyecto**

El primer socio clave de complejo turístico será el banco de fomento el que aportará económicamente para la realización de este proyecto.

Se buscó alianzas con otras empresas públicas como es Petroecuador y Petroamazonas que maneja un 55% de la población económicamente activa y la cual se dedica a la producción petrolera estas empresas son socios muy beneficiosos económicamente para poderle brindar los servicios con los cuales va a contar el complejo turístico.

Buscar una alianza con el GAD municipal para que la mayoría de las actividades deportivas y culturales las realice en el complejo así mejorara la imagen del complejo y se podrá posicionar en el mercado eficientemente y a la vez ser reconocidos a nivel cantonal y provincial.

Los principales competidores del complejo turístico son los 4 centros turísticos de la zona estos complejos turísticos brindan un solo tipo de actividad recreativa en este caso solo piscina o solo canchas deportivas por motivo de que el espacio que han dedicado para estos proyectos no han sido proyectados para el número de habitantes con los que cuenta el cantón.

### 6.2.20 Plan de Recursos Humanos

De acuerdo al estudio realizado, de 109 encuestados que es el 97%, están de acuerdo en que se contrate personal capacitado del sector y esto ayudara a que el complejo turístico cuente con una buena imagen en los que se refiere en atención al cliente.

Las personas que ingresen a laborar serán capacitadas anualmente o dependiendo de la situación, en las áreas para que fueron contratadas para que sean amables y cordiales.

La compañía será Cía. Ltda. Y contara con tres socios y las áreas estarán distribuidas de la siguiente manera:

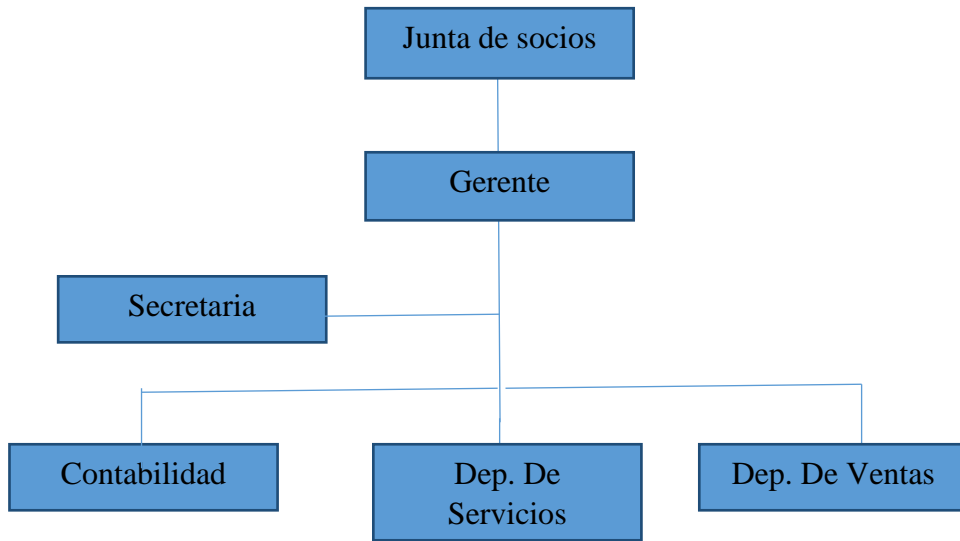
#### a) Talento Humano para el complejo turístico la “MONTAÑITA”

**Cuadro N° 19 Talento humano para el complejo turístico la “MONTAÑITA”**

Talento humano para el complejo turístico la “MONTAÑITA”		
N°	Cargo	Área
1	Gerente	Administrativa
1	Contadora/o	
2	Ventas	
1	Secretaria	
2	Mesero	Restaurante
1	Chef	
2	Ayudantes de cocina	
1	Posillero	
1	Personal de mantenimiento	Piscinas
1	Personal de mantenimiento	Cancha de fútbol
1	Personal de mantenimiento	Cancha de boli
2	Personal de mantenimiento	Hipódromo
1	Personal de mantenimiento	Área de camping

Elaborado por: El autor

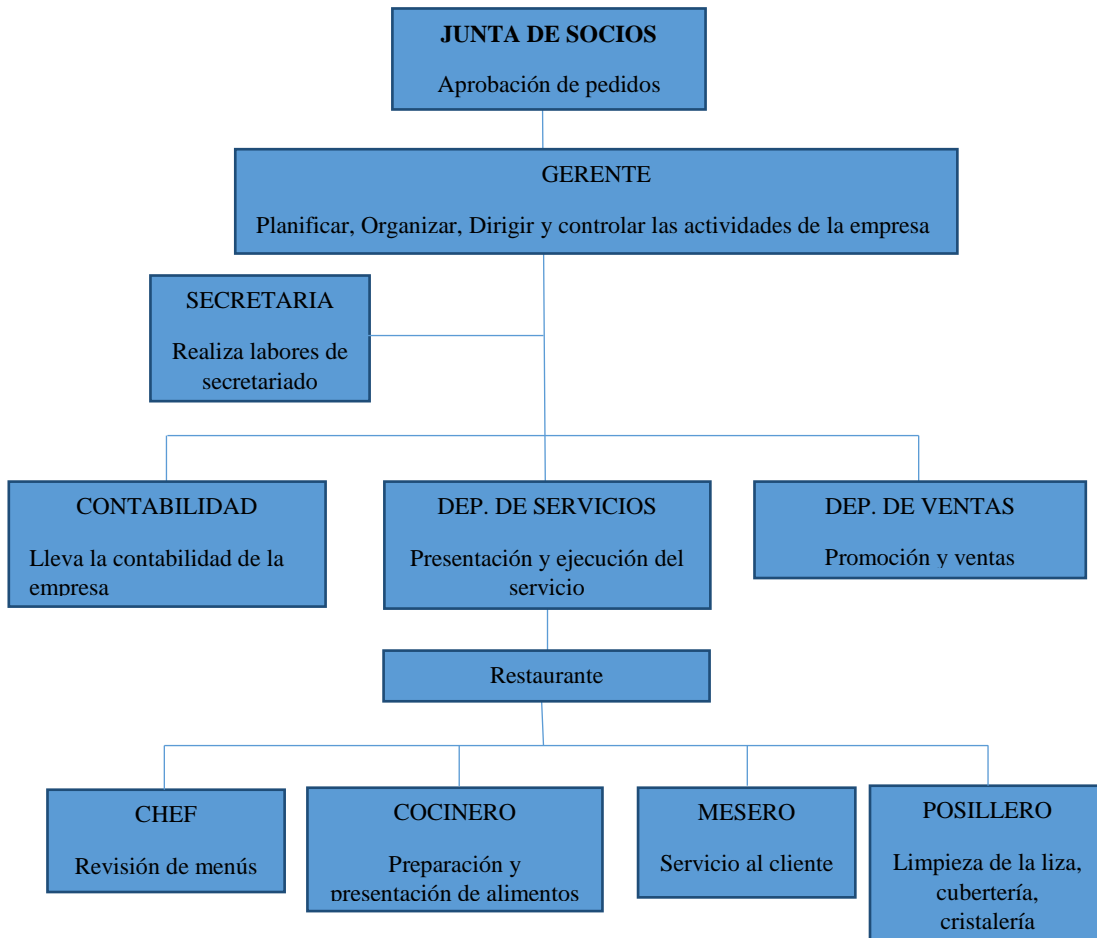
**Gráfico N° 21 Organigrama Estructural**



Elaborado por: El autor

**Organigrama Funcional complejo la MONTAÑITA**

**Gráfico N° 22 Organigrama Funcional**



Elaborado por: El autor

## 6.2.21 Descripción de los puestos de trabajo

**Cuadro N° 20 Descripción del cargo de administrador.**

<b>Puesto:</b>	Administrador	<b>Categoría:</b>	Gerencia General
<b>Puesto del que depende</b>	Junta de accionistas		
<b>Grupo de cotización</b>	A	<b>Base de cotización</b>	Mínima: Máxima:
Localización del puesto de trabajo en el organigrama: Reporta a la Junta de Socios - Dirige a las áreas operativas			
<b>FUNCIONES</b>	Planificación, organización y control del desarrollo de las actividades de las áreas operativas.		
	Supervisión y dirección del desarrollo de las actividades		
	Manejo y control de recursos		
	Representación legal de la institución		
	Selección y contratación de personal		
<b>TAREAS</b>	Diseñar el plan operativo anual		
	Revisar y aprobar los informes de las distintas áreas		
	Aprobar contratos de adquisiciones de bienes y servicios		
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Garantizar el buen uso y mantenimiento de las instalaciones		
	Identificar y resolver problemas que surjan en el trabajo		
	Promover la consecución de objetivos propuestos		
	Fomentar una cultura organizacional óptima		
<b>ATRIBUCIONES</b>	Eliminar o crear nuevos puestos de trabajo		
	Asignar tareas ocasionales de apoyo a otras áreas		
	Disposición inmediata de recursos		
<b>RELACIONES EXTERNAS</b>	<b>Motivo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Puesto</b>
	Adquisiciones	Semanal	Proveedores
	Medir satisfacción	Semanal	Clientes
	Promoción	Semanal	Inst. públicas y privadas
<b>Otros datos de interés</b>	Participará de reuniones de la junta de socios con voz.		

Elaborado por: El autor

### Cuadro N° 21 Descripción del cargo de Chef

<b>Puesto:</b>	Chef	<b>Categoría:</b>	Apoyo gerencial
<b>Puesto del que depende</b>	Administrador		
Localización del puesto de trabajo en el organigrama: Asesoría – Apoyo			
<b>FUNCIONES</b>	Brindar soporte para elaborar la carta de menús		
	Administrar la información para la compra de alimentos		
	Realizar roles de pagos por adquisiciones y sueldos.		
<b>TAREAS</b>	Recepción, organización y archivo de documentos.		
	Dirigir y ordenar en el restaurante.		
	Preparar los menús con anticipación		
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Asegurarse que la cocina funcione correctamente		
	Brindar apoyo al cocinero		
	Organizar el trabajo diario		
<b>RELACIONES INTERNAS</b>	<b>Motivo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Puesto</b>
	Varios	Semanal	Administrador
	Presentar estados financieros	Mensual	Junta de socios
	Cruce de información en ventas	Semanal	
<b>RELACIONES EXTERNAS</b>	<b>Motivo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Puesto</b>
	Elaboración de menús	mensual	
	Velar por el buen funcionamiento de su área	Semanal	
	Materias primas, insumos y materiales	semanal	
<b>Otros datos de interés</b>	Participar en cursos de actualización contable y tributaria.		

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 22 Descripción del cargo de secretaria contadora**

<b>Puesto:</b>	Secretaria – contadora	<b>Categoría:</b>	Apoyo gerencial
<b>Puesto del que depende</b>	Administrador		
Localización del puesto de trabajo en el organigrama: Asesoría – Apoyo			
<b>FUNCIONES</b>	Brindar soporte de secretaría		
	Administrar la información financiera.		
	Realizar pagos por adquisiciones y sueldos.		
<b>TAREAS</b>	Recepción, organización y archivo de documentos.		
	Toma dictados, redacción y despacho de documentos.		
	Proporcionar estadísticas financieras.		
	Realizar la declaración de impuestos al fisco.		
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Asegurar un manejo contable eficaz.		
	Brindar apoyo en facturación y ventas.		
	Mantener al corriente pagos al fisco, proveedores y empleados.		
<b>ATRIBUCIONES</b>	Tomar decisiones financieras referidas a la operación del complejo.		
<b>RELACIONES INTERNAS</b>	<b>Motivo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Puesto</b>
	Varios	Semanal	Administrador
	Presentar estados financieros	Mensual	Junta de socios
	Cruce de información en ventas	Semanal	Recepcionista
<b>RELACIONES EXTERNAS</b>	<b>Motivo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Puesto</b>
	Pago de impuestos	mensual	S.R.I.
	Pago servicios	mensual	Instituciones públicas
	Materias primas, insumos y materiales	semanal	Proveedores
<b>Otros datos de interés</b>	Participar en cursos de actualización contable y tributaria.		

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 23 Descripción del cargo de Cocinero**

<b>Puesto:</b>	Cocinero	<b>Categoría:</b>	Restaurante
<b>Puesto del que depende</b>	Chef		
Localización del puesto de trabajo en el organigrama: Depende de la administración– recibe apoyo de ayudante de cocina y mesero – coordina actividades con secretaria contadora			
<b>FUNCIONES</b>	Solicitar la adquisición de materiales y materias primas para la cocina		
	Coordinar las actividades en el restaurante.		
	Preparar los platos requeridos por los clientes en el salón		
<b>TAREAS</b>	Llevar un registro de las existencias en el restaurante.		
	Preparar y certificar la preparación de los alimentos		
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Rendir informes semanales a la administración		
	Mantener el aprovisionamiento en el restaurante		
	Velar por el buen uso de los materiales, mobiliario e instalaciones del restaurante		
<b>ATRIBUCIONES</b>	Designar tareas al ayudante de cocina, mesero y recepcionista		
<b>RELACIONES INTERNAS</b>	<b>Motivo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Puesto</b>
	Informe de actividades	Semanal	Gerencia
	Solicitud de adquisiciones	Semanal	Secretaria contadora -
	Coordinación	Semanal	Ayudante de cocina
	Coordinación	Semanal	Mesero
	Coordinación	Semanal	Recepcionista
<b>RELACIONES EXTERNAS</b>	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Aprovisionamiento	Semanal	Proveedores
<b>Otros datos de interés</b>	Se ha de requerir el tener experiencia en la cocina ecuatoriana		

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 24 Descripción del cargo de Mesero.**

<b>Puesto:</b>	Salonero	<b>Categoría:</b>	Restaurante
<b>Puesto del que depende</b>		Chef	
Localización del puesto de trabajo en el organigrama: Reporta a la recepción del restaurante y supervisa el salón.			
<b>FUNCIONES</b>	Brindar atención personalizada al cliente en el restaurante.		
	Realizar el mantenimiento de los muebles y enseres del salón.		
	Coordinar el desarrollo de las actividades con la cocina.		
	Reportar a la recepción sobre el desarrollo de sus actividades.		
<b>TAREAS</b>	Atender los pedidos y reclamos de los clientes en el restaurante.		
	Limpiar y ordenar los muebles, enseres y mantelería del salón.		
	Recibir y entregar la vajilla y utensilios a la cocina.		
	Conciliar los valores de los pedidos de los clientes con la recepción.		
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Mantener la atención oportuna y adecuada a los clientes en el restaurante.		
	Garantizar el cuidado y limpieza de los muebles y enseres del salón.		
	Disminuir los posibles riesgos de accidentes y pérdidas en los enseres.		
	Facilitar la información oportuna y adecuada al cliente y a la recepción.		
<b>ATRIBUCIONES</b>	Disponer de los muebles y enseres del salón en casos excepcionales.		
	Recomendar la aplicación de procedimientos para el manejo del restaurante.		
	Solucionar reclamos de los clientes del restaurante.		
	Disponer del personal de limpieza en casos emergentes.		
<b>RELACIONES INTERNAS</b>	<b>Motivo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Puesto</b>
	Pedidos	Diario	Cocina
	Pago de pedidos	Diario	Recepción
	Reportes	Diario	Recepción
	Reuniones	Semana	Administración
<b>RELACIONES EXTERNAS</b>	<b>Motivo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Puesto</b>
	Atención al cliente	Diario	Clientes
<b>Otros datos de interés</b>			

Elaborado por: El autor



**Cuadro N° 25 Descripción del cargo de ayudante de cocina.**

<b>Puesto:</b>	Ayudante de cocina	<b>Categoría:</b>	Restaurante
Puesto del que depende		Chef	
Localización del puesto de trabajo en el organigrama: Depende del administración para su contratación y/ apoya al cocinero en el restaurante.			
<b>FUNCIONES</b>	Colaborar con el cocinero o jefe de cocina.		
	Medir y mezclar ingredientes, utilizando básculas y jarras medidoras		
	Controlar las existencias e informar al chef cuando se necesite hacer más pedidos		
	Mantener limpio el área de cocina		
	Ordenar los elementos de la cocina		
<b>TAREAS</b>	Asistir en lo que pida el encargado de cocina		
	Prepara los alimentos		
	Asistencia en el área del restaurante		
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Cuidar el uso de las instalaciones del área de cocina		
	Mantener limpio el área de cocina		
	Ayudar en la preparación de alimentos		
	Debe cumplir con las normas de higiene y calidad estipuladas por la empresa		
	Es responsable por los materiales y equipos que la empresa le entrega para el cumplimiento de sus funciones.		
<b>ATRIBUCIONES</b>	Cuidar el uso de las instalaciones del área de cocina		
	Realizar los adelantos de las preparaciones		
<b>RELACIONES INTERNAS</b>	<b>Motivo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Puesto</b>
	Coordinación	Semanal	Cocinero
<b>Otros datos de interés</b>			

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 26 Descripción del cargo de mantenimiento.**

<b>Puesto:</b>	Mantenimiento	<b>Categoría:</b>	Restaurante
<b>Puesto del que depende</b>		Administrador	
Localización del puesto de trabajo en el organigrama:			
<b>FUNCIONES</b>	Mantener limpio el sitio de trabajo		
	Corroborar el stock de materiales		
	Velar por que las instalaciones de la empresa se encuentren en perfecto estado de orden y limpieza		
	Velar por el buen funcionamiento de los baños y comedor		
	Velar por reparaciones o trabajos de mantenimiento a ser ejecutado en las instalaciones de la empresa.		
	Asegurar la realización de los procesos de mantenimiento		
	Elaboración de presupuestos de gastos, que permitan tener mayor organización y control en sus funciones.		
	Mantener en buen estado de aseo y limpieza, las paredes, ventanas y puertas.		
<b>TAREAS</b>	Trabajos de engrase de cerraduras y puertas.		
	Elaborar la lista de insumos para su compra		
	Asegurar que el sistema eléctrico y todos los artefactos eléctricos funcionen correctamente		
	Ser responsable de garantizar que todo el sistema de plomería funcione correctamente		
	Mantener todos los equipos de la instalación. Esto incluye, pero no se limita a: lavadoras, acondicionadores de aire y podadoras de césped.		
	Lavar diariamente los recipientes donde se colocan los desechos y colocar su respectiva fundas de basura		
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Garantizar el buen funcionamiento de las instalaciones		
	Mantener y cumplir los lineamientos dados por la empresa para un óptimo funcionamiento		
	Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad y salud en el trabajo.		
	Hacer uso adecuado de los materiales e insumos de limpieza		
	Usar guantes y mascarillas para la manipulación de los químicos		
<b>RELACIONES INTERNAS</b>	<b>Motivo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Puesto</b>
	Varios	Diaria	Conserje
<b>Otros datos de interés</b>			

Elaborado por: El autor

## 6.2.22. Análisis Financiero

### a) Ingresos

La estructura de los costos comprende la de Producción y de Operación en la empresa.

**Tabla N° 30 Costos de producción**

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Detalle	Costo
Ingreso a las instalaciones	5
Alquiler del salón para eventos	1500
Cursos dictados por alumno	10
Ingresos por convenios	300
Restaurante	
Desayunos	3
Almuerzos	3
Meriendas	3
Platos a la carta	
Parrillada	10
Seco de chivo	4
Seco de gallina criolla	4
Encanutado de guanta	6
Hospedaje por pax	15

**Elaborado por:** El autor

Los costos de producción en este caso se los calcularan de acuerdo al número de visitantes que lleguen hasta las instalaciones estas es la tabla de costos general de los servicios que prestara el complejo.

### c) Costos de construcción

**Tabla N° 31 Presupuesto referencial construcción de la piscina semiolímpica**

Presupuesto referencial construcción de la piscina semiolímpica				
Descripción	Unidad	Cantidad	P/U	Total
Desbroce y limpieza manual	M2	312,5	1,25	\$ 390,63
Replanteo Y Nivelación	M2	312,5	0,32	\$ 100,00
Excavación con maquina	M3	610	0,33	\$ 201,30
Mejoramiento con lastre rustico	M3	78	15	\$ 1170,00
Acero de refuerzo	KG	900	36,11	\$ 32499,00
Hormigón simple en piso	M3	78	20,5	\$ 1601,56
Hormigón simple en paredes	M3	156,25	22,5	\$ 3515,63
Enlucido vertical interior	M2	12,5	12,5	\$ 156,25

Continúa...

...Continuación

Descripción	Unidad	Cantidad	P/U	Total
Caminera de hormigón armado	M2	80	28,3	\$ 2264,00
Mampostería	M2	625	15	\$ 9375,00
Bombas y filtros	U	2	4660,6	\$ 9321,20
Equipos de limpieza y mantenimiento	U	1	795	\$ 795,00
<b>Total</b>				\$ 61389,56

Elaborado por: El autor

**Tabla N° 32 Presupuesto referencial construcción de la piscina para niños**

Presupuesto referencial construcción de la piscina para niños				
Descripción	Unidad	Cantidad	P/U	Total
Desbroce y limpieza manual	M2	42	1,25	\$ 75,00
Replanteo Y Nivelación	M2	60	0,32	\$ 19,20
Excavación con maquina	M3	42	0,42	\$ 17,64
Mejoramiento con lastre rustico	M3	15	15	\$ 225,00
Acero de refuerzo	KG	200	36,11	\$ 7222,00
Hormigón simple en piso	M3	19	20,5	\$ 389,50
Hormigón simple en paredes	M3	10,5	22,5	\$ 236,25
Enlucido vertical interior	M2	60	7	\$ 420,00
Caminera de hormigón armado	M2	70	28,3	\$ 1981,00
Mampostería	M2	60	15	\$ 900,00
Bombas y filtros	U	2	2998,65	\$ 5997,30
Equipos de limpieza y mantenimiento	U	1	476	\$ 476,00
<b>Total</b>				\$ 17958,89

Elaborado por: El autor

**Tabla N° 33 Presupuesto referencial construcción de la cancha de futbol**

Presupuesto referencial construcción de la cancha de futbol				
Descripción	Unidad	Cantidad	P/U	Total
Desbroce y limpieza con maquina	M2	4050	0,32	\$ 1296,00
Replanteo Y Nivelación	M2	4050	0,5	\$ 2025,00
Sembrado del césped	U	2	30	\$ 60,00
Pintado de las áreas	ML	2,7	30	\$ 81,00
Mantenimiento del césped	M2	4050	0,68	\$ 2754,00
Equipos de limpieza y mantenimiento	U	1	478	\$ 478,00
Malla para los arcos	U	4	25	\$ 100,00
Tubo galvanizado para los arcos	U	12	38	\$ 456,00
<b>Total</b>				\$ 7250,00

Elaborado por: El autor

**Tabla N° 34 Presupuesto referencial construcción de la cancha de boli**

Presupuesto referencial construcción de la cancha de boli				
Descripción	Unidad	Cantidad	P/U	Total
Desbroce y limpieza con maquina	M2	213,48	0,46	\$ 98,20
Replanteo Y Nivelación	M2	213,48	0,7	\$ 149,44
Regado de arena para cancha de boli	M3	3,2	12	\$ 38,40
Encajonado de la cancha	ML	213,48	1,5	\$ 320,22
Equipos de limpieza y mantenimiento	U	213,48	0,15	\$ 32,02
Red para la cancha	U	1	25	\$ 25,00
Tubo galvanizado para postes	U	2	38	\$ 76,00
<b>Total</b>				\$ 739,28

Elaborado por: El autor

**Tabla N° 35 Presupuesto referencial construcción área de camping**

Presupuesto referencial construcción área de camping				
Descripción	Unidad	Cantidad	P/U	Total
Desbroce y limpieza con maquina	M2	600	0,46	\$ 276,00
Replanteo Y Nivelación	M2	600	0,7	\$ 420,00
Sembrado del césped	U	2	30	\$ 60,00
Equipos de limpieza y mantenimiento	U	600	0,041	\$ 24,60
<b>Total</b>				\$ 780,60

Elaborado por: El autor

**Tabla N° 36 Presupuesto Referencial Construcción del hipódromo**

Presupuesto referencial construcción del hipódromo				
Descripción	Unidad	Cantidad	P/U	Total
Desbroce y limpieza con maquina	M2	100	0,66	\$ 66,00
Replanteo Y Nivelación	M2	100	0,70	\$ 70,00
Malla de 1 Metro de alto	U	20	100,00	\$ 2000,00
Plancha de zinc	U	30	10,00	\$ 300,00
Tablas	U	100	3,00	\$ 300,00
Clavos de 2"	L	20	1,00	\$ 20,00
Postes de madera	U	50	3,00	\$ 150,00
Ponis	U	3	500,00	\$ 1500,00
<b>Total</b>				\$ 2906,00

Elaborado por: El autor

**Tabla N° 37 Presupuesto referencial construcción de la pista de baile**

Presupuesto referencial construcción de la pista de baile				
Descripción	Unidad	Cantidad	P/U	Total
Desbroce y limpieza con maquina	M2	300	1,26	\$ 378,00
Replanteo Y Nivelación	M2	300	2,78	\$ 834,00
Excavación manual de suelo	M3	15	25,85	\$ 387,75
Hormigón ciclópeo	M3	10	191,70	\$ 1.917,00
Hormigón simple	M3	1,5	315,78	\$ 473,67
Hormigón simple en columnas	M3	4,2	350,00	\$ 1.470,00
Hormigón simple en cadenas	M3	2,85	328,38	\$ 935,88
Hormigón simple en losa y vigas	M3	37,5	328,38	\$ 12.314,25
Bloque aliviando	U	12000	0,26	\$ 3.120,00
Acero de refuerzo	KG	895	3,11	\$ 2.783,45
Contrapiso 8cm de hormigón	M2	150	20,74	\$ 3.111,00
Cajas de revisión	U	1	166,08	\$ 166,08
Mampostería de bloque	M2	80	24,38	\$ 1.950,40
Masilla do de impermeabilización losa	M2	152	5,44	\$ 826,88
Elucido liso interior y exterior	M2	85	12,02	\$ 1.021,70
Cerámica graiman para pisos	M2	150	30,35	\$ 4.552,50
Barredera de cerámica	M2	100	9,13	\$ 913,00
Puertas de aluminio y vidrio	M2	10	182,4	\$ 1.824,00
Ventanas de aluminio y vidrio	M2	9	146,4	\$ 1.317,60
Pintura acrílica satinada	M2	85	15	\$ 1.275,00
Punto de iluminación interior y exterior	U	11	47,95	\$ 527,45
Punto toma corriente	U	13	54,67	\$ 710,71
Tablero de distribución	U	1	540	\$ 540,00
Alimentador del tablero	ML	25	55,54	\$ 1.388,50
Puntos de instalaciones de agua	PTO	4	25	\$ 100,00
Puntos de instalaciones de agua servidas	PTO	4	29	\$ 116,00
Pvc 55mm descargue aguas	U	50	9	\$ 450,00
Llave de paso	U	2	18,48	\$ 36,96
Suministro de instalación inodoros	U	2	341,28	\$ 682,56
Suministro instalación lavamanos	U	2	305,28	\$ 610,56
Suministro de instalación cernideros	U	4	16,13	\$ 64,52
<b>Total</b>				\$ 46.799,42

Elaborado por: El autor

**Tabla N° 38 Presupuesto referencial construcción piscina de peces**

Presupuesto referencial construcción piscina de peces				
Descripción	Unidad	Cantidad	P/U	Total
Desbroce y limpieza con maquina	M2	200	0,46	\$ 92,00
Replanteo Y Nivelación	M2	200	0,7	\$ 140,00
Excavación con maquina	M3	300	2,4	\$ 720,00
Tubería de 4"	U	6	15	\$ 90,00
Desinfección de la piscina	U	1	50	\$ 50,00
<b>Total</b>				<b>\$ 1.092,00</b>

Elaborado por: El autor

**Tabla N° 39 Presupuesto referencial construcción del restaurante**

Presupuesto referencial construcción del restaurante				
Descripción	Unidad	Cantidad	P/U	Total
Desbroce y limpieza con maquina	M2	324	1,26	\$ 408,24
Replanteo Y Nivelación	M2	324	2,78	\$ 900,72
Excavación manual de suelo	M3	15	25,85	\$ 387,75
Hormigón ciclópeo	M3	12	191,70	\$ 2.300,40
Hormigón simple	M3	1,8	315,78	\$ 568,40
Hormigón simple en columnas	M3	4,4	350,00	\$ 1.540,00
Hormigón simple en cadenas	M3	2,9	328,38	\$ 952,30
Hormigón simple en losa y vigas	M3	39	328,38	\$ 12.806,82
Bloque aliviando	U	1.400	0,26	\$ 364,00
Acero de refuerzo	KG	900	3,11	\$ 2.799,00
Contrapiso 8cm de hormigón	M2	160	20,74	\$ 3.318,40
Cajas de revisión	U	1	166,08	\$ 166,08
Mampostería de bloque	M2	85	24,38	\$ 2.072,30
Masilla do de impermeabilización losa	M2	152	5,44	\$ 826,88
Elucido liso interior y exterior	M2	87	12,02	\$ 1.045,74
Cerámica graiman para pisos	M2	160	30,35	\$ 4.856,00
Barredera de cerámica	M2	120	9,13	\$ 1.095,60
Puertas de aluminio y vidrio	M2	10	182,4	\$ 1.824,00
Ventanas de aluminio y vidrio	M2	9	146,4	\$ 1.317,60
Pintura acrílica satinada	M2	85	15	\$ 1.275,00
Punto de iluminación interior y exterior	U	11	47,95	\$ 527,45
Punto toma corriente	U	13	54,67	\$ 710,71
Tablero de distribución	U	1	540	\$ 540,00
Alimentador del tablero	ML	25	55,54	\$ 1.388,50
Puntos de instalaciones de agua	PTO	4	25	\$ 100,00
Puntos de instalaciones de agua servidas	PTO	4	29	\$ 116,00
Pvc 55mm descargue aguas	U	50	9	\$ 450,00
Llave de paso	U	2	18,48	\$ 36,96
Suministro de instalación inodoros	U	2	341,28	\$ 682,56

Continúa...

...Continuación

Descripción	Unidad	Cantidad	P/U	Total
Suministro instalación lavamanos	U	2	305,28	\$ 610,56
Suministro de instalación cernideros	U	4	16,13	\$ 64,52
<b>Total</b>				\$ 46.052,50

Elaborado por: El autor

### Cuadro N° 27 Presupuesto de inversión

CONCEPTOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MONTOS	TOTAL
<b>ACTIVO FIJO</b>					
Adquisición del terreno	Hectáreas	2	\$ 7.500,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Piscina semi olímpica	obra	1	\$ 61.389,56	\$ 61.389,56	\$ 61.389,56
Piscina para niños	obra	1	\$ 17.958,89	\$ 17.958,89	\$ 17.958,89
Cancha de futbol	obra	1	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00
Cancha de boli	obra	1	\$ 739,28	\$ 739,28	\$ 739,28
Área de camping	obra	1	\$ 780,60	\$ 780,60	\$ 780,60
Hipódromo	obra	1	\$ 2.906,00	\$ 2.906,00	\$ 2.906,00
Pista de baile	obra	1	\$ 46.799,00	\$ 46.799,00	\$ 46.799,00
Piscina de peces	obra	1	\$ 1.092,00	\$ 1.092,00	\$ 1.092,00
Restaurante	obra	1	\$ 46.092,50	\$ 46.092,50	\$ 46.092,50
Habitaciones para hospedaje	obra	13	\$ 3.076,92	\$ 39.999,96	\$ 39.999,96
<b>Total</b>				\$ 240.007,79	\$ 240.007,79

Elaborado por: El autor

### Cuadro N° 28 Costos de servicio anual

Servicios	Cantidad	U. de Medida	Precio	%	Mensual	Anual
Piscina semi olímpica	1	Persona	\$ 5,00	20%	\$ 593	\$ 7.116
Piscina para niños	1	Persona	\$ 2,00	16%	\$ 474	\$ 5.693
Cancha de futbol	1	Persona	\$ 5,00	13%	\$ 385	\$ 4.625
Cancha de boli	1	Persona	\$ 5,00	7%	\$ 208	\$ 2.491
Área de camping	1	Persona	\$ 5,00	3%	\$ 89	\$ 1.067
Hipódromo	1	Persona	\$ 5,00	4%	\$ 119	\$ 1.423
Pista de baile	1	Persona	\$ 5,00	20%	\$ 593	\$ 7.116
Piscina de peces	1	Persona	\$ 5,00	5%	\$ 148	\$ 1.779
Restaurante	1	Persona	\$ 5,00	10%	\$ 296	\$ 3.558
Habitaciones para hospedaje	13	Persona	\$ 5,00	2%	\$ 59	\$ 712
<b>Total</b>				100%	\$ 2.965	\$ 35.579

Elaborado por: El autor



**Cuadro N° 29 Proyección de visitantes anual**

Servicio	U. de Medida	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Piscina semiolímpica	Persona	593	593	593	593	593	593	593	593	593	593	593	593	7.116
Piscina para niños	Persona	474	474	474	474	474	474	474	474	474	474	474	474	5.693
Cancha de fútbol	Persona	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	4.625
Cancha de boli	Persona	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	2.491
Área de camping	Persona	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	1.067
Hipódromo	Persona	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	1.423
Pista de baile	Persona	593	593	593	593	593	593	593	593	593	593	593	593	7.116
Piscina de peces	Persona	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	1.779
Restaurante	Persona	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296	3.558
Habitaciones	Persona	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	712

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 30 Proyección de ingresos por servicios primer año**

Servicio	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Piscina semiolímpica	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 35.579,00
Piscina para niños	\$ 948,77	\$ 948,77	\$ 948,77	\$ 948,77	\$ 948,77	\$ 948,77	\$ 948,77	\$ 948,77	\$ 948,77	\$ 948,77	\$ 948,77	\$ 948,77	\$ 11.385,28
Cancha de fútbol	\$ 1.927,20	\$ 1.927,20	\$ 1.927,20	\$ 1.927,20	\$ 1.927,20	\$ 1.927,20	\$ 1.927,20	\$ 1.927,20	\$ 1.927,20	\$ 1.927,20	\$ 1.927,20	\$ 1.927,20	\$ 46.964,28
Cancha de boli	\$ 1.037,72	\$ 1.037,72	\$ 1.037,72	\$ 1.037,72	\$ 1.037,72	\$ 1.037,72	\$ 1.037,72	\$ 1.037,72	\$ 1.037,72	\$ 1.037,72	\$ 1.037,72	\$ 1.037,72	\$ 12.452,65
Área de camping	\$ 444,74	\$ 444,74	\$ 444,74	\$ 444,74	\$ 444,74	\$ 444,74	\$ 444,74	\$ 444,74	\$ 444,74	\$ 444,74	\$ 444,74	\$ 444,74	\$ 5.336,85

Continúa...

...Continuación

Servicio	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Hipódromo	\$ 592,98	\$ 592,98	\$ 592,98	\$ 592,98	\$ 592,98	\$ 592,98	\$ 592,98	\$ 592,98	\$ 592,98	\$ 592,98	\$ 592,98	\$ 592,98	\$ 7.115,80
Pista de baile	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 2.964,92	\$ 35.579,00
Piscina de peces	\$ 741,23	\$ 741,23	\$ 741,23	\$ 741,23	\$ 741,23	\$ 741,23	\$ 741,23	\$ 741,23	\$ 741,23	\$ 741,23	\$ 741,23	\$ 741,23	\$ 8.894,75
Restaurante	\$ 1.482,46	\$ 1.482,46	\$ 1.482,46	\$ 1.482,46	\$ 1.482,46	\$ 1.482,46	\$ 1.482,46	\$ 1.482,46	\$ 1.482,46	\$ 1.482,46	\$ 1.482,46	\$ 1.482,46	\$ 17.789,50
Habitaciones h	\$ 296,49	\$ 296,49	\$ 296,49	\$ 296,49	\$ 296,49	\$ 296,49	\$ 296,49	\$ 296,49	\$ 296,49	\$ 296,49	\$ 296,49	\$ 296,49	\$ 3.557,90
<b>Total</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 7.560,54</b>	<b>\$ 90.726,45</b>

Elaborado por: El autor

### Cuadro N° 31 Presupuesto anual de egresos

Concepto/Años	Proyección de costos				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costos Fijos</b>					
Gerente	\$ 9.600,00	\$ 10.080,00	\$ 10.584,00	\$ 11.113,20	\$ 11.668,86
Secretaria Contadora	\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43
Chef	\$ 9.600,00	\$ 10.080,00	\$ 10.584,00	\$ 11.113,20	\$ 11.668,86
Suministros oficina	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
Publicidad y mercadotecnia	\$ 2.160,00	\$ 2.268,00	\$ 2.381,40	\$ 2.500,47	\$ 2.625,49
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 26.460,00</b>	<b>\$ 27.783,00</b>	<b>\$ 29.172,15</b>	<b>\$ 30.630,76</b>	<b>\$ 32.162,30</b>
<b>Costos Variables</b>					
Cocinero	\$ 7.200,00	\$ 7.560,00	\$ 7.938,00	\$ 8.334,90	\$ 8.751,65
Mesero	\$ 4.608,00	\$ 4.838,40	\$ 5.080,32	\$ 5.334,34	\$ 5.601,05
Posillero	\$ 4.608,00	\$ 4.838,40	\$ 5.080,32	\$ 5.334,34	\$ 5.601,05
Ayudante de cocina	\$ 4.608,00	\$ 4.838,40	\$ 5.080,32	\$ 5.334,34	\$ 5.601,05
Personal mantenimiento	\$ 18.432,00	\$ 19.353,60	\$ 20.321,28	\$ 21.337,34	\$ 22.404,21
Combustibles	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76	\$ 166,70	\$ 175,03
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 39.600,00</b>	<b>\$ 41.580,00</b>	<b>\$ 43.659,00</b>	<b>\$ 45.841,95</b>	<b>\$ 48.134,05</b>
Costos Totales	\$ 66.060,00	\$ 69.363,00	\$ 72.831,15	\$ 76.472,71	\$ 80.296,34

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 32 Memoria de cálculo de costos**

<b>Costos de Administración</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Costo total mensual</b>	<b>Costo Año 1</b>
Gerente	1	800	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Secretaria Contadora	1	400	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Chef	1	800	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Agua	640	0,2	\$ 128,00	\$ 1.536,00
Energía eléctrica	200	0,08	\$ 16,00	\$ 192,00
Celular	1	50	\$ 50,00	\$ 600,00
Internet	1	80	\$ 80,00	\$ 960,00
Tramites varios	1	20	\$ 20,00	\$ 240,00
Suministros oficina	1	25	\$ 25,00	\$ 300,00
Suministro de limpieza	1	80	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>Total</b>			\$ 2.399,00	\$ 28.788,00

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 33 Costos de publicidad**

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Costo total mensual</b>	<b>Costo Año 1</b>
Publicidad y mercadotecnia	1	6	30	\$ 180,00	\$ 2.160,00

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 34 Costos de operación**

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Costo total mensual</b>	<b>Costo Año 1</b>
Cocinero	1	600	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Mesero	1	384	1	\$ 384,00	\$ 4.608,00
Posillero	1	384	1	\$ 384,00	\$ 4.608,00
Ayudante de cocina	1	384	1	\$ 384,00	\$ 4.608,00
Personal mantenimiento	4	384	1	\$ 1.536,00	\$ 18.432,00

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 35 Proyección de costos del personal**

COSTOS DEL PROYECTO	COSTOS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
CONCEPTO	PROM. MENSUAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gerente	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 9.696,00	\$ 9.792,96	\$ 9.890,89	\$ 9.989,80	\$10.089,70	\$ 10.190,59	\$10.292,50	\$10.395,4	\$ 10.499,38
Secretaria Contadora	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.848,00	\$ 4.896,48	\$ 4.945,44	\$ 4.994,90	\$ 5.044,85	\$ 5.095,30	\$ 5.146,25	\$ 5.197,71	\$ 5.249,69
Chef	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 9.696,00	\$ 9.792,96	\$ 9.890,89	\$ 9.989,80	\$10.089,70	\$ 10.190,59	\$10.292,50	\$ 0.395,42	\$ 10.499,38
Suministros oficina	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 303,00	\$ 306,03	\$ 309,09	\$ 312,18	\$ 315,30	\$ 318,46	\$ 321,64	\$ 324,86	\$ 328,11
Publicidad y mercadotecnia	\$ 180,00	\$ 2.160,00	\$ 2.181,60	\$ 2.203,42	\$ 2.225,45	\$ 2.247,70	\$ 2.270,18	\$ 2.292,88	\$ 2.315,81	\$ 2.338,97	\$ 2.362,36
Cocinero	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 7.272,00	\$ 7.344,72	\$ 7.418,17	\$ 7.492,35	\$ 7.567,27	\$ 7.642,95	\$ 7.719,37	\$ 7.796,57	\$ 7.874,53
Mesero	\$ 384,00	\$ 4.608,00	\$ 4.654,08	\$ 4.700,62	\$ 4.747,63	\$ 4.795,10	\$ 4.843,05	\$ 4.891,48	\$ 4.940,40	\$ 4.989,80	\$ 5.039,70
Posillero	\$ 384,00	\$ 4.608,00	\$ 4.654,08	\$ 4.700,62	\$ 4.747,63	\$ 4.795,10	\$ 4.843,05	\$ 4.891,48	\$ 4.940,40	\$ 4.989,80	\$ 5.039,70
Ayudante de cocina	\$ 384,00	\$ 4.608,00	\$ 4.654,08	\$ 4.700,62	\$ 4.747,63	\$ 4.795,10	\$ 4.843,05	\$ 4.891,48	\$ 4.940,40	\$ 4.989,80	\$ 5.039,70
Personal mantenimiento	\$ 1.536,00	\$ 18.432,00	\$ 18.616,32	\$ 18.802,48	\$ 18.990,51	\$ 19.180,41	\$ 19.372,22	\$19.565,94	\$ 19.761,60	\$19.959,2	\$ 20.158,81
Combustibles	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 145,44	\$ 146,89	\$ 148,36	\$ 149,85	\$ 151,35	\$ 152,86	\$ 154,39	\$ 155,93	\$ 157,49
<b>Total</b>		\$ 66.060,00	\$ 66.720,60	\$ 67.387,81	\$ 68.061,68	\$ 68.742,30	\$ 69.429,72	\$ 70.124,02	\$ 70.825,26	\$71.533,5	\$ 72.248,85

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 36 Presupuesto anual de ingresos proyectados a 10 años**

Concepto	Proyección de ventas 1,05									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Piscina semiolímpica	\$ 35.579,00	\$ 37.357,95	\$ 39.225,85	\$ 41.187,14	\$ 43.246,50	\$ 45.408,82	\$ 47.679,26	\$ 50.063,23	\$ 52.566,39	\$ 55.194,71
Piscina para niños	\$ 11.385,28	\$ 11.954,54	\$ 12.552,27	\$ 13.179,88	\$ 13.838,88	\$ 14.530,82	\$ 15.257,36	\$ 16.020,23	\$ 16.821,24	\$ 17.662,31
Cancha de futbol	\$ 46.964,28	\$ 49.312,49	\$ 51.778,12	\$ 54.367,02	\$ 57.085,38	\$ 59.939,64	\$ 62.936,63	\$ 66.083,46	\$ 69.387,63	\$ 72.857,01
Cancha de boli	\$ 12.452,65	\$ 13.075,28	\$ 13.729,05	\$ 14.415,50	\$ 15.136,27	\$ 15.893,09	\$ 16.687,74	\$ 17.522,13	\$ 18.398,24	\$ 19.318,15

Continúa...

... Continuación

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
área de camping	\$ 5.336,85	\$ 5.603,69	\$ 5.883,88	\$ 6.178,07	\$ 6.486,97	\$ 6.811,32	\$ 7.151,89	\$ 7.509,48	\$ 7.884,96	\$ 8.279,21
Hipódromo	\$ 7.115,80	\$ 7.471,59	\$ 7.845,17	\$ 8.237,43	\$ 8.649,30	\$ 9.081,76	\$ 9.535,85	\$ 10.012,65	\$ 10.513,28	\$ 11.038,94
Pista de baile	\$ 35.579,00	\$ 37.357,95	\$ 39.225,85	\$ 41.187,14	\$ 43.246,50	\$ 45.408,82	\$ 47.679,26	\$ 50.063,23	\$ 52.566,39	\$ 55.194,71
Piscina de peces	\$ 8.894,75	\$ 9.339,49	\$ 9.806,46	\$ 10.296,78	\$ 10.811,62	\$ 11.352,21	\$ 11.919,82	\$ 12.515,81	\$ 13.141,60	\$ 13.798,68
Restaurante	\$ 17.789,50	\$ 18.678,98	\$ 19.612,92	\$ 20.593,57	\$ 21.623,25	\$ 22.704,41	\$ 23.839,63	\$ 25.031,61	\$ 26.283,19	\$ 27.597,35
Habitaciones	\$ 3.557,90	\$ 3.735,80	\$ 3.922,58	\$ 4.118,71	\$ 4.324,65	\$ 4.540,88	\$ 4.767,93	\$ 5.006,32	\$ 5.256,64	\$ 5.519,47
Ingresos Totales	\$ 149.076,01	\$ 156.529,81	\$ 164.356,30	\$ 172.574,12	\$ 181.202,82	\$ 190.262,96	\$ 199.776,11	\$ 209.764,92	\$ 220.253,16	\$ 231.265,82

Elaborado por: El autor

### Cuadro N° 37 Estado de resultados a 10 años

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
( + ) VENTAS	\$ 149.076,01	\$ 56.529,81	\$164.356,30	\$ 172.574,12	\$ 181.202,82	\$ 190.262,96	\$ 199.776,11	\$ 209.764,92	\$ 220.253,16	\$ 231.265,82
<b>COSTOS FIJOS</b>	\$ 26.460,00	\$ 26.724,60	\$ 26.991,85	\$ 27.261,76	\$ 27.534,38	\$ 27.809,73	\$ 28.087,82	\$ 28.368,70	\$ 28.652,39	\$ 28.938,91
<b>COSTOS VARIABLES</b>	\$ 39.600,00	\$ 39.996,00	\$ 40.395,96	\$ 40.799,92	\$ 41.207,92	\$ 41.620,00	\$ 42.036,20	\$ 42.456,56	\$ 42.881,13	\$ 43.309,94
( - ) <b>COSTOS TOTALES</b>	\$ 66.060,00	\$ 66.720,60	\$ 67.387,81	\$ 68.061,68	\$ 68.742,30	\$ 69.429,72	\$ 70.124,02	\$ 70.825,26	\$ 71.533,51	\$ 72.248,85
( = ) <b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 83.016,01	\$ 89.809,21	\$ 96.968,50	\$ 104.512,43	\$ 112.460,52	\$ 120.833,24	\$ 129.652,09	\$ 138.939,66	\$ 148.719,65	\$ 159.016,97
( - ) <b>DEPRECIACIÓN</b>	\$ 16.704,89	\$ 17.540,14	\$ 18.417,15	\$ 19.338,00	\$ 20.304,90	\$ 21.320,15	\$ 22.386,16	\$ 23.505,46	\$ 24.680,74	\$ 25.914,77
( = ) <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 66.311,12	\$ 72.269,07	\$ 78.551,35	\$ 85.174,43	\$ 92.155,62	\$ 99.513,09	\$ 107.265,93	\$ 115.434,19	\$ 124.038,91	\$ 133.102,20
( - ) <b>IMPUESTOS</b>	\$ 6.631,11	\$ 7.226,91	\$ 7.855,13	\$ 8.517,44	\$ 9.215,56	\$ 9.951,31	\$ 10.726,59	\$ 11.543,42	\$ 12.403,89	\$ 13.310,22
( = ) <b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	\$ 59.680,00	\$ 65.042,16	\$ 70.696,21	\$ 76.656,99	\$ 82.940,06	\$ 89.561,78	\$ 96.539,34	\$ 103.890,77	\$ 111.635,02	\$ 119.791,98

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 38 Costos de depreciaciones**

ACTIVO FIJO	VALOR ORIGINAL	TASA	AÑOS	DEP ANUAL	VALOR RESCATE
Piscina semiolímpica	\$ 61.389,56	10%	10	\$ 6.138,96	\$ 30.694,78
Cancha de fútbol	\$ 7.250,00	10%	10	\$ 725,00	\$ 3.625,00
Cancha de boli	\$ 739,28	10%	10	\$ 73,93	\$ 369,64
área de camping	\$ 780,60	10%	10	\$ 78,06	\$ 390,30
Hipódromo	\$ 2.906,00	10%	10	\$ 290,60	\$ 1.453,00
Pista de baile	\$ 46.799,00	10%	10	\$ 4.679,90	\$ 23.399,50
Piscina de peces	\$ 1.092,00	10%	10	\$ 109,20	\$ 546,00
Restaurante	\$ 46.092,50	10%	10	\$ 4.609,25	\$ 23.046,25
Hospedaje	39.999,06	10%	10	\$ 3.900,06	19.999,53
<b>Total</b>	<b>\$ 167.048,94</b>			<b>\$ 16.704,89</b>	<b>\$ 83.524,47</b>

Elaborado por: El autor

114

**Cuadro N° 39 Flujo de efectivo a 10 años**

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
(+) VENTAS	\$ -	\$ 149.076,01	\$ 156.529,81	\$ 164.356,30	\$ 172.574,12	\$ 181.202,82	\$ 190.262,96	\$ 199.776,11	\$ 209.764,92	\$ 220.253,16	\$ 231.265,82
(+) VALOR DE RESCATE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) INGRESOS TOTALES	\$ -	\$ 149.076,01	\$ 156.529,81	\$ 164.356,30	\$ 172.574,12	\$ 181.202,82	\$ 190.262,96	\$ 199.776,11	\$ 209.764,92	\$ 220.253,16	\$ 231.265,82
COSTOS FIJOS	\$ -	\$ 26.460,00	\$ 26.724,60	\$ 26.991,85	\$ 27.261,76	\$ 27.534,38	\$ 27.809,73	\$ 28.087,82	\$ 28.368,70	\$ 28.652,39	\$ 28.938,91
COSTOS VARIABLES	\$ -	\$ 39.600,00	\$ 39.996,00	\$ 40.395,96	\$ 40.799,92	\$ 41.207,92	\$ 41.620,00	\$ 42.036,20	\$ 42.456,56	\$ 42.881,13	\$ 43.309,94
(=) COSTOS TOTALES	\$	\$ 66.060,00	\$ 66.720,60	\$ 67.387,81	\$ 68.061,68	\$ 68.742,30	\$ 69.429,72	\$ 70.124,02	\$ 70.825,26	\$ 71.533,51	\$ 72.248,85

Continúa...

... Continuación

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COMPRA ACTIVO FIJO	\$ 225.007,79	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRA ACTIVO DIFERIDO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRA CAPITAL DE TRABAJO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) SALDO FINAL	\$ 225.007,79	\$ 83.016,01	\$ 89.809,21	\$ 96.968,50	\$ 104.512,43	\$ 112.460,52	\$ 120.833,24	\$ 129.652,09	\$ 138.939,66	\$ 148.719,65	\$ 159.016,97

Elaborado por: El autor

115

#### Cuadro N° 40 Punto de equilibrio

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS	\$ 149.076,01	\$ 156.529,81	\$ 164.356,30	\$ 172.574,12	\$ 181.202,82	\$ 190.262,96	\$ 199.776,11	\$ 209.764,92	\$ 220.253,16	\$ 231.265,8
COSTOS FIJOS	\$ 26.460,00	\$ 26.724,60	\$ 26.991,85	\$ 27.261,76	\$ 27.534,38	\$ 27.809,73	\$ 28.087,82	\$ 28.368,70	\$ 28.652,39	\$ 28.938,91
COSTOS VARIABLES	\$ 39.600,00	\$ 39.996,00	\$ 40.395,96	\$ 40.799,92	\$ 41.207,92	\$ 41.620,00	\$ 42.036,20	\$ 42.456,56	\$ 42.881,13	\$ 43.309,94
COSTOS TOTALES	\$ 66.060,00	\$ 66.720,60	\$ 67.387,81	\$ 68.061,68	\$ 68.742,30	\$ 69.429,72	\$ 70.124,02	\$ 70.825,26	\$ 71.533,51	\$ 72.248,85
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	\$ 36.031,19	\$ 35.896,85	\$ 35.787,90	\$ 35.702,55	\$ 35.639,21	\$ 35.596,44	\$ 35.572,96	\$ 35.567,61	\$ 35.579,34	\$ 35.607,19
PUNTO DE EQUILIBRIO %	24%	23%	22%	21%	20%	19%	18%	17%	16%	15%

Elaborado por: El autor

### Cuadro N° 41 Tabla de amortización

BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA		BNF			
MONTO EN USD		157.505,00			
TASA DE INTERÉS		10,00%		T. EFECTIVA	10,4713%
PLAZO		10	años		
GRACIA		1	año		
FECHA DE INICIO		12/07/2015			
MONEDA		DÓLARES			
AMORTIZACIÓN CADA		30	días		
Número de períodos		108	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		157.505,00			
1	11-ago-2015	157.505,00	1.312,54		1.312,54
2	10-sep-2015	157.505,00	1.312,54		1.312,54
3	10-oct-2015	157.505,00	1.312,54		1.312,54
4	09-nov-2015	157.505,00	1.312,54		1.312,54
5	09-dic-2015	157.505,00	1.312,54		1.312,54
6	08-ene-2016	157.505,00	1.312,54		1.312,54
7	07-feb-2016	157.505,00	1.312,54		1.312,54
8	08-mar-2016	157.505,00	1.312,54		1.312,54
9	07-abr-2016	157.505,00	1.312,54		1.312,54
10	07-may-2016	157.505,00	1.312,54		1.312,54
11	06-jun-2016	157.505,00	1.312,54		1.312,54
12	06-jul-2016	157.505,00	1.312,54		1.312,54
13	05-ago-2016	156.600,08	1.312,54	904,92	2.217,46
14	04-sep-2016	155.687,62	1.305,00	912,46	2.217,46
15	04-oct-2016	154.767,55	1.297,40	920,07	2.217,46
16	03-nov-2016	153.839,81	1.289,73	927,73	2.217,46
17	03-dic-2016	152.904,35	1.282,00	935,47	2.217,46
18	02-ene-2017	151.961,09	1.274,20	943,26	2.217,46
19	01-feb-2017	151.009,97	1.266,34	951,12	2.217,46
20	03-mar-2017	150.050,92	1.258,42	959,05	2.217,46
21	02-abr-2017	149.083,88	1.250,42	967,04	2.217,46
22	02-may-2017	148.108,78	1.242,37	975,10	2.217,46
23	01-jun-2017	147.125,56	1.234,24	983,22	2.217,46
24	01-jul-2017	146.134,14	1.226,05	991,42	2.217,46
25	31-jul-2017	145.134,46	1.217,78	999,68	2.217,46
26	30-ago-2017	144.126,45	1.209,45	1.008,01	2.217,46
27	29-sep-2017	143.110,05	1.201,05	1.016,41	2.217,46
28	29-oct-2017	142.085,17	1.192,58	1.024,88	2.217,46
29	28-nov-2017	141.051,75	1.184,04	1.033,42	2.217,46
30	28-dic-2017	140.009,71	1.175,43	1.042,03	2.217,46
31	27-ene-2018	138.959,00	1.166,75	1.050,72	2.217,46
32	26-feb-2018	137.899,53	1.157,99	1.059,47	2.217,46
33	28-mar-2018	136.831,22	1.149,16	1.068,30	2.217,46
34	27-abr-2018	135.754,02	1.140,26	1.077,20	2.217,46
35	27-may-2018	134.667,84	1.131,28	1.086,18	2.217,46
36	26-jun-2018	133.572,61	1.122,23	1.095,23	2.217,46
37	26-jul-2018	132.468,25	1.113,11	1.104,36	2.217,46
38	25-ago-2018	131.354,69	1.103,90	1.113,56	2.217,46

Continúa...



...Continuación

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO
39	24-sep-2018	130.231,85	1.094,62	1.122,84	2.217,46
40	24-oct-2018	129.099,65	1.085,27	1.132,20	2.217,46
41	23-nov-2018	127.958,02	1.075,83	1.141,63	2.217,46
42	23-dic-2018	126.806,87	1.066,32	1.151,15	2.217,46
43	22-ene-2019	125.646,13	1.056,72	1.160,74	2.217,46
44	21-feb-2019	124.475,72	1.047,05	1.170,41	2.217,46
45	23-mar-2019	123.295,55	1.037,30	1.180,17	2.217,46
46	22-abr-2019	122.105,55	1.027,46	1.190,00	2.217,46
47	22-may-2019	120.905,64	1.017,55	1.199,92	2.217,46
48	21-jun-2019	119.695,72	1.007,55	1.209,92	2.217,46
49	21-jul-2019	118.475,72	997,46	1.220,00	2.217,46
50	20-ago-2019	117.245,55	987,30	1.230,17	2.217,46
51	19-sep-2019	116.005,14	977,05	1.240,42	2.217,46
52	19-oct-2019	114.754,38	966,71	1.250,75	2.217,46
53	18-nov-2019	113.493,21	956,29	1.261,18	2.217,46
54	18-dic-2019	112.221,52	945,78	1.271,69	2.217,46
55	17-ene-2020	110.939,24	935,18	1.282,28	2.217,46
56	16-feb-2020	109.646,27	924,49	1.292,97	2.217,46
57	17-mar-2020	108.342,52	913,72	1.303,74	2.217,46
58	16-abr-2020	107.038,78	902,85	1.314,61	2.217,46
59	16-may-2020	105.724,17	891,99	1.325,47	2.217,46
60	15-jun-2020	104.398,69	881,03	1.336,43	2.217,46
61	15-jul-2020	103.062,26	869,99	1.347,47	2.217,46
62	14-ago-2020	101.714,79	858,85	1.358,61	2.217,46
63	13-sep-2020	100.356,18	847,62	1.369,84	2.217,46
64	13-oct-2020	98.986,34	836,30	1.381,16	2.217,46
65	12-nov-2020	97.605,18	824,89	1.392,58	2.217,46
66	12-dic-2020	96.212,60	813,38	1.404,09	2.217,46
67	11-ene-2021	94.808,51	801,77	1.415,69	2.217,46
68	10-feb-2021	93.392,82	790,07	1.427,39	2.217,46
69	12-mar-2021	91.965,43	778,27	1.439,19	2.217,46
70	11-abr-2021	90.526,24	766,38	1.451,08	2.217,46
71	11-may-2021	89.075,15	754,39	1.463,08	2.217,46
72	10-jun-2021	87.612,07	742,29	1.475,17	2.217,46
73	10-jul-2021	86.136,90	730,10	1.487,36	2.217,46
74	09-ago-2021	84.649,54	717,81	1.499,66	2.217,46
75	08-sep-2021	83.149,89	705,41	1.512,05	2.217,46
76	08-oct-2021	81.637,83	692,92	1.524,55	2.217,46
77	07-nov-2021	80.113,29	680,32	1.537,15	2.217,46
78	07-dic-2021	78.576,14	667,61	1.549,85	2.217,46
79	06-ene-2022	77.026,29	654,80	1.562,66	2.217,46
80	05-feb-2022	75.463,62	641,89	1.575,58	2.217,46
81	07-mar-2022	73.888,05	628,86	1.588,60	2.217,46
82	06-abr-2022	72.299,45	615,73	1.601,73	2.217,46
83	06-may-2022	70.697,72	602,50	1.614,97	2.217,46
84	05-jun-2022	69.082,75	589,15	1.628,32	2.217,46
85	05-jul-2022	67.454,43	575,69	1.641,77	2.217,46
86	04-ago-2022	65.812,66	562,12	1.655,34	2.217,46
87	03-sep-2022	64.157,32	548,44	1.669,02	2.217,46
88	03-oct-2022	62.488,29	534,64	1.682,82	2.217,46

Continúa...

...Continuación

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO
89	02-nov-2022	60.805,47	520,74	1.696,73	2.217,46
90	02-dic-2022	59.108,74	506,71	1.710,75	2.217,46
91	01-ene-2023	57.397,99	492,57	1.724,89	2.217,46
92	31-ene-2023	55.673,10	478,32	1.739,15	2.217,46
93	02-mar-2023	53.933,96	463,94	1.753,52	2.217,46
94	01-abr-2023	52.180,43	449,45	1.768,01	2.217,46
95	01-may-2023	50.412,42	434,84	1.782,63	2.217,46
96	31-may-2023	48.629,79	420,10	1.797,36	2.217,46
97	30-jun-2023	46.832,43	405,25	1.812,22	2.217,46
98	30-jul-2023	45.020,22	390,27	1.827,19	2.217,46
99	29-ago-2023	43.193,03	375,17	1.842,29	2.217,46
100	28-sep-2023	41.350,73	359,94	1.857,52	2.217,46
101	28-oct-2023	39.493,21	344,59	1.872,87	2.217,46
102	27-nov-2023	37.620,33	329,11	1.888,35	2.217,46
103	27-dic-2023	35.731,98	313,50	1.903,96	2.217,46
104	26-ene-2024	33.828,02	297,77	1.919,70	2.217,46
105	25-feb-2024	31.908,32	281,90	1.935,56	2.217,46
106	26-mar-2024	29.972,76	265,90	1.951,56	2.217,46
107	25-abr-2024	28.021,20	249,77	1.967,69	2.217,46
108	25-may-2024	26.053,51	233,51	1.983,95	2.217,46
109	24-jun-2024	24.069,56	217,11	2.000,35	2.217,46
110	24-jul-2024	22.069,20	200,58	2.016,88	2.217,46
111	23-ago-2024	20.052,32	183,91	2.033,55	2.217,46
112	22-sep-2024	18.018,77	167,10	2.050,36	2.217,46
113	22-oct-2024	15.968,41	150,16	2.067,31	2.217,46
114	21-nov-2024	13.901,10	133,07	2.084,39	2.217,46
115	21-dic-2024	11.816,71	115,84	2.101,62	2.217,46
116	20-ene-2025	9.715,09	98,47	2.118,99	2.217,46
117	19-feb-2025	7.596,09	80,96	2.136,50	2.217,46
118	21-mar-2025	5.459,59	63,30	2.154,16	2.217,46
119	20-abr-2025	3.305,43	45,50	2.171,97	2.217,46
120	20-may-2025	1.133,46	27,55	2.189,92	2.217,46
			97.978,84	157.257,71	255.236,56

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 42 Periodo de Recuperación**

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>FLUJO ACT.</b>	- \$ 225.007,79	\$ 83.016,01	\$ 89.809,21	\$ 96.968,50	\$ 104.512,43	\$ 112.460,52	\$ 120.833,24	\$ 129.652,09	\$ 138.939,66	\$ 148.719,65	\$ 159.016,97	
<b>SALDO</b>	- \$ 225.007,79	-\$ 141.991,78	- \$ 52.182,57	<b>\$ 44.785,93</b>	<b>\$ 149.298,36</b>	<b>\$ 261.758,88</b>	<b>\$ 382.592,12</b>	<b>\$ 512.244,21</b>	<b>\$ 651.183,86</b>	<b>\$ 799.903,51</b>	<b>\$ 958.920,48</b>	
				El primer saldo positivo corresponde al número de años de recuperación								
				<b>Periodo de recuperación</b>								
				<b>3</b>		<b>años</b>						

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 43 Análisis de Rentabilidad (VAN, TIR, B/C)**

TASA DE ACTUALIZACIÓN			10%			
AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA (1+t)-n	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
<b>AÑO 0</b>		\$ 225.007,79	\$ 225.007,79	1,00000		\$ 225.007,79
<b>AÑO 1</b>	\$ 149.076,01	\$ 66.060,00	\$ 83.016,01	0,90909	\$ 135.523,65	\$ 60.054,55
<b>AÑO 2</b>	\$ 156.529,81	\$ 66.720,60	\$ 89.809,21	0,82645	\$ 129.363,48	\$ 55.140,99
<b>AÑO 3</b>	\$ 164.356,30	\$ 67.387,81	\$ 96.968,50	0,75131	\$ 123.483,32	\$ 50.629,46
<b>AÑO 4</b>	\$ 172.574,12	\$ 68.061,68	\$ 104.512,43	0,68301	\$ 117.870,44	\$ 46.487,05
<b>AÑO 5</b>	\$ 181.202,82	\$ 68.742,30	\$ 112.460,52	0,62092	\$ 112.512,70	\$ 42.683,56
<b>AÑO 6</b>	\$ 190.262,96	\$ 69.429,72	\$ 120.833,24	0,62092	\$ 118.138,33	\$ 43.110,40
<b>AÑO 7</b>	\$ 199.776,11	\$ 70.124,02	\$ 129.652,09	0,62092	\$ 124.045,25	\$ 43.541,50

Continua...

...Continuación

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE E.	TASA (1+T)-n	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
AÑO 8	\$ 209.764,92	\$ 70.825,26	\$ 138.939,66	0,62092	\$ 130.247,51	\$ 43.976,91
AÑO 9	\$ 220.253,16	\$ 71.533,51	\$ 148.719,65	0,62092	\$ 136.759,89	\$ 44.416,68
AÑO 10	\$ 231.265,82	\$ 72.248,85	\$ 159.016,97	0,62092	\$ 143.597,88	\$ 44.860,85
<b>Total</b>	<b>\$ 1.875.062,03</b>	<b>\$ 916.141,55</b>	<b>\$ 958.920,48</b>		<b>\$ 1.271.542,44</b>	<b>\$ 699.909,74</b>
				<b>VAN</b>	\$ 571.632,70	
				<b>TIR</b>	42,44%	
				<b>B/C</b>	1,82	

Elaborado por: El autor

120

### Criterio de Decisión

El VAN es mayor a 0 por lo tanto el proyecto es rentable.

La tasa de interés bancaria es al 10% y el TIR al alcanzar el 42,44 % es decir hasta este interés se puede pagar sin que se tenga problemas en el financiamiento y siendo el 42,44 % el TIR la inversión es rentable.

B/C al ser el valor mayor de 1, siendo 1,82, el proyecto es rentable

### **6.3 Diseñar el complejo turístico para determinar la funcionalidad de sus diferentes áreas**

Para la presentación de la propuesta se presentó un diseño que sea como do y a la vez funcional para los visitantes sin descuidar la atención al cliente, las actividades con las que va a contar el complejo turístico serán las siguientes:

- Piscina semiolímpica
- Piscina para niños
- Cancha de fútbol
- Cancha de boli
- Área de camping
- Piscina de peces
- Pista de baile
- Restaurante
- Hospedaje
- Hipódromo

Y para poder realizar la propuesta se ha tomado las siguientes consideraciones para el diseño.

#### **6.3.1. Análisis Técnico para el del Proyecto**

Según el Reglamento General De Actividades Turísticas (Decreto No. 3400) Decreta:

El Siguiete Reglamento General De Actividades Turísticas. En la sección 7 COMPLEJOS VACACIONALES, en el **Art. 31** nos dice que Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen

de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

**Según el Concejo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Shushufindi considera**

Que el **Art. 264** de la Constitución de la República determina como competencia de los gobiernos municipales entre otras:

1. “Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural”.
2. “Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón.”, para cuyo efecto expedirán ordenanzas cantonales.

Que de conformidad con el **Art. 55 del COOTAD** son competencias exclusivas de los gobiernos autónomos descentralizados municipales entre otras las contempladas en los literales a) y b), esto es formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial y el control del uso y ocupación del suelo.

Según el **Art. 308. - DEFINICIONES ESPECÍFICAS.** - El tipo de establecimiento lo determina el Ministerio de Turismo y se rige por sus propias normativas.

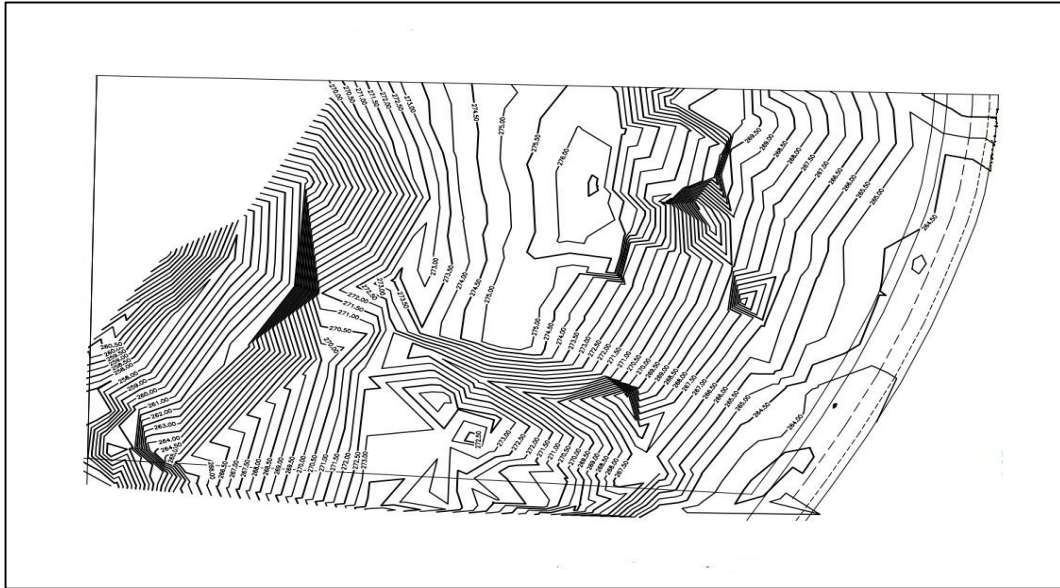
Tendrá que cumplir con los requerimientos de construcción establecidos según el tipo de edificación que se realicen

La fase técnica del proyecto está orientada a determinar la distribución de las áreas y el tipo de construcción que se requiere para el complejo turístico a continuación detallamos cuales son las especificaciones de las áreas con la que va a contar el complejo turístico la “MONTAÑITA”. El complejo turístico tendrá un área de 2 hectáreas

### 6.3.2 Análisis organizacional de las áreas del complejo

El área donde se localiza el terreno para el proyecto es una zona ideal para construcciones ya que no es pantanosa y tampoco colinda con algún tipo de tubería de petróleo o algo por el estilo.

**Imagen N° 1 Área del terreno para el proyecto**



Elaborado por: El autor

Entre las actividades que tendrá el complejo turístico tenemos

#### a) Piscina Semiolímpica

Una piscina semiolímpica es un tipo de piscina usada en los Juegos Olímpicos y campeonatos. El tamaño de la piscina es comúnmente usado para definir el tamaño de otros objetos, o para explicar cuánta agua hay en una localización en particular.

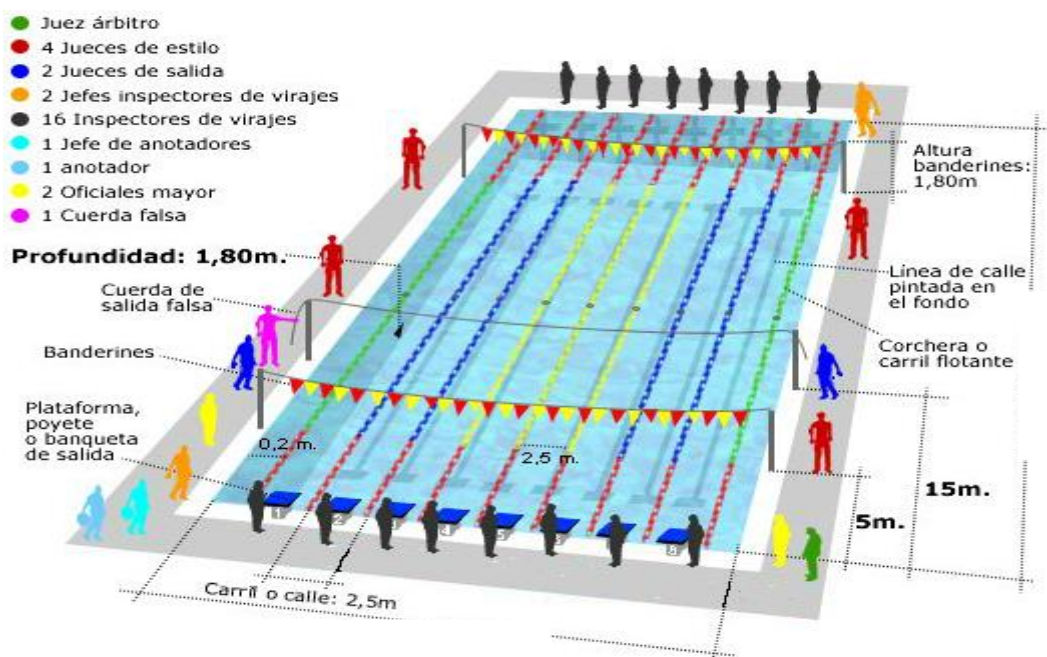
#### Especificaciones

Las especificaciones de la Federación Internacional de Natación para una piscina olímpica son las siguientes:

- **Largo:** 25 metros.
- **Ancho:** 12,50 metros.
- **Profundidad:** 2 metros como mínimo.
- **Número de calles o carriles:** Serán 8 para nadar más 2 en los extremos con el fin de reducir el oleaje producido por el choque de la ola del nadador con la pared.
- **Anchura de calles o carriles:** Los carriles tendrán por lo menos 2,5 metros de ancho, con dos espacios por lo menos de 0,2 metros para las calles de las paredes laterales.

El siguiente gráfico muestra de forma esquematizada algunos de los elementos más importantes de una piscina de competición.

**Imagen N° 2 Piscina semiolímpica detalles**



**Fuente:** Federación Internacional de Natación  
**Elaborado por:** El autor

La piscina será de 25m x 12.50m con un área de 312,5 m<sup>2</sup> el costo de metro cuadrado de construcción es de 196.45 dólares que nos da un total de 61389,56 dólares.



**Cuadro N° 44 Diagrama del flujo para la utilización de la piscina**

diagrama del flujo para la utilización de la piscina							
N°	Actividades	Proceso					Tiempo
		1	2	3	4	5	
1	Registro de ingreso al complejo	x					5min
2	Utilización de los vestidores		x				15 min
3	Utilización de la piscina			x			3 horas
4	Utilización de las duchas y vestidores				x		30 min
5	Salida del complejo					x	20 min
	<b>Total</b>						4 h y 10 min

Elaborado por: El autor

Para la construcción y control de la piscina se tomará en cuenta las normas que piden el GAD SHUSHUFINDI en sus ordenanzas y usos de suelos en este tipo de construcciones que se tomaran en cuenta como son:

### Sección Décima: Piscinas

**Art.372. - ALCANCE.** - La construcción y modificación de piscinas públicas, semipúblicas y privadas se regirán por las normas de esta Sección, y por todas las disposiciones pertinentes que contempla el "Reglamento de Piscinas" del Ministerio de Salud Pública, y así como la Normativa Ambiental Nacional, Local y la reglamentación que para el efecto tenga la Secretaria Nacional del Agua (SENAGUA) en lo que respecta a normativa, permiso y tasas por servicios (SHUSHUFINDI, 2012, pág. 199)

**Art. 374. - EQUIPAMIENTO BÁSICO.** - Los locales en donde funcionan piscinas públicas, semipúblicas y privadas estarán dotados de:

- a) Vestuarios con guardarropas
- b) Duchas
- c) Servicios higiénicos
- d) Lavapiés
- e) Implementos para control de calidad del agua
- f) Equipo de prestación de primeros auxilios
- g) Avisos de información al usuario sobre: horario de atención, capacidad y límite de carga, uso de vestimentas, prevención de riesgos y calidad de agua. (SHUSHUFINDI, 2012, pág. 200).

**Art. 379. - CAPACIDAD.** - La capacidad máxima de una piscina será calculada teniendo en cuenta la cantidad de personas que simultáneamente hacen uso de la misma.

La capacidad máxima de las piscinas que posean un sistema de desinfección continua, será calculada en razón de cinco bañistas por cada metro cúbico de agua renovada diariamente, y de dos personas por cada metro cúbico de agua en las que carezcan de ese tipo de desinfección. (SHUSHUFINDI, 2012, pág. 201).

**Art. 380. - CARGA MÁXIMA.** - La carga máxima de una piscina no podrá ser mayor a una persona por cada 2.50 m<sup>2</sup> de piscina. No deberá tomarse en cuenta el área de piscina que es utilizada por los trampolines, la misma que corresponderá aproximadamente a un área de 3.00 m. de radio, teniendo como centro el extremo del tablón o plataforma de lanzamientos.

**Art.385. - PROFUNDIDAD.** - La profundidad de una piscina podrá variar entre 0.90 m. y 1.50 m. en la parte más baja, y de 1.80 m. a 3.60 m. en la profunda. Entre el 80% y 90% del área total de una piscina deberá tener una profundidad menor a 1.50 m. La parte profunda deberá extenderse por lo menos de 3.00 m. a 3.50 m. más atrás del trampolín.

**Art. 386. - PENDIENTES DEL FONDO.** - Los declives del fondo de la piscina serán uniformes, no se permiten cambios bruscos de pendiente, admitiéndose declives de 5 y 6 %. (SHUSHUFINDI, 2012, pág. 202)

**Art.387. - ASIDEROS.** - Las piscinas deberán tener asidero en todo su contorno, recomendándose para ello, las canaleras de rebalse, siempre que estén bien diseñadas y sean lo suficientemente profundas para que los dedos del bañista no toquen el fondo.

**Art. 388. - ESCALERAS.** - En cada una de las esquinas deberá construirse una escalera, que puede ser de tubo galvanizado de 1 1/2 pulgadas. Se recomienda la construcción de peldaños empotrados en las paredes.

**Art. 396. - RECIRCULACIÓN DEL VOLUMEN DE AGUA.** - Las piscinas deberán contar con maquinaria y equipos que permitan una recirculación del volumen de agua de la siguiente manera:

**Tabla N° 40 Recirculación de agua en piscinas**

recirculación de agua en piscinas		
Área de piscina	Periodo de renovación	N° de recirculación
Superior a 50m <sup>2</sup>	8 horas	3
Inferior a 50m <sup>2</sup>	6 horas	4

Fuente: GAD SHUSHUFINDI

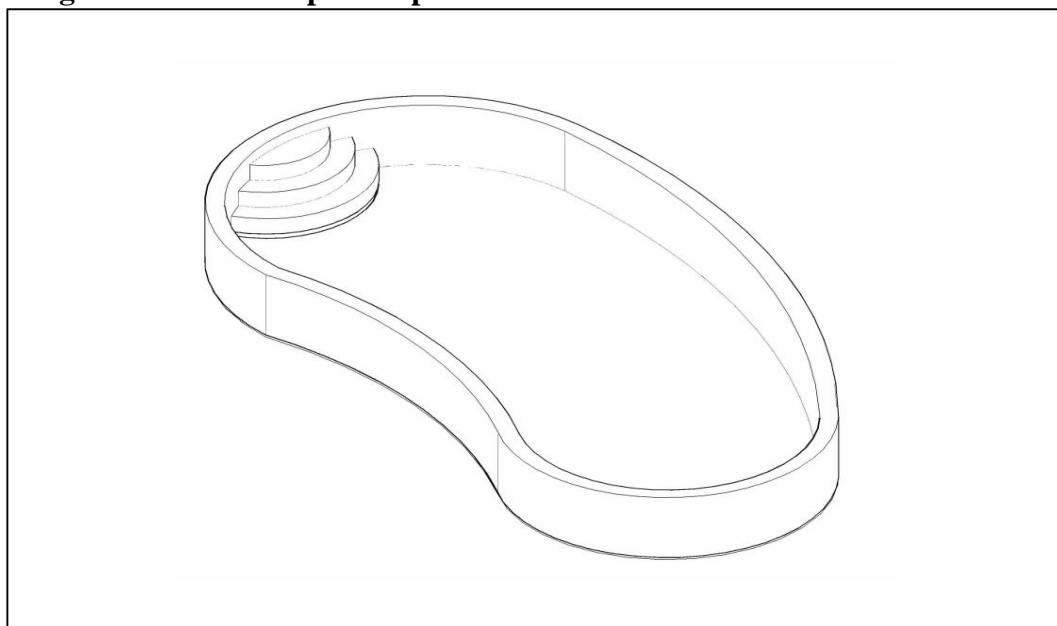
Elaborado por: El autor

### b) Piscina de niños

Esta piscina contendrá las siguientes características

- **Largo:** 10 metros.
- **Ancho:** 6 metros.
- **Profundidad:** 0.70 metros como mínimo.
- **Temperatura del agua:** la temperatura estar al ambiente
- **Escalera:** para el ingreso y salida de los niños

**Imagen N° 3 Medidas piscina para niños**



Elaborado por: El autor

El diseño de esta piscina será dado por el arquitecto encargado de desarrollar los planos del complejo turístico

La piscina será de 10m x 6m x 0,70 con un área de 42 m<sup>2</sup> el costo de construcción es de 17958,89 dólares

**Cuadro N° 45 Diagrama del flujo para la utilización de la piscina de niños**

Diagrama del flujo para la utilización de la piscina de niños							
N°	Actividades	Proceso					Tiempo
		1	2	3	4	5	
1	Registro de ingreso al complejo	x					5min
2	Utilización de los vestidores		x				15 min
3	Utilización de la piscina			x			3 horas
4	Utilización de las duchas y vestidores				x		30 min
5	Salida del complejo					x	20 min
	<b>Total</b>						4 h y 10 min

Elaborado por: El autor

Para la construcción de esta piscina nos regiremos a la ordenanza del GAD SHUSHUFINID

**Art.381.- PISCINAS INFANTILES.** - Toda piscina pública, semipúblicas y privada tendrá condiciones de construcción, funcionamiento e higiénicas, de acuerdo con la norma dedicada al uso exclusivo de menores de 10 años.

Las piscinas de uso exclusivo de niños reunirán las mismas condiciones de construcción que las demás piscinas, solamente su profundidad no podrá sobrepasar los 0.70 m. y los declives hacia los desagües tendrán una pendiente máxima del 2%.

**Art. 384. - MATERIALES Y ACABADOS.** - Las piscinas se construirán de hormigón o de otro material impermeable y resistente. Las paredes serán verticales y estarán revestidas al igual que el fondo con materiales impermeabilizantes y resistentes a la acción química de las sustancias que pueda contener el agua o las que se utilizan para la limpieza.

El revestimiento o enlucido de las piscinas deberá presentar una superficie pulida de fácil limpieza y de color claro, el mismo que no podrá presentar grietas

ni hendiduras. Las uniones entre los parámetros y entre éstos y el fondo serán redondeadas con un radio mínimo de 0.10 m.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

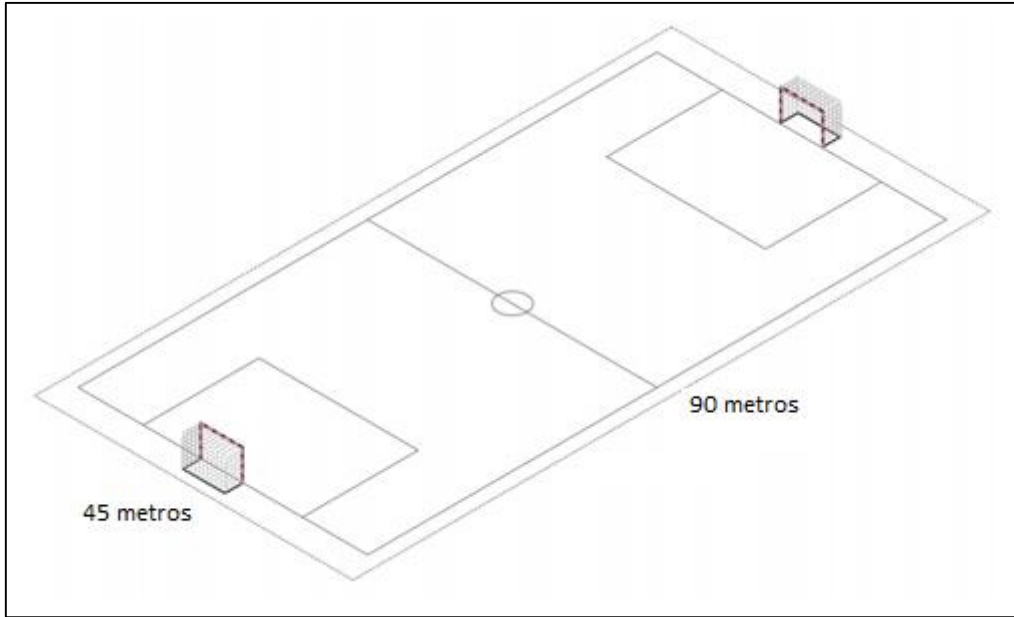
- Se dictarán cursos de natación
- Se buscará alianzas con empresas para que el personal haga uso de estas instalaciones
- Se realizarán concursos de natación
- Se ara convenio con las instituciones públicas para que en el complejo turístico se realicen los campeonatos deportivos cantonales

### **c) Cancha de Fútbol**

En primer lugar, el terreno de juego va a tener césped natural. La forma del campo será rectangular, siendo su largo entre 90 y 120 metros (100 y 110), y su ancho entre 45 y 90 metros (64 y 75).

Todo el perímetro del terreno estará rodeado por líneas de 12 centímetros de ancho como máximo. Dentro del campo se traza una línea paralela y equidistante a las líneas de meta, que marca la mitad del terreno de juego. Por otro lado, el punto medio de esta línea será el centro de una circunferencia de radio igual a 9,15 metros, que es el punto de partida donde se coloca el balón para dar comienzo al partido.

#### Imagen N° 4 Medidas de una cancha de fútbol



**Fuente:** Liga Deportiva de Shushufindi

**Elaborado por:** El autor

La cancha de fútbol será de 90m x 45m con un área de 4050m<sup>2</sup> el costo de metro cuadrado de construcción es de 1,79 dólares que nos da un total de 7250,00 dólares.

El complejo turístico la montaña por el espacio que tiene va a implementar este tipo de escenario deportivo para que los visitantes puedan hacer uso del mismo y a la vez realizar campeonatos de fútbol incentivando al deporte.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se darán cursos de fútbol
- Se buscará alianzas con empresas para que el personal haga uso de estas instalaciones
- Se realizarán campeonatos
- Se ara convenio con las instituciones públicas para que en el complejo turístico se realicen los campeonatos deportivos cantonales

**Cuadro N° 46 Diagrama del flujo para la utilización de la cancha de fútbol**

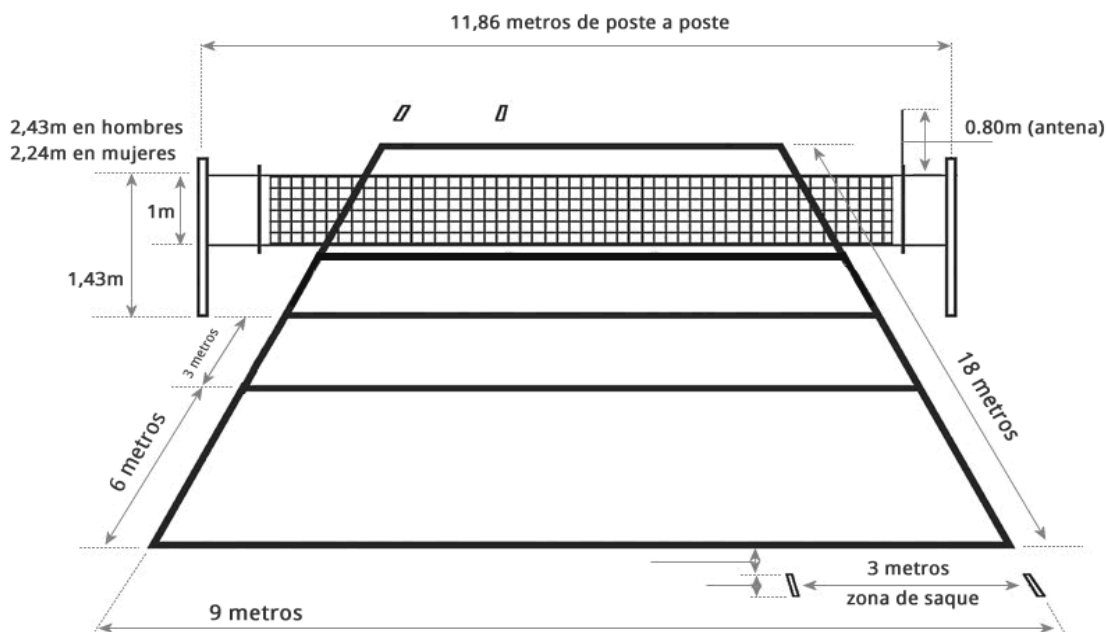
Diagrama del flujo para la utilización de la cancha de fútbol						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización de la cancha de fútbol		x			2 horas
3	Utilización de las áreas del complejo			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					<b>2 h y 45 min</b>

Elaborado por: El autor

#### d) Cancha de Boli

Las medidas de una cancha de boli oficial comprenden un rectángulo de 18 metros de largo x 9 metros de ancho. Este rectángulo está dividido en el medio por una red que tiene 2,43 metros de altura para los hombres y 2,24 metros de altura para mujeres. También existe una separación en cada lado de juego limitada por la línea de ataque que tiene 3 metros de largo con la línea de defensa de 6 metros.

**Imagen N° 5 Medidas de una cancha de boli**



Fuente: Liga Deportiva de Shushufindi

Elaborado por: El autor

La cancha de boli será de 11,86m x 18m con un área de 213,48m<sup>2</sup> el piso será de arena de mina el costo de metro cuadrado de construcción es de 3,46 dólares que nos da un total de 7.392,8 dólares.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se darán cursos de boli
- Se buscará alianzas con empresas para que el personal haga uso de estas instalaciones
- Se realizarán campeonatos de boli
- Se realizará convenio con las instituciones públicas para que en el complejo turístico se realicen los campeonatos deportivos cantonales

El objetivo de usar este tipo de cancha reglamentaria es para de igual manera promover campeonatos y así llamar más la atención de los clientes para el complejo turístico la MONTAÑITA.

Esta cancha no es cubierta todas las actividades son al aire libre para un mejor contacto con la naturaleza.

**Cuadro N° 47 Diagrama del flujo para la utilización de la cancha de boli**

diagrama del flujo para la utilización de la cancha de boli						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización de la cancha de boli		x			2 horas
3	Utilización de las áreas del complejo			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					2 h y 45 min

Elaborado por: El autor

**e) Áreas Verdes**

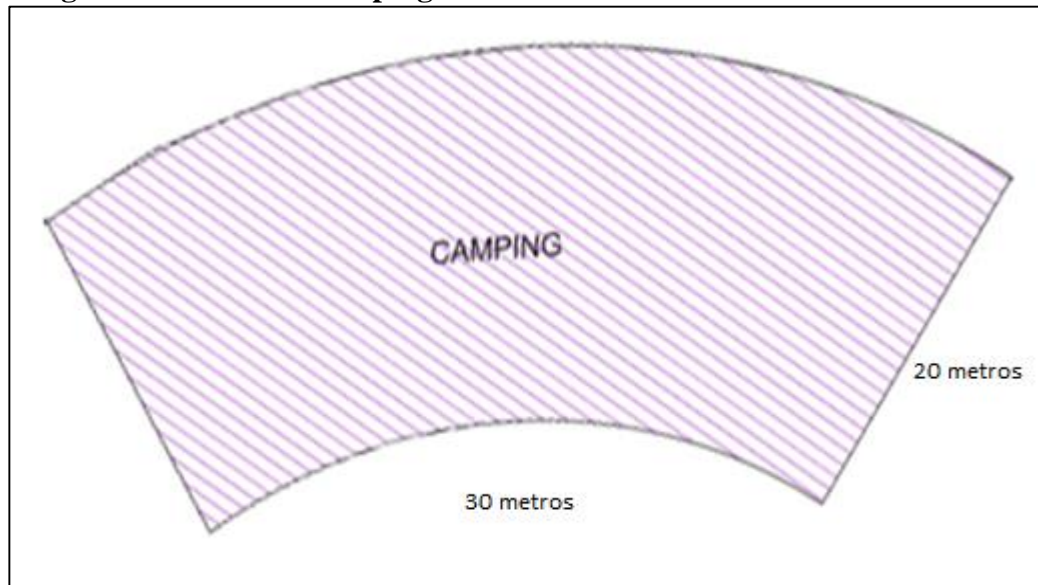
Las áreas verdes serán el restante de las edificaciones y áreas ocupadas para el deleite de los visitantes se sembrará pasto natural de cancha de fútbol que es césped pequeño para evitar que crezca demasiado y sea más fácil su mantenimiento y menos costoso.



## f) Áreas de Camping

Para la zona de camping se destinará una área de 20m x30m en la cual los campistas podrán hacer sus fogatas estas se encontraran lejos de las demás actividades para que no interrumpen a los campistas en sus actividades las áreas contarán con conserjes que aran de guardias para cuidar la infraestructura y a sus visitantes.

**Imagen N° 6 Área de Camping**



**Elaborado por:** El autor

El área de camping es 20m x 30m con un área de 600m<sup>2</sup> el piso será de pasto natural costo de metro cuadrado de construcción es de 1,30 dólares que nos da un total de 780,60 dólares.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se promoverá actividades
- Se realizarán fogatas
- Se ara convenio con las instituciones públicas para que en el complejo turístico se realicen los campeonatos deportivos cantonales

**Cuadro N° 48 diagrama del flujo para la utilización del área de camping**

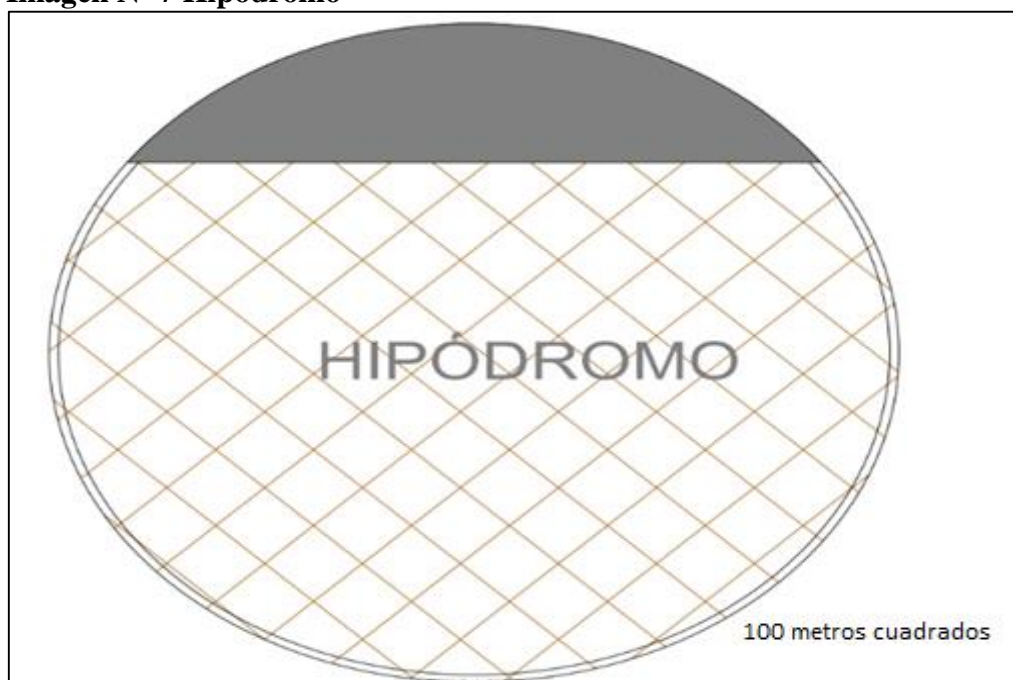
Diagrama del flujo para la utilización del área de camping						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización del área de camping		x			12 horas
3	Utilización de las áreas del complejo			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					12 h y 45 min

Elaborado por: El autor

**g) Hipódromo**

El hipódromo con el que contara el complejo turístico la MONTAÑITA no es de competencia sino un lugar donde se encontraran ponis para los niños este lugar será serado se comenzara con 5 ponis dependiendo del mercado se aumentara la función de este es que los niños tengan el agrado de montar estos ponis con seguridad estos caballos son utilizados también para terapias de rehabilitación en personas con algún tipo de daños cerebrales.

**Imagen N° 7 Hipódromo**



Elaborado por: El autor

El espacio de este será de 100m<sup>2</sup> tendrá una cubierta para proteger a los niños de los rayos solares el costo del metro de construcción es de 29,06 dólares que nos da un total de 2.906 dólares.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se promoverá actividades a caballo
- Se ara convenio con las instituciones públicas sobre todo escuelas y colegios para que los niños tengan una actividad diferente

**Cuadro N° 49 Diagrama del flujo para la utilización del hipódromo**

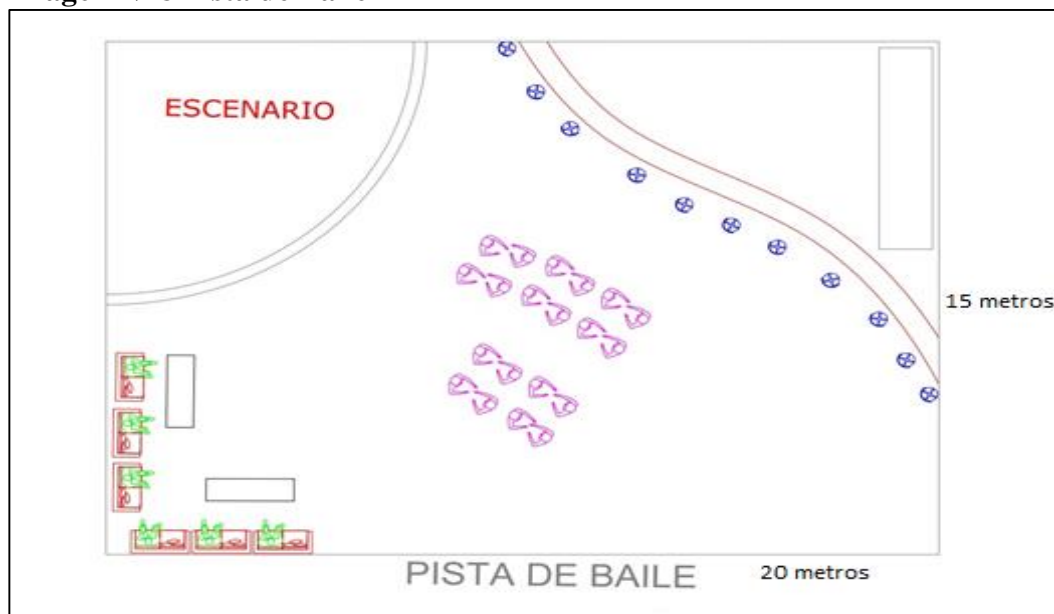
Diagrama del flujo para la utilización del hipódromo						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización del área del hipódromo		x			15 min
3	Utilización de las áreas del complejo			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					1 h y 5 min

Elaborado por: El autor

#### h) Pista de Baile

La pista de baile contendrá una capacidad para 200 personas tendrá el equipamiento necesario para su funcionamiento, este se lo alquilara también como salón de recepciones para fiestas de diferentes índoles, también se lo abrirán los fines de semana para el uso de los visitantes

**Imagen N° 8 Pista de Baile**



Elaborado por: El autor

El espacio de este será de 15m x20m que nos da un área de 300m<sup>2</sup> el costo del metro de construcción es de 156 dólares que nos da un total de 46799,42 dólares.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se la alquilara para eventos
- Los fines de semana se la abrirá para los visitantes del complejo
- Se promoverá la bailo terapia
- Se ara convenio con las instituciones públicas sobre todo escuelas y colegios para que los niños tengan una actividad diferente

**Cuadro N° 50 Diagrama del flujo para la utilización de la pista de baile**

Diagrama del flujo para la utilización de la pista de baile						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización de la pista de baile		x			4 horas
3	Utilización de las áreas del complejo			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					4 h y 45 min

Elaborado por: El autor

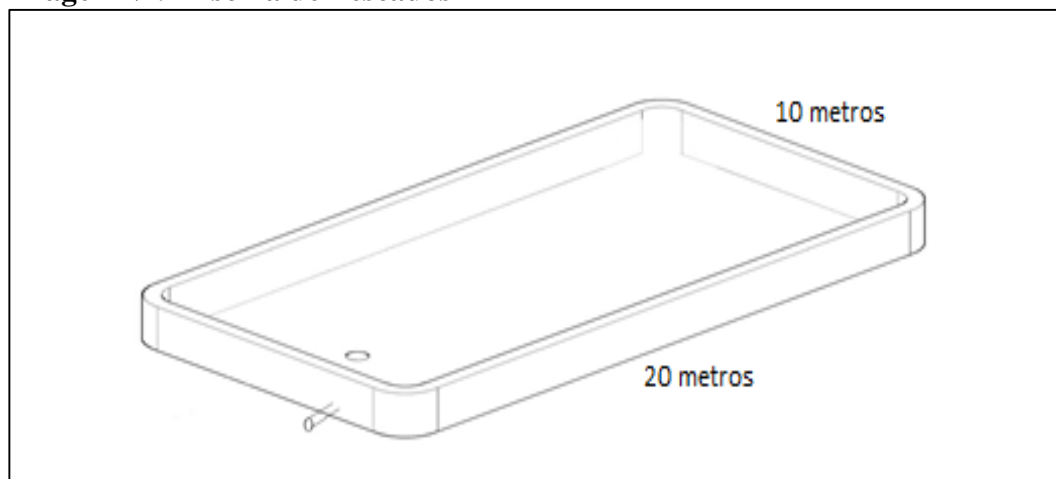
Para este tipo de construcciones tenemos las siguientes normas

**Art.318. - SALONES DE USOS MÚLTIPLES.** - Los salones para grandes banquetes, actos sociales o convenciones estarán precedidos de un vestíbulo o lobby de recepción con guardarropas, baterías sanitarias independientes para hombres y mujeres. La superficie de estos salones guardará relación con su capacidad, a razón de 1.20 m<sup>2</sup> por persona y no se computará en la exigida como mínima para las áreas sociales de uso general. (SHUSHUFINDI, 2012, pág. 187).

### **i) Piscina de Peces**

Se construirán piscinas de pescados donde se pondrán tilapias rojas donde las personas podrán pescar y ellos mismos prepararlas o en este caso habrá un área cerca de esta donde se preparen estos alimentos la piscina de pescado tendrá un área de 10m x 20m las cañas se las alquilara en caso de que el usuario no tenga la suya.

### Imagen N° 9 Piscina de Pescados



Elaborado por: El autor

La piscina de peces será de 10m x 20m que nos da un área de 200m<sup>2</sup> el costo del metro cuadrado es de 5,46 dólares que nos da un total de 1092 dólares.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se alquilará las cañas de pescar
- El costo de cada pescado será de un dólar
- El cliente lo puede preparar el mismo o se lo pueden preparar el restaurante
- Se realizarán concursos de pesca

### Cuadro N° 51 Diagrama del flujo para la utilización de la piscina de peces

Diagrama del flujo para la utilización de la piscina de peces						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización de la piscina de peces		x			2 horas
3	Utilización de las áreas del complejo			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					2 h y 55 min

Elaborado por: El autor

### j) Restaurante

El restaurante se para unas 50 comensales contendrá los accesorios básicos de un restaurante y este será adjunto a los servicios de hospedaje para los huéspedes.

### Imagen N° 10 Restaurante



Elaborado por: El autor

El restaurante será de 18m x 18m que nos da un área de 324m<sup>2</sup> el costo del metro cuadrado es de 142,14 dólares que nos da un total de 46.052,50 dólares.

**Actividades:** para llamar la atención de los futuros clientes

- Se elaborarán platos a la carta como, parrilladas, lasaña, mayitos, seco de pollo criolla, seco de guanta, tilapia asada
- Se aran promociones en fechas especiales
- Se realizarán convenios con instituciones públicas y privadas para ofrecer el servicio de restaurante para sus empleados

### Cuadro N° 52 Diagrama del flujo para la utilización del restaurante

Diagrama de flujo para el servicio de restaurante								
N°	Actividades	Proceso						Tiempo
		1	2	3	4	5	6	
1	Presentación de la carta	x						1 min
2	Pedido del plato escogido		x					2 min
3	Preparación del plato			x				5 min
4	Servir el plato en la mesa				x			2 min
5	Servirse el plato por parte del cliente					x		20 min
6	Cancelar el plato escogido						x	5 min
Total								35 min

Elaborado por: El autor

Hay normas mínimas de construcción que pide el GAD SHUSHUFINDI como son:

**Art.314. - COCINAS.** - Dispondrán de los elementos principales que habrá de estar en proporción a la capacidad del establecimiento:

- b) Para establecimientos hoteleros de segunda categoría dispondrán de office, almacén, bodegas, despensas, cámara frigorífica, con áreas totales equivalentes por lo menos al 60% de comedores. Para los de tercera y cuarta categoría, dispondrán de despensa, cámara frigorífica y fregadero cuya superficie total no podrá ser inferior al equivalente del 60% de la del comedor.

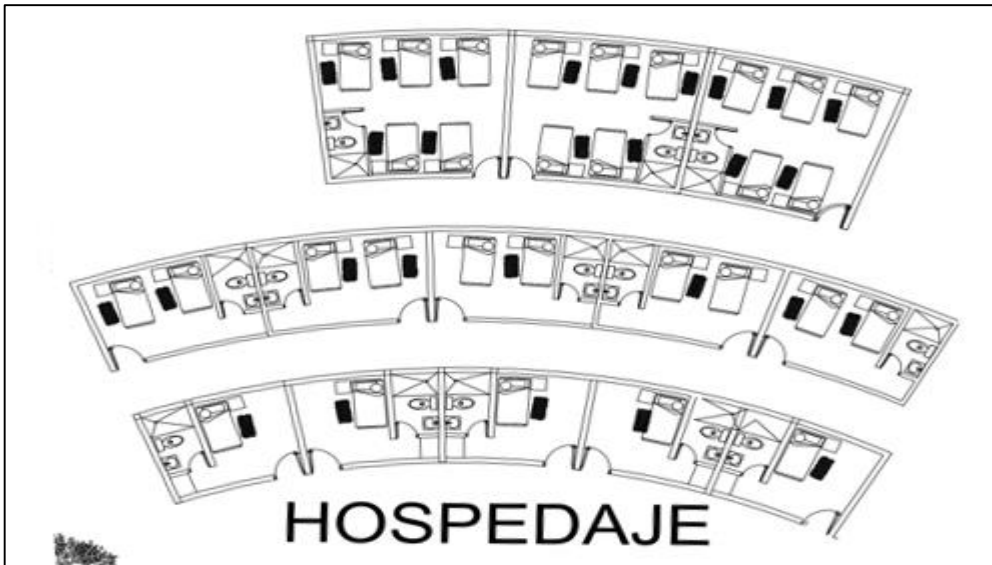
**Art.315. - COMEDORES.** - Los comedores tendrán ventilación al exterior o, en su defecto, contarán con dispositivos para la renovación del aire. Dispondrán, en todo caso, de los servicios auxiliares adecuados.

Los requerimientos de área para comedores dependerán de la categoría del establecimiento:

- a) Para los establecimientos hoteleros gran lujo, de lujo se considerará un área mínima de 2,50 y 2,25 m<sup>2</sup>. Por habitación.
- b) Para los de categoría primera superior y turista, 2,00 m<sup>2</sup>. Por cada habitación.
- c) Para los de segunda categoría, 1,80 m<sup>2</sup>. Por habitación.
- d) Para los de tercera categoría, 1,60 m<sup>2</sup>. Por habitación.
- e) Y para los de cuarta categoría, 1,10 m<sup>2</sup>. Por habitación.

**k) Hospedaje**

**Imagen N° 11 Área de hospedaje**



Elaborado por: El autor

El hospeda en el complejo turístico contara con una capacidad de 3 habitaciones para grupos de 5 personas 5 habitaciones dobles y 5 habitaciones individuales cada cuarto para 30 pax en caso de que se vea una mayor demanda se estas en el diseño se dejara un área contigua para su expansión. El presupuesto será de 39.999,96

**Cuadro N° 53 Diagrama del flujo para la utilización del hospedaje**

Diagrama del flujo para la utilización del hospedaje						
N°	Actividades	Proceso				Tiempo
		1	2	3	4	
1	Registro de ingreso al complejo	x				5min
2	Utilización de la habitaciones		x			9 horas
3	Utilización de las áreas del complejo			x		30 min
4	Salida del complejo				x	20 min
	<b>Total</b>					9 h y 55 min

Elaborado por: El autor

El GAD SHUSHUFINDI tiene un reglamento a seguir para este tipo de construcciones como son las siguientes:

**Art.313. - DORMITORIOS.** - El dormitorio mínimo debe contener una cama matrimonial de 1,50 m. de ancho por 2,00 m. de largo, con circulación en sus tres lados de 0,80 m. (un ancho, dos largos) y un espacio para guardarropa mínimo de



1.00 m<sup>2</sup> con un ancho de 0.60 m. La altura mínima útil de entresijos será 2.45 m. (SHUSHUFINDI, 2012, pág. 186).

Contará además con un baño que incluye un inodoro con una distancia mínima al paramento frontal de 0,60 m. Y a los laterales de mínimo 0,20 a cada lado y dispondrá además de ducha de mano (tipo teléfono). Tendrá además un lavamanos y una ducha cuyo lado menor no será inferior a 0,80 m. En habitaciones dúplex puede existir un solo baño compartido. Todos los baños deberán contar con servicio de agua caliente. El establecimiento de alojamiento debe tener una reserva de agua mínima de 75 litros por habitante al día. En establecimientos de alojamiento de cuarta categoría debe existir por piso, una batería de baños colectivos diferenciados entre hombres y mujeres. (SHUSHUFINDI, 2012, pág. 186).

### **Sección Novena: Edificios para espectáculos deportivos**

**Art.360. - ALCANCE.** - Para los efectos de la presente Normativa, se considerarán edificios para espectáculos deportivos todos aquellos que se destinen a estadios, plazas de toros, coliseos, hipódromos, velódromos, polideportivos, espacios de uso múltiple y otros de uso semejante. (SHUSHUFINDI, 2012, pág. 197).

Todas las actividades que se han mencionado tiene un fin de promover las actividades recreativas sanas, incentivar al turismo, promover el deporte, se pretende con esto que el complejo sea la sede de los futuros encuentros deportivos Provinciales Cantonales y que las personas se lleven una buena imagen del cantón y sobre todo del complejo turístico la “MONTAÑITA”.

## 1) Ubicación de las áreas en el diseño del complejo turístico en el plano



Elaborado por: El autor

### 6.3.3 Registro para su funcionamiento

#### a) Ruc - Requisitos:

#### PERSONAS NATURALES

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

## **SOCIEDADES**

- Formulario 01A y 01B (ver anexo 9 y 10)
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

### **Procedimiento:**

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

### **Costo:**

Sin costo directo para el contribuyente

### **b) Registro en la súper intendencia de compañías**

**1) Darle un nombre a la empresa.** Cuando ya lo hayas pensado dirígete a la Súper Intendencia de Compañía para reservarlo, o enterarte de que ya está ocupado. En caso de que no esté registrado por otra persona tienes un plazo de 30 días de reserva, si lo necesitas puedes ampliar este plazo haciendo una petición expresa de más tiempo. Después tienes que acercarte a cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un mínimo de 200 dólares cual fuera que sea el tipo de negocio.

- 2) **Escritura de la Constitución de la Compañía.** Este documento debe redactarlo un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.
- 3) **Registro mercantil.** Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente.
- 4) **Súper de compañías.** Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Súper Intendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro.

**c) Permisos de Funcionamiento del Ministerio de Turismo**

A través del ingreso de una solicitud y requisitos escaneados y avalados por el solicitante en el sistema automatizado de ARCSA [www.arcsa.gob.ec](http://www.arcsa.gob.ec), se emite el documento habilitante para el funcionamiento de los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria. Inicia con el ingreso del usuario en el sistema informático de ARCSA donde ingresa la solicitud y requisitos para el permiso de funcionamiento hasta emisión automática del permiso de funcionamiento

Responsable:

Dirección Técnica de Buenas Prácticas y Permisos

**Requisitos:**

- Comprobante de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar los requisitos solicitados.

- Los siguientes requisitos NO son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.
- Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad (ANEXO 1),
- Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (ANEXO 2).
- Revise el instructivo para información de requisitos específicos para cada establecimiento

#### **d) Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas**

##### **Requisitos: Personas Naturales**

- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- Copia de la cédula de identidad
- Copia de la última papeleta de votación
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
- 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
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)

- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo)
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
- Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

#### **6.4. Socializar el proyecto a los habitantes del cantón.**

### SOCIALIZACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO LA MONTAÑITA JULIO 2015

**LUGAR:** Auditorio Municipal

**HORA:** 8:00 AM -11:00 PM

#### **Objetivo de la socialización**

El objetivo de la socialización del complejo turístico la MONTAÑITA es hacerse conocer en el mercado turístico como una empresa pionera en la zona presentando servicio acorde a las necesidades de los visitantes y a la vez hacer se conocer en el merado en donde se va a desenvolver la empresa

#### **A quién van dirigido**

La socialización se la realizara con la participación del Director del Departamento de turismo del Cantón Shushufindi con los prestadores de servicios hoteleros y de transporte y la comunidad en general. El propósito de la socialización se la ejecutara con el fin de que quede constancia de la propuesta realizada para mejorar el desarrollo turístico del Cantón, en la propuesta se expondrán todas las actividades con las que va a contar el complejo turístico, cual el alcance de la empresa

La convocatoria a la socialización del proyecto se la realizará por medio de invitaciones personales a los prestadores de servicios y publicidad en la radio para la sociedad en general y se realizaran los siguientes puntos como:

1. Bienvenida
2. Explicación sobre la realidad turística del cantón
3. Introducción al tema del complejo turístico
4. Los servicios que se ofertara el complejo turístico como:

- Piscina para semiolímpica
- Piscina para niños
- Cancha de fútbol
- Cancha de boli
- Pesca deportiva
- Áreas verdes
- Área de camping
- Hipódromo con ponis
- Hospedaje
- Restaurante

## **5. Visión de la empresa**

El complejo turístico la “MONTAÑITA” pretende mejorar el turismo poniendo en alto la belleza natural que tiene Shushufindi y llegar a estar entre los primeros paraderos turísticos de los visitantes.

## **6. Misión de la empresa**

Brindar un servicio completo y personalizado de calidad y especializarnos en proporcionar distracción y relajamiento a todos nuestros clientes, junto a la naturaleza dando una confortable estadía en el complejo turístico la “MONTAÑITA” y así promover el buen uso del tiempo libre fomentando el deporte.

## 7. Objetivos de la empresa

### Corto Plazo:

- Darnos a conocer en el Cantón de Shushufindi y sus alrededores.
- Llegar a ser la primera opción de nuestros posibles clientes.
- Tener un reajuste continuo para el crecimiento de del complejo turístico la MONTAÑITA

### Mediano Plazo:

- Hacernos conocer a nivel de toda la provincia
- Obtener nuevos conocimientos en todos los campos para estar acorde con las necesidades del cliente.

### Largo Plazo:

- Ser reconocidos a nivel nacional
8. Actividades a desarrollarse en el complejo turístico
  9. Explicación de cada área del complejo turístico
  10. Preguntas de los asistentes
  12. Agradecimiento por la asistencia
  11. Fin del evento

**Costos para el evento:** La socialización del evento tendrá los siguientes costos

**Cuadro N° 54 Costos del evento**

Detalle	Costo
Alquiler del auditorio municipal	200
Servicio de barman	100
Coffee break menaje incluido	500
Mesas Para la comida	50
Aguas	30
Colas	30
Total	910

Elaborado por: EL autor



## **Conclusiones de la Socialización**

- Con la socialización se aportará al mejoramiento del desarrollo turístico del Cantón Shushufindi
- Dejar constancia del trabajo realizado en este caso la propuesta.
- La propuesta ayudara a promocionar de una mejor manera al complejo turístico la MONTAÑITA.
- En el Caso de ejecución de la propuesta del complejo turístico se posicionará como un producto de Calidad, satisfaciendo las necesidades del turista.
- La propuesta ayudará a mejorar la imagen turística de la zona, se conocerá los servicios y características del lugar.
- Se puede concluir que mediante la socialización se dio a conocer el aporte turístico que se realizara el proyecto al cantón Shushufindi.

## **g. DISCUSION**

### **7.1 Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio.**

El término Diagnóstico Situacional según (VELÁZQUEZ, 2007) dice que tiene mucho que ver con una corriente teórica denominada Enfoque Situacional o Contingencial del área de estudio realizando un análisis del entorno de donde se va a desarrollar el proyecto.

Basados en lo que dice (VELÁZQUEZ, 2007) en su teoría se realizó el análisis situacional del área del cantón Shushufindi para poder analizar los diferentes factores como son población, clima, economía, densidad demográfica, etc.

Después de haber realizado el estudio situacional del área se puede concluir que según la teoría de (VELÁZQUEZ, 2007), si se obtuvo los resultados de la población de la zona de estudio que se pudo analizar algunos factores como son nivel de ingresos por persona, actividades a la que se dedica los habitantes del sector, como emplean su tiempo libre, edades entre las que fluctúa la población del Cantón, también se pudo analizar el factor climático que en los últimos años no ha tenido cambios significativos.

### **7.2 Elaborar el plan de Negocios para determinar la viabilidad del proyecto mediante un estudio de mercado.**

El plan de negocios según (VILLARÁN KAREN, pág. 33) dice que es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Y que servirá para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Pero también (BOTERO B., 2010, pág. 10) comenta que el plan de negocio no es un manual para el manejo de éste, pues un

asunto es planear un negocio, y otro, es desarrollar y controlar que lo que se haga en la práctica, que depende de múltiples factores, esté de acuerdo con el plan.

Para el desarrollo del plan de negocios se tomó en consideración el esquema que presenta (VILLARÁN KAREN, pág. 34), en su modelo de plan de negocios y que se acopla a los requerimientos que se necesita y que con este se pudo analizar diferentes factores como el financiero como la tasa de interés bancaria es del 10% y el TIR alcanza el 42.44% que es rentable para el proyecto con un costo beneficio (B/C) de 1.82, dando esta oportunidad por ser pioneros en el mercado de la zona ya que se presentara un Complejo Turístico que cumple con las necesidades de los visitantes, también se pudo ver cuál es el análisis del entorno de la empresa para poder realizar un plan estratégico el mismo que ayudó a estructurar un plan de marketing, el equipo de Recursos Humanos, se obtuvo también el análisis financiero para el proyecto.

### **7.3 Diseñar el complejo turístico para determinar la funcionalidad de sus diferentes áreas.**

Para la planificación del complejo turístico (PIQUERAS, pág. 13) dice que la planificación es uno de los pasos más importantes que permitirá tomar decisiones acertadas dentro de las ejecuciones del proyecto. Por este motivo se ha tomado en consideración el Reglamento General De Actividades Turísticas (Decreto No. 3400) que decreta las normas básicas de construcción exigidas. En la sección 7 COMPLEJOS VACACIONALES, en el Art. 31 y Según el Concejo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Shushufindi considera. En el Art.308. - DEFINICIONES ESPECÍFICAS. - El tipo de establecimiento lo determina el Ministerio de Turismo y se rige por sus propias normativas y que tendrá que cumplir con los requerimientos de construcción establecidos según el tipo de edificación que se realicen.

La distribución de las áreas y el tipo de construcción que se requiere para el Complejo Turístico en cada sector de la construcción se respetó las normativas mínimas que se deben cumplir para el buen funcionamiento de cada ambiente ya

establecida por el GAD Shushufindi por este motivo se ha visto para el complejo turístico la MONTAÑITA el espacio suficiente para este proyecto con 2 hectáreas de terreno para las diferentes áreas con las que va a contar el proyecto para que sean cómodas y bien distribuidas para que se puedan cumplir los requerimientos antes mencionados que tiene el municipio del Cantón Shushufindi y así los visitantes no sufrirán la aglomeración en las diferentes áreas y esto dará una buena imagen para el complejo.

Al tomar en cuenta las normas ya establecidas antes mencionadas por el GAD MUNICIPAL se garantiza la calidad de la construcción a la vez se podrá brindar una buena atención a los visitantes ya que no se las va a sobre poblar así como se lo hacen en los centros turísticos de la zona.

### **7.3.1 Socializar el proyecto a los habitantes del cantón.**

Hay algunos autores que definen a la socialización como un proceso del individuo y un proceso de la sociedad. Por tanto, son dos procesos complementarios en su meta final, pero distintos en su origen, intereses, y mecanismos de actuación. Uno es el interés de la sociedad y otro el del individuo.

Para la socialización del proyecto se lo realizará por el interés del individuo hacia la sociedad en este caso la socialización del complejo turístico será impulsado con un fin de hacerse conocer en el medio turístico en el Cantón Shushufindi a los pobladores, turistas nacionales y extranjeros para dar a conocer cuáles son las actividades y ventajas que el complejo turístico le va a brindar.

La socialización de proyecto se lo realizara cuando el proyecto sea ejecutado.

## **h. CONCLUSIONES**

- Luego de haber realizado el estudio situacional del área en el Cantón Shushufindi en su ciudad matriz se concluyó que es una zona apropiada para implementar el Complejo Turístico la “MONTAÑITA” porque los diferentes factores que presentan son adecuados tanto geográficamente como socio culturalmente, más las recomendaciones que ofreció el Municipio del Cantón Shushufindi y la recolección de los datos de campo, se determinó que los resultados obtenidos son beneficiosos para poder seguir con el siguiente paso que es el plan de negocios.
- Para elaborar el plan de negocios del Complejo Turístico La “MONTAÑITA” se tomó en cuenta los siguientes pasos: se realizó un estudio de mercado con encuestas a 117 personas entre habitantes del Cantón, turistas nacionales y extranjeros que llegaron hasta la zona, un 98% de los encuestados están de acuerdo con la implantación de un Complejo Turístico, identificando como parte primordial la falta de actividades recreativas y análisis de la competencia, como resultados se contemplaron a 4 centros turísticos de la zona que fueron analizados por rango de servicios e infraestructura.
- Después de analizar los datos que se obtuvo del estudio de mercado se procedió a realizar el plan de negocios para el complejo turístico la “MONTAÑITA” se elaboró la imagen corporativa para la empresa, siendo esta su carta de presentación.
- Diseñar el complejo turístico la “MONTAÑITA” después de haber visto la factibilidad tanto del entorno macro y micro, se estableció las áreas que son de mayor interés por los visitantes y se incluyeron para el confort de los mismos, se evitó la aglomeración del público sin que esto haya disminuido la calidad del servicio que dio el Complejo Turístico la “MONTAÑITA”

## **i. RECOMENDACIONES**

- Realizar un análisis de los datos obtenidos en la investigación actual con respecto a estudio de años anteriores para ver cuáles son los cambios significativos por los cuales ha pasado el Canto Shushufindi en su ciudad matriz especialmente en el entorno geográfico y socio cultural para poder tomar decisiones acordes a las necesidades del proyecto y evitar contratiempos en el desarrollo del mismo
- Conservar actualizado el estudio de mercado del Complejo Turístico la “MONTAÑITA” adecuadamente, para potencializar las actividades recreativas y turísticas.
- Mantener un adecuado seguimiento del funcionamiento de la estructura del plan de negocios del Complejo Turístico la “MONTAÑITA” para poder ver cuáles son sus resultados, sean estos positivos o negativos y así poder tomar decisiones eficaces
- Establecer el área adecuada para su edificación tomando en cuenta las normativas que exigen para su construcción las instituciones pertinentes, para que cada ambiente con la que va a contar el complejo turístico sea seguro y cómodo para los visitantes que llegar hasta las instalaciones, así poder cumplir con las metas propuestas por el Complejo Turístico

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

BOTERO B., M. A. (2010). *ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS* . BOGOTA : UNIMINUTO .

CEBALLOS, A. (s.f.). *GUIA PARA CREAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSOS* . 100 NEGOCIOS .

DAYANE, S. (2005). *DISEÑO Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS EN INVESTIGACIÓN SOCIAL Y DE MERCADOS*. MADRID: PIRAMIDE.

EPETROECUADOR. (2012). *ESTUDIO DEL IMPACTO AMBIENTAL DE SHUSHUFINDI* . Obtenido de WWW.EPETROECUADOR.EC

FERRÉ JOSÉ, M. (2005). *LOS ESTUDIOS DE MERCADO*. MADRID: DIAS DE SANTOS.

GARCÍA JOSÉ, D. J. (MARZO 2006). *GUIA PARA ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIOS*. MEXICO.

HERMIDA J. (2006). *Marketing Personal*. madrid : Prentice Hall.

MALHOTRA NARESH. (2008). *INVESTIGACION DE MERCADOS QUINTA EDICION* . MEXICO.

MERMER, T. (s.f.). *LOCALIZACIÓN Y DISEÑO DE HOTELES Y COMPLEJOS TURISTICOS* . SUIZA : UICN, GLAND, SUIZA.

PIQUERAS, V. Y. (s.f.). *CALIDAD DE DISEÑO Y EFECTIVIDAD DE UN SISTEMA HOTELERO* . VALENCIA : PAPERS DE TURISME .

SALGUERO, G. P. (SEPTIEMBRE de 2012). *COMPOSICIÓN Y ESTRUCTURA DE LA HERPETOFAUNA EN LA PARROQUIA DE SHUSHUFINDI*. QUITO .

SHUSHUFINDI GAD. (2015). *ACTUALIZACION DEL PLAN DE DESARROLLO Y OREDENAMIENTO TERRITORIAL*. SHUSHUFINDI.

SHUSHUFINDI, G. (2012). *ORDENASAS USOS DE SUELOS*. SHUSHUFINDI: REGISTRO IFICIAL .

URBINA GABRIEL, B. (2006). *EVALUACION DE PROYECTOS CUARTA EDICION*. MEXICO.

VELÁZQUEZ, E. R. (ENERO de 2007). *DIAGNOSTICO SITUACIONAL* .

VILLARÁN KAREN, W. (s.f.). *PLAN DE NEGOCIOS, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. PERU: MEDIA CORP PERU.

### **Linkografía**

AMBIENTE, M. D. (s.f.). *AREAS PROTEGIDAS* . Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/>

DESARROLLO, S. -S. (25 de FEBRERO de 2014). *CANTÓN SHUSHUFINDI, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/2104\\_SHUSHUFINDI\\_SUCUMBIOS.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/2104_SHUSHUFINDI_SUCUMBIOS.pdf)

INEC. (DICIEMBRE de 2013). *ECUADOR EN CIFRAS* . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/poblacionydemografia>



## k ANEXOS

### Anexo N° 1 Encuesta

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Le rogamos un minuto de su tiempo para recopilar información necesaria para el desarrollo de un proyecto turístico. Agradecemos su colaboración.

**OBJETIVO:** Determinar si la implementación del complejo turístico la “MONTAÑITA” tendrá acogida en el Cantón Shushufindi, por parte de los habitantes y turistas que llegan a visitar la zona

EDAD\_\_\_\_\_ SEXO\_\_\_\_\_ OCUPACIÓN\_\_\_\_\_

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente las preguntas que se encuentran a continuación y ponga una (x) en la respuesta que usted considere de su elección.

**1. CUAL ES SU INGRESO MENSUAL:**

De 100 a 400 ( )

De 401 a 600 ( )

De 601 a 900 ( )

De 901 a 1200 ( )

MAS ( )

**2. ¿CONOCE USTED ALGÚN COMPLEJO TURÍSTICO RECREACIONAL EN LA ZONA?**

SI ( ) NO ( )

**3. ¿CUÁNTAS VECES VISITA ALGÚN TIPO DE COMPLEJO TURÍSTICO RECREACIONAL EN EL AÑO?**

De 1 a 2 ( )

De 3 a 6 ( )

De 7 a 10 ( )

Cuantas:.....

**4. ¿CÓMO CONSIDERA USTED EL SERVICIO OFERTADO POR LOS CENTROS TURÍSTICOS RECREACIONALES DE LA ZONA?**

Excelente ( )

Muy bueno ( )

Regular ( )

Malo ( )

POR

QUÉ.....

**5. ¿USTED ESTÁ DE ACUERDO CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NUEVO COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SHUSHUFINDI Y PORQUE?**

SI ( ) NO ( )

POR QUÉ.....

**6. ¿LA CREACIÓN DEL NUEVO COMPLEJO TURÍSTICO AFECTARÁ O BENEFICIARÁ A LA ECONOMÍA DE LA ZONA?**

AFECTA ( )

BENEFICIA ( )

**7. ¿QUÉ SERVICIOS DESEARÍA QUE BRINDE EL NUEVO COMPLEJO TURÍSTICO?**

Piscina ( ) Hospedaje ( ) Comedor ( ) Juegos infantiles ( ) Pista de baile

( ) Pesca deportiva ( ) Canchas deportivas ( ) Áreas de camping ( )

Hipódromo ( ) Otros.....

**8. LE GUSTARÍA QUE EL NUEVO COMPLEJO TURÍSTICO CUENTE CON INFORMACIÓN TURÍSTICA (i-TOUR) DE LA ZONA**

SI ( ) NO ( )

**9. ¿CREE NECESARIO CONTRATAR PERSONAL CAPACITADO DEL MISMO SECTOR?**

SI ( ) NO ( )

POR

QUÉ.....

**10. ¿ESTÁ DE ACUERDO QUE SE REALICEN PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO EN ESTE SECTOR?**

Totalmente de Acuerdo ( )

De acuerdo ( )

Poco de acuerdo ( )

En desacuerdo ( )

**Gracias por su colaboración.**

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**MINISTERIO DE TURISMO**

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**1. DATOS GENERALES**

**ENCUESTADOR:** Byron Ramón      **FICHA No.** 001  
**SUPERVISOR EVALUADOR:**      **FECHA:** 06/06/15  
**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Laguna de Limoncocha  
**PROPIETARIO:** Comunidad de Limoncocha  
**CATEGORÍA:** Sitios Naturales      **TIPO:** Costas Litorales      **SUBTIPO:** Playas

**2. UBICACIÓN      LATITUD: LONGITUD:**

**PROVINCIA:** Sucumbíos      **CANTÓN:** Shushufindi      **LOCALIDAD:** Limoncocha  
**CALLE:**.....      **NÚMERO:**.....  
**TRANSVERSAL:**.....

**3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO**

**NOMBRE DEL POBLADO:** Limoncocha      **DISTANCIA(km):**25 km  
**NOMBRE DEL POBLADO:** Limoncocha      **DISTANCIA(Km):**25 km

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

**ALTURA(m.s.n.m.):**211      **TEMPERATURA (°C):**25  
**PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA(cm<sup>3</sup>):** 3000



<p style="text-align: center;">C A L I D A R I S E C O</p>	<p style="text-align: center;">V A L O R I N T R O</p>	<p><b>Características.-</b></p> <p>Llamada antiguamente como Capucui. Se trata de un verdadero lago, formado por un viejo brazo del río Napo, cerrado hace cientos de años por tierras aluviales y recubiertas posteriormente por la vegetación hasta convertirse en selva impenetrable. Además de la laguna propiamente dicha, hay una más pequeña con las mismas características y otra llamada Yanacocha o Laguna Negra, por el color de sus aguas, que no es otro que el de las aguas de río Capucui.</p> <p>La Laguna de Limoncocha posee una extensión de 3.000 m. de largo por 1.500m. de ancho, el agua es de color café y posee una temperatura de 12° C. aproximadamente.</p> <p>El clima que rodeada este lugar es agradable, presenta temperatura que oscila entre los 25° C. como mínimo hasta los 30° C. como máximo. la temperatura del agua es de 12° C. aproximadamente.</p> <p><b>Flora.-</b></p> <p>Las zonas de vida de la laguna corresponde a Bosque húmedo tropical, en la misma que se distinguen formaciones vegetales, bosque siempre verde de tierras bajas, bosque siempre verde de tierras bajas inundadas por aguas negras y herbazal lacustre de tierras bajas, las mismas que son formaciones vegetales que alcanzan hasta 3 metros de altura y se encuentran alrededor de la laguna.</p> <p><b>Fauna.-</b></p> <p>La fauna está representada principalmente por los caimanes negros, existen en la zona también con un largo hasta de 6 metros boas, anacondas y un grupo de aves como el pato aguja, garceta grande, garza bueyera, entre otras especies. Plantas Nativas: El Montrichardia linifera y la cyperus odoratus, las especies más representativas de este tipo de formación vegetal</p>
--	--	--

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	<p><b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b></p> <p>En la laguna de Limoncocha se extiende un brazo de la misma que conlleva a una laguna que le llaman la laguna negra donde se dice que la persona que entra ya no puede salir ya que la laguna se cierra e impide que las canoas salgan la leyenda dice que en el fondo de esta laguna habitan animales míticos de gran tamaño que protegen una gran cantidad de oro</p>	<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN DETERIORO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <u>crecimiento de la población desordenadamente</u></p>										
	<b>E X T R Í N S E C O</b>	<p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b></p>	<p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>Nombre: _____</p> <p>Fecha de Declaración: _____</p> <p>Categoría: Patrimonio de la Humanidad</p> <p style="padding-left: 40px;">Patrimonio del Ecuador</p> <p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN DETERIORO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>PROCESO DE DETERIORO _____</p> <p>CAUSAS: <u>crecimiento de la población desordenadamente</u></p>										
<b>A P O Y O</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Estado de las vías</b>			<b>Transporte</b>	<b>Frecuencia</b>				<b>Temporalidad de acceso</b>		
			<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>		<b>Diar ia</b>	<b>Semanal</b>	<b>Mensu al</b>	<b>Eventual</b>	<b>Días al año</b>		
	<b>Terrestre</b>	Asfalto	X			Bus Automóvil 4x4	X					365	
		Lastrado	X				X					<b>Días del mes</b>	
		Empedrado						X				Culturales	Día de inicio:
		Sendero											Día de fin:
	<b>Acuático</b>	Marítimo									Naturales		
		Fluvial									Culturales	Día de inicio Día fin	
	<b>Aéreo</b>										Naturales	Cual quier día	
<p><b>Observaciones:</b> el ingreso a este lugar son cualquier día de la semana</p>													

<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>	
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Shushufindi, la victoria, la y, san oque, puerto provicencia	
<b>DESDE:</b> 06:00 <b>HASTA:</b> 22:00 <b>FRECUENCIA:</b> c/d 30 min <b>DISTANCIA:</b> 5Km	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>	
<b>AGUA</b>	
POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
<b>ENERGIA ELÉCTRICA</b>	
SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
<b>ALCANTARILLADO</b>	
RED PÚBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SEPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
PRECIO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
<b>Observaciones:</b> no hay pagar para ver el rio pero si hay que alquilar un medio de transporte para navegarlo	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>NOMBRE:</b> Puerto Providencia <b>DISTANCIA:</b> 2KM	
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b>	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos	

## FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

**PROVINCIA:** Sucumbíos

**FECHA:** 06/06/15

Nombre del atractivo	Calidad		Entor. Max	Esta. de Conser. Max	Acce. Max	Serv. Max	Acse. Con otros atractivos Max.	Significado				Sum	Jerar. 1-2-3-4
	Val. Inter Max	Val. Extr. Max						Loc. Max	Reg Max	Nac. Max	Inter. Max		
Laguna de Limoncocoha	15	15	10	10	10	10	5	2	4	7	12	75	III
	13	10	8	7	9	7	2	2	4	5	8		

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**  
**MINISTERIO DE TURISMO**

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**1. DATOS GENERALES**

**ENCUESTADOR:** Byron Ramón **FICHA No.** 002  
**SUPERVISOR EVALUADOR:** **FECHA:** 07/06/15  
**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Rio Napo  
**PROPIETARIO:** **CATEGORÍA:** Sitios Naturales **TIPO:** Ríos **SUBTIPO:** Ríos

**2. UBICACIÓN**

**LATITUD: LONGITUD:**

**PROVINCIA:** Sucumbíos **CANTÓN:** Shushufindi **LOCALIDAD:** Puerto Providencia  
**CALLE:**..... **NÚMERO:**.....  
**TRANSVERSAL:**.....

**3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO**

**NOMBRE DEL POBLADO:** Puerto Providencia **DISTANCIA(km):**1 km  
**NOMBRE DEL POBLADO:** **DISTANCIA(Km):**

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

**ALTURA(m.s.n.m.):**211 **TEMPERATURA (°C):**25  
**PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA(cm<sup>3</sup>):** 3000





<p style="text-align: center;">C A L I D A D S E C O</p>	<p style="text-align: center;">V A L O R I N T R I N S E C O</p>	<p><b>Características. -</b></p> <p>Las fuentes del río Napo nacen al pie del volcán Cotopaxi, y de los páramos y estribaciones montañosas orientales del Parque Nacional Llanganates la unión de los ríos Mulatos y el Verde yacu que forman el Jatunyacu (Río grande) y este a su vez se une con el río Anzu que desciende de la cordillera del Abitahua confluyen y forman el gran río Napo en la provincia de Napo, y discurre en su curso alto entre los angostos valles de la cordillera Oriental, primero en dirección este y luego sur. Tras romper la cordillera montañosa de los Andes Ecuatorianos se adentra en la gran llanura amazónica, pasando algo al sur de la ciudad de Tena, capital de la provincia de Napo, ya a menos de 600 msnm.</p> <p>Sigue el Napo en dirección este, cada vez más ancho, con un lecho arenoso en el que el canal es variable, con muchas islas en el cauce y playas en sus riberas. Pasa por Descanso y Dema, un tramo situado al sur de la Reserva Biológica Nacional de Limoncocha, un área protegida que preserva una zona de lago de 53 km<sup>2</sup> del antiguo curso del Napo. A partir de aquí llega un tramo en que él será el límite natural entre las provincias de Orellana, al sur, y Sucumbíos, al norte. En este tramo fronterizo alcanza las pequeñas localidades de Providencia, El Pilche, Añangu, El Retiro, San Roque, Tereré, Peñacocha, Eden, Turin, Zamona y Progreso, a partir de donde se adentra nuevamente en la provincia de Orellana, virando ligeramente cada vez más hacia el sureste.</p>
--	--	---

<b>V A L O R E S E C O</b>  <b>C A L I D A D</b>	<p><b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b></p> <p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b></p>	<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN DETERIORO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <u>crecimiento de la población desordenadamente</u></p> <p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>Nombre: _____</p> <p>Fecha de Declaración: _____</p> <p>Categoría: Patrimonio de la Humanidad</p> <p style="padding-left: 40px;">Patrimonio del Ecuador</p> <p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN DETERIORO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO</p> <p>CAUSAS: <u>crecimiento de la población desordenadamente</u></p>
--	--	--

<b>A P O Y O</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
	Tipo	Subtipo	Estado del as vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso		
			B	R	M		Diar ia	Semanal	Mensu al	Eventual	Días al año		
	Terrestre	Asfalto	X			Bus Automóvil 4x4	X					365	
		Lastrado	X				X					Días del mes	
		Empedrado					X					Culturales	Día de inicio:
		Sendero											Día de fin:
	Acuático	Marítimo										Naturales	
		Fluvial	X										
	Aéreo											Culturales	Día de inicio Día fin
											Naturales	Cual quier día	

**Observaciones:** el ingreso a este lugar son cualquier día de la semana

<b>A P O Y O</b>	<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>	
	<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Shushufindi, la victoria, la y, san oque, puerto provicencia	
	<b>DESDE:</b> 06:00 <b>HASTA:</b> 22:00 <b>FRECUENCIA:</b> c/d 30 min <b>DISTANCIA:</b> 35Km	
	<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>	
	<b>AGUA</b>	
	POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
<b>ENERGIA ELÉCTRICA</b>		
SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>		
<b>ALCANTARILLADO</b>		
RED PÚBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SEPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>		
PRECIO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>		
<b>Observaciones:</b> no hay pagar para ver el rio pero si hay que alquilar un medio de transporte para navegarlo		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>NOMBRE: DISTANCIA:</b>		
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b>		
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		

## FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

**PROVINCIA:** Sucumbíos

**FECHA:** 06/06/15

Nombre del atractivo	Calidad		Entor. Max	Esta. de Conser. Max	Acce. Max	Serv. Max	Acse. Con otros atractivos Max.	Significado				Sum	Jerar 1-2-3-4
	Val. Inter	Val. Extr.						Loc.	Reg	Nac.	Inter.		
Rio Napo	Max 15	Max 15	10	10	10	10	5	Max 2	Max 4	Max 7	Max 12		
	7	0	3	3	9	2	5	2	3	2	4	40	II

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**  
**MINISTERIO DE TURISMO**

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**1. DATOS GENERALES**

**ENCUESTADOR:** Byron Ramón **FICHA No.** 003  
**SUPERVISOR EVALUADOR:** **FECHA:** 08/06/15  
**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Cascada Lourdes  
**PROPIETARIO:** Privado  
**CATEGORÍA:** Sitios Naturales      **TIPO:** Ríos      **SUBTIPO:** Ríos

**2. UBICACIÓN**

**LATITUD: LONGITUD:**

**PROVINCIA:** Sucumbíos      **CANTÓN:** Shushufindi      **LOCALIDAD:** Puerto Providencia  
**CALLE:**..... **NÚMERO:**.....  
**TRANSVERSAL:**.....

**3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO**

**NOMBRE DEL POBLADO:** San Pedro **DISTANCIA (km):**1 km  
**NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA(Km):**

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

**ALTURA(m.s.n.m.):**211      **TEMPERATURA (°C):**25  
**PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA(cm<sup>3</sup>):** 3000



<p style="text-align: center;">C A L I D A D I N S E C O</p>	<p style="text-align: center;">V A L O R I N T R I N S E C O</p>	<p><b>Características. -</b></p> <p><b>Ubicación. -</b> Está ubicada, a una distancia de la ciudad de Shushufindi de, 45 minutos de viaje hasta la entrada de la vía principal, luego se toma por el margen derecho, 15 minutos de viaje, por este lugar cruza el río Conanbo en la cascada puede practicar la pesca y la natación puede disfrutar de un Hidro-masaje natural, ya que se puede llegar hasta la caída misma del agua, no cuenta con transporte público masivo, en taxi, puede ir a toda hora, se puede hacer turismo familiar.</p> <p><b>Características. -</b></p> <p>La cascada Lourdes es un área natural conservada por sus dueños para el disfrute de la sociedad</p> <p>Esta cascada tiene un alto de 7 metros y un ancho de 6 metros en la parte baja se forma una piscina natural por su caída</p> <p>Se pueden bañar en la cascada hay líneas de seguridad para que las personas puedan cogerse y poder adentrarse más hacia la cascada</p> <p><b>Flora</b></p> <p>Se puede observar una variedad de especies endémicas de la zona como arboles endémicos del sector y flores</p>
--	--	---

<b>V A L O R O R G A N I Z A D O</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>  <b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>  ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN DETERIORO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: <u>crecimiento de la población desordenadamente</u>
	<b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>  Nombre:  Fecha de Declaración: _____  Categoría: Patrimonio de la Humanidad  Patrimonio del Ecuador	<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>  ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN DETERIORO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO CAUSAS: <u>crecimiento de la población desordenadamente</u>

<b>A P O Y O</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
	Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso		
			B	R	M		Día ia	Semanal	Mensu al	Eventual	Días al año		
	Terrestre	Asfalto	X			Automóvil 4x4						365	
		Lastrado	X									Días del mes	
		Empedrado										Culturales	Día de inicio:
		Sendero											Día de fin:
	Acuático	Marítimo										Naturales	
		Fluvial										Culturales	Día de inicio Día fin
	Aéreo											Naturales	Cual quier día
<b>Observaciones:</b> el ingreso a este lugar son cualquier día de la semana													



**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**MINISTERIO DE TURISMO**

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

**1. DATOS GENERALES**

**ENCUESTADOR:** Byron Ramón **FICHA No.** 004  
**SUPERVISOR EVALUADOR:** **FECHA:** 09/06/15  
**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Pañacocho  
**PROPIETARIO:** la Comunidad  
**CATEGORÍA:** Sitios Naturales      **TIPO:** Ríos      **SUBTIPO:** Ríos

**2. UBICACIÓN      LATITUD: LONGITUD:**

**PROVINCIA:** Sucumbíos **CANTÓN:** Shushufindi      **LOCALIDAD:** Pañacocho  
**CALLE:**..... **NÚMERO:**.....  
**TRANSVERSAL:**.....

**3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO**

**NOMBRE DEL POBLADO:** Yasuny **DISTANCIA(km):**3 km  
**NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA(Km):**

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

**ALTURA(m.s.n.m.):**211      **TEMPERATURA(°C):**25      **PRECIPITACIÓN**  
**PLUVIOMÉTRICA(cm<sup>3</sup>):** 3000








<b>C A L I D A D I N S E C O</b>	<b>V A L O R</b>	<p><b>Características. -</b></p> <p><b>Ubicación. -</b> Es la parroquia que se encuentra al este del cantón Shushufindi, y cuenta con 1328 habitantes</p>
	<b>I N T E R I O R</b>	<p><b>Características. -</b></p> <p>Representa el 2.86% de la población total de Shushufindi, tiene una extensión territorial de 15000 hectáreas, no tiene acceso vehicular, a este lugar se llega vía fluvial por el río Napo, su población se compone en su mayoría de la nacionalidad indígena Quichua, y en menor cantidad de colonos.</p>
	<b>N O T A B L E</b>	<p><b>Lago De Pañacocha</b></p> <p>Para llegar al lago de Pañacocha, se necesita viajar desde Shushufindi a puerto Providencia, (puerto Shushufindi) con un tiempo de viaje de 2 horas 10 minutos en transporte terrestre, desde Shushufindi hasta puerto Providencia, y de 2 horas en vía fluvial por el Río Napo</p>

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  E X T R Í N S E C O</b>	<p><b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b></p> <p>Los habitantes cuentan que antes se veían pasar a la laguna de Pañacocha los delfines rosados y eso era un signo de abundancia para la pesca, pero en los últimos tiempos ya no se los ha observado unos dicen que por que las habitantes del sector los casaron y otros por las contaminaciones</p>	<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN DETERIORO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <u>crecimiento de la población desordenadamente</u></p> <p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>Nombre: _____</p> <p>Fecha de Declaración: _____</p> <p>Categoría: Patrimonio de la Humanidad</p> <p style="padding-left: 40px;">Patrimonio del Ecuador</p> <p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>EN DETERIORO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>EN PROCESO DE DETERIORO _____</p> <p>CAUSAS: <u>crecimiento de la población desordenadamente</u></p>																																																																																																																				
	<b>A P O Y O</b>	<p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b></p>	<p><b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Tipo</th> <th rowspan="2">Subtipo</th> <th colspan="3">Estado de las vías</th> <th rowspan="2">Transporte</th> <th colspan="4">Frecuencia</th> <th colspan="2">Temporalidad de acceso</th> </tr> <tr> <th>B</th> <th>R</th> <th>M</th> <th>Día ia</th> <th>Semanal</th> <th>Mensu al</th> <th>Eventual</th> <th colspan="2">Días al año</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">Terrestre</td> <td>Asfalto</td> <td></td><td></td><td></td> <td rowspan="4">Automóvil 4x4</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td colspan="2">365</td> </tr> <tr> <td>Lastrado</td> <td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td colspan="2">Días del mes</td> </tr> <tr> <td>Empedrado</td> <td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td>Culturales</td> <td>Día de inicio: Día de fin:</td> </tr> <tr> <td>Sendero</td> <td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td>Naturales</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Acuático</td> <td>Marítimo</td> <td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td>Culturales</td> <td>Día de inicio Día fin</td> </tr> <tr> <td>Fluvial</td> <td>X</td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td>Naturales</td> <td>Cual quier día</td> </tr> <tr> <td>Aéreo</td> <td></td> <td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Observaciones:</b> el ingreso a este lugar son cualquier día de la semana por vía fluvial</p>	Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso		B	R	M	Día ia	Semanal	Mensu al	Eventual	Días al año		Terrestre	Asfalto				Automóvil 4x4					365		Lastrado								Días del mes		Empedrado								Culturales	Día de inicio: Día de fin:	Sendero								Naturales		Acuático	Marítimo								Culturales	Día de inicio Día fin	Fluvial	X							Naturales	Cual quier día	Aéreo																															
Tipo	Subtipo	Estado de las vías				Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso																																																																																																												
		B	R	M	Día ia		Semanal	Mensu al	Eventual	Días al año																																																																																																													
Terrestre	Asfalto				Automóvil 4x4					365																																																																																																													
	Lastrado									Días del mes																																																																																																													
	Empedrado									Culturales	Día de inicio: Día de fin:																																																																																																												
	Sendero									Naturales																																																																																																													
Acuático	Marítimo								Culturales	Día de inicio Día fin																																																																																																													
	Fluvial	X							Naturales	Cual quier día																																																																																																													
Aéreo																																																																																																																							



## Anexo N° 6 Comunidad Siona

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL <b>FICHA DE INVENTARIO</b> <b>A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO</b>				<b>CÓDIGO</b>
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>				
<b>Provincia:</b> Sucumbíos		<b>Cantón:</b> Shushufindi		
<b>Parroquia:</b> Limoncocha		<input type="checkbox"/> Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural	
<b>Localidad:</b> Puerto providencia				
<b>Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este)</b>		<b>Y (Norte)</b>	<b>Z (Altitud) 211</b>	
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>				
				
<b>Descripción de la fotografía:</b> comunidad Siona vestida con ropa de fiestas				
<b>Código fotográfico:</b> 001				
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>				
<b>Denominación</b>		<b>Otra (s) denominación (es)</b>		
		D1		
		D2		
<b>Grupo social</b>		<b>Lengua (s)</b>		
Tukano occidental		Paicoca		
		L1		
		L2		
<b>Sub ámbito</b>		<b>Detalle del sub ámbito</b>		
<b>Breve reseña</b>				
<p>La etnia siona pertenece a la familia lingüística tukano occidental y se encuentra ubicada en el nororiente del Ecuador, cerca de Colombia. Mantiene hasta el presente ciertas formas itinerantes y dispersas de asentamiento en las riberas de los ríos. Actualmente, se encuentran vivenciando un proceso de agrupación alrededor de una infraestructura comunitaria</p>				
<b>4. DESCRIPCIÓN</b>				
<p>La influencia de las misiones religiosas y la migración provocada por ellas cambió el patrón de asentamiento indígena, de la forma dispersa a la nuclearización en aldeas.</p> <p>Con la alianza de los pueblos Siona y Secoya se conformó la Organización de la Nacionalidad Indígena Siona-Secoya del Ecuador, ONISSE. Últimamente las organizaciones se separaron y los Siona conformaron la Organización de la Nacionalidad Indígena Siona del Ecuador, ONISE, que agrupa a toda población y es miembro de la CONFENIAE y de la CONAIE.</p>				
<b>Fecha o período</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>		
Anual				
Continua				
Ocasional				
Otro				
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>		
Local				
Provincial				
Regional				
Nacional				
Internacional				
<b>Elementos</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>
E1				

	Herramientas	Tipo	Procedencia	Forma de adquisición		
H1						
<b>5. PORTADORES/SOPORTES</b>						
	<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Cargo, función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
	Individuos					
	Colectividades					
	Colectividades					
	Instituciones					
	<b>Procedencia del saber</b>	<b>Detalle de la procedencia</b>				
	Padres-hijos					
	Maestro-aprendiz					
	Centro capacitación					
	Otro					
	<b>Transmisión del saber</b>	<b>Detalle de la procedencia</b>				
	Padres-hijos	El "curaca" (chamán) tiene un papel importante en la vida de la comunidad y mediante el consumo ritual del yajé establece contacto con los cinco niveles del universo y sus colores. La salud, la caza, la pesca, el ciclo vital humano, el matrimonio y la seguridad de la comunidad dependen de las relaciones con los diferentes seres que habitan estos niveles.				
x	Maestro-aprendiz					
	Centro capacitación					
	Otro					
<b>6. VALORACIÓN</b>						
<b>Importancia para la comunidad</b>						
Este es uno de los personajes más importantes para las comunidades indígenas ya que son ellos los que guían o aconsejan a los miembros de la comunidad por motivo de ser los de más edad y por tener más conocimientos						
<b>Sensibilidad al cambio</b>						
x	Alta	La sensibilidad al cambio es alta ya que está constantemente en contacto con la sociedad y el modernismo y son vulnerables la aculturación				
	Media					
	Baja					
<b>7. INTERLOCUTORES</b>						
	<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>	
<b>8. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>						
	<b>Código/Nombre</b>	<b>Ámbito</b>	<b>Sub ámbito</b>	<b>Detalle del sub ámbito</b>		
<b>9. ANEXOS</b>						
	<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>		
<b>10. OBSERVACIONES</b>						
<b>11. DATOS DE CONTROL</b>						
<b>Entidad investigadora:</b>						
<b>Inventariado por:</b> Byron Ramón			<b>Fecha de inventario:</b> 10/06/15			
<b>Revisado por:</b> Ing.			<b>Fecha de revisión:</b> 07/10/2015			
<b>Aprobado por:</b>			<b>Fecha aprobación:</b>			
<b>Registro fotográfico:</b>						

## Anexo N° 7 Comunidad Secoya



GOBIERNO NACIONAL DE  
LA REPUBLICA DEL ECUADOR



CÓDIGO

007

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL  
DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL  
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

FICHA DE INVENTARIO  
A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y  
EL UNIVERSO

### 12. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Sucumbíos Cantón: Shushufindi  
Parroquia: Shushufindi Urbana  Rural   
Localidad: Vía la pantera  
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) Y (Norte) Z (Altitud) 211

### 13. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: vestimenta del shaman para ritos o fechas importantes

Código fotográfico: 002

### 14. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
	D1	
	D2	
Grupo social	Lengua (s)	
paicoca	L1	lengua secoya
	L2	
Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	

#### Breve reseña

Los aido pai o secoya son un etnia amerindia que habita en parte de la Amazonía ecuatoriana y peruana. En Ecuador habitan las riveras de los ríos Eno, Napo Aguarico y Cuyabeno, mientras que en Perú habitan las riveras de los ríos Yubineto, Yaricaya, Angusilla y Santa María

### 15. DESCRIPCIÓN

En paicoca (lengua secoya) el nombre étnico es Siekóya pai, que significa "gente del río de rayas". Debido a sus largas cabelleras, se los conocía como "los encabellados".


Fecha o período		Detalle de la periodicidad		
	Anual			
	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local			
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
	E1			
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
	H1			

### 16. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					

Colectividades					
Colectividades					
Instituciones					
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
	Padres-hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
x	Padres-hijos	Las mujeres sionas, secoyas y cofanes transforman las semillas multicolores que encuentran en el bosque en vistosos collares y pulseras que se unen con hilos de chambira, una planta del bosque. Para añadirle más color a sus creaciones usan alas de escarabajos verdes fosforescentes y pequeñas piedras encontradas en los ríos. Las ofertas de artesanías incluyen las lanzas y cuchillos negros hechos con chonta.			
x	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
<b>17. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia para la comunidad</b>					
Es muy importante para ellos ya que por medio de estas artesanías se diferencian de las demás comunidades además que les sirve para la venta y esto son ingresos para ellos					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
x	Alta	La sensibilidad al cambio es alta ya que está constantemente en contacto con la sociedad y el modernismo y son vulnerables la aculturación			
	Media				
	Baja				
<b>18. INTERLOCUTORES</b>					
<b>Apellidos y nombres</b>		<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
<b>19. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>					
<b>Código/Nombre</b>		<b>Ámbito</b>	<b>Sub ámbito</b>	<b>Detalle del sub ámbito</b>	
<b>20. ANEXOS</b>					
<b>Textos</b>		<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
<b>21. OBSERVACIONES</b>					
<b>22. DATOS DE CONTROL</b>					
<b>Entidad investigadora:</b>					
<b>Inventariado por:</b> Byron Ramón			<b>Fecha de inventario:</b> 10/06/15		
<b>Revisado por:</b>			<b>Fecha de revisión:</b> 06/10/2015		
<b>Aprobado por:</b>			<b>Fecha aprobación:</b>		
<b>Registro fotográfico:</b>					

Anexo N° 8 Formulario RUC 01- B


 <p><b>SRI</b> ...le hace bien al país!</p>		<p>REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS</p>		<p>INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO</p>		<p><b>ORIGINA L: SRI</b></p>					
		<p><b>FORMULARIO RUC 01-B</b></p>				<p><b>www.sri.g ob.ec</b></p>					
<p><b>A.- IDENTIFICACIÓN</b></p>											
01	RUC										
02	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL										
<p><b>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b></p>						<p><b>ESTABLECI MIENTO No.</b></p>					
03	<input type="checkbox"/> <b>PERTURA</b>		<i>Deberá llenar todos los campos - * No es necesario marcar con una X todas las secciones</i>								
	<input type="checkbox"/> <b>ACTUALIZACIÓN</b>		<i>Deberá marcar con una X la sección a actualizar y llenar la información</i>								
	<input type="checkbox"/> <b>CIERRE</b>		<i>Deberá llenar sólo la fecha de cese de actividades económicas (Campo 32)</i>								
<p><b>NOMBRE COMERCIAL</b></p>											
04	<input type="checkbox"/> <b>NOMBRE COMERCIAL</b>										
<p><b>DATOS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO</b></p>											
05	PROVINCIA			06	CA NT ÓN		07	PARR OQUI A			
08	CIUDADELA		09	BA RR IO		10	CA LL E	11	NÚ ME RO		
12	INTERSECCIÓN			13	MA NZ AN A	14	CONJ UNTO	15	BL OQUE		
16	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL			17	No. DE OFICIN A	18	No. DE PISO	19	CARR ETER O	20	K M
	<input type="checkbox"/> <b>CAMINO</b>			22	REFE RENC IA						
<p><b>MEDIOS DE CONTACTO DEL ESTABLECIMIENTO</b></p>											
23	TELÉFONO 1		24	TELÉ FONO		25	TELÉ FONO		26	F A X	
	<input type="checkbox"/> <b>CELULAR</b>		28	APARTAD O POSTAL		29	CORRE O ELECTR ÓNICO		30	SITI O WEB	
<p><b>FECHA DE INICIO / CESE / REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b></p>											
31	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS			FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS			FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS				
	d í a	m e s	a ñ o	d í a	m e s	a ñ o	d í a	m e s	a ñ o		
<p><b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)</b></p>											
<p><b>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b></p>						<p><b>ESTABLECI MIENTO No.</b></p>					



03	APERTURA	Deberá llenar todos los campos - * No es necesario marcar con una X todas las secciones										
	ACTUALIZACIÓN	Deberá marcar con una X la sección a actualizar y llenar la información										
	CIERRE	Deberá llenar sólo la fecha de cese de actividades económicas (Campo X)										
<b>NOMBRE COMERCIAL</b>												
04	<input type="checkbox"/> NOMBRE COMERCIAL											
<b>DATOS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO</b>												
05	PROVINCIA	06	CANTÓN	07	PARROQUIA							
08	CIUDADELA	09	BARRIO	10	CALLE	11	NÚMERO					
12	INTERSECCIÓN	13	MANZANA	14	CONJUNTO	15	BLOQUE					
16	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL	17	No. DE OFICINA	18	No. DE PISO	19	CARRTERO	20	K M			
21	CAMINO	22	REFERENCIA									
<b>MEDIOS DE CONTACTO DEL ESTABLECIMIENTO</b>												
23	TELÉFONO 1	24	TELÉFONO 2	25	TELÉFONO 3	26	FAX					
27	CELULAR	28	APARTADO POSTAL	29	CORREO ELECTRÓNICO	30	SITIO WEB					
<b>FECHA DE INICIO / CESE / REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>												
31	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS				FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS				FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS			
	d	m	a	a	d	m	a	d	m	a	a	
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)</b>												
<b>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>												
											<b>ESTABLECIMIENTO No.</b>	
03	APERTURA	Deberá llenar todos los campos - * No es necesario marcar con una X todas las secciones										
	ACTUALIZACIÓN	Deberá marcar con una X la sección a actualizar y llenar la información										
	CIERRE	Deberá llenar sólo la fecha de cese de actividades económicas (Campo X)										
<b>NOMBRE COMERCIAL</b>												
04	<input type="checkbox"/> NOMBRE COMERCIAL											
<b>DATOS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO</b>												
05	PROVINCIA	06	CANTÓN	07	PARROQUIA							
08	CIUDADELA	09	BARRIO	10	CALLE	11	NÚMERO					
12	INTERSECCIÓN	13	MANZANA	14	CONJUNTO	15	BLOQUE					
16	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL	17	No. DE OFICINA	18	No. DE PISO	19	CARRTERO	20	K M			
21	CAMINO	22	REFERENCIA									

										IA				
<b>MEDIOS DE CONTACTO DEL ESTABLECIMIENTO</b>														
23 TELÉFONO 1			24 TELÉFONO 2			25 TELÉFONO 3			26 FAX					
27 CELULAR			28 APARTADO POSTAL			29 CORREO ELECTRÓNICO			30 SITIO WEB					
<b>FECHA DE INICIO / CESE / REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>														
31 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS				32 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS				33 FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS						
d	m	a	d	m	a	d	m	a	d	m	a			
í	e	ñ	í	e	ñ	í	e	ñ	í	e	ñ			
a	s	o	a	s	o	a	s	o	a	s	o			
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)</b>														
El presente documento no puede ser presentado con tachones o enmendaduras, caso contrario debe ser reemplazado por un formulario nuevo									<b>FIRMAS DE RESPONSABILIDAD</b>					
<p><b>Nota:</b> Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).</p>				<p><b>AUTORIZACIÓN: Autorizo al señor/a</b></p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p><b>con cédula de identidad o ciudadanía, o pasaporte No.</b></p> <p>_____ ,</p> <p><b>para que realice la inscripción o actualización del RUC registrado en este formulario.</b></p>								<p><b>FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO</b></p>		

**Anexo N° 9 Formulario RUC 01-A**

 <p> <b>REPUBLICA DEL ECUADOR</b>  <b>MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS</b>  <b>SERVICIO DE REGISTROS INTERNOS</b>  <i>...le hace bien al país!</i>  <b>FORMULARIO RUC 01-A</b> </p>	<p> <b>INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO</b> </p>	<p><b>ORIGINAL: SRI</b></p>
		<p><b>www.sri.gov.ec</b></p>

**A.- IDENTIFICACIÓN**

01	RUC
02	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL
03	NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL

<p><b>Estimado Contribuyente, seleccione el trámite que va a realizar:</b></p>	
<p><b>INSCRIPCIÓN</b></p> <p>* Si el trámite corresponde a Inscripción deberá marcar con una X y llenar todo el formulario. * No es necesario marcar con una X todas las secciones</p>	<p><b>ACTUALIZACIÓN</b></p> <p>* Si el trámite corresponde a Actualización, deberá marcar con una X adicionalmente en cada sección cuya información requiera actualizar y llenar todos los campos de dicha sección.</p>

**B.- RAZÓN SOCIAL - NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL (De conformidad a lo señalado en la sección A.- IDENTIFICACIÓN)**  
Sólo marcar en caso de ACTUALIZACIÓN

**C.- DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD**

04	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES		
	d í a	m e s	a ñ o

**D.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD (distinto a Constitución, cuando corresponda)**

ORIGEN (Escoja una opción)

05	FUSIÓN	06	ESCISIÓN
----	--------	----	----------

**E.- DATOS DEL CONTADOR**

07	RUC CONTADOR	08	NOMBRE DEL CONTADOR
----	--------------	----	---------------------

**F.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL**

09	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL		
10	NACIONALIDAD	11	C.I., RUC O PASAPORTE
13	PROVINCIA	14	CANTÓN
15	PARROQUIA	16	CALLE
		12	TIPO DE VISA (EXTRANJERO)

1 7	NÚMERO	1 8	INTERSECCIÓN
1 9	REFERENCIA		
2 0	TELÉFONO (CELULAR O CONVENCIONAL)	2 1	CORREO ELECTRÓNICO

### G. - UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)

2 2	PROVINCIA	2 3	CANTÓN	2 4	PARRQUIA		
2 5	CIUDAD	2 6	BARRIO	2 7	CALLE	28	NÚMERO
2 9	INTERSECCIÓN	3 0	MANZANA	3 1	CONJUNTO	32	BLOQUE
3 3	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL	3 4	No. DE OFICINA	3 5	No. PISO	36	KM
3 7	CAMINO	3 8	CARRERO	3 9	REFERENCIA UBICACIÓN		

### H. - MEDIOS DE CONTACTO DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)

4 0	TELÉFONO 1	4 1	TELÉFONO 2	4 2	TELÉFONO 3	4 3	FAX
4 4	CELULAR	4 5	APARTADO POSTAL	4 6	CORREO ELECTRÓNICO	4 7	SITIO WEB

### I.- ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES O BENEFICIARIOS

CÉDULA / RUC / PASAPORTE	TIPO DE VISA	Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social	NACIONALIDAD	DOMICILIO TRIBUTARIO (PAÍS O CIUDAD)	% PARTICIPACIÓN
4 8					
4 9					
5 0					
5 1					
5 2					

### J.- ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)

### K.- ACTIVIDADES ECONÓMICAS ADICIONALES (MATRIZ) (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)

El presente documento no puede ser presentado con tachones o enmendaduras, caso contrario debe ser reemplazado por un formulario nuevo

### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

**Nota:** Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

**AUTORIZACIÓN:** Autorizo al señor/a

\_\_\_\_\_ con  
cédula de identidad o  
ciudadanía, o pasaporte No.

\_\_\_\_\_, para que realice la inscripción o actualización del RUC registrado en este formulario.

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

#	Contenido	Paginas
	CARATULA.....	i
	CERTIFICACIÓN .....	ii
	AUTORÍA.....	iii
	CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
A)	TÍTULO .....	1
B)	RESUMEN .....	2
	ABSTRACT.....	3
C)	INTRODUCCIÓN .....	4
D)	REVISIÓN DE LITERATURA .....	7
4.1	El Plan de Negocios .....	7
4.1.1	¿Qué es un plan de negocios? .....	7
4.1.2	El uso del plan de negocio .....	9
4.1.3	¿Cómo se redacta un plan de negocios? .....	9
4.1.4	Beneficios de un plan de negocios.....	11
4.1.5	Estudio de Mercado .....	12
4.1.6	Tipos de Estudios de Mercado.....	12
4.1.7	Fases de un Estudio de Mercado.....	14
4.1.8	Clasificación de la Investigación de Mercados.....	15
4.1.9	Estructura de Análisis .....	16
4.1.10	Ciclo de vida del producto .....	16
4.2	Complejo Turístico .....	20
4.2.1	Planificación .....	20
4.2.2	La construcción de complejos turísticos y la conservación del medio ambiente.....	21

4.2.3	La huella ecológica de los hoteles y complejos turísticos.....	22
4.3	Marco Legal .....	23
4.4	Marco Conceptual .....	24
E)	MATERIALES Y MÉTODOS .....	26
5.1	Materiales .....	26
5.2	Métodos .....	27
5.2.1	Ubicación del área de estudio.....	27
5.2.2	Ubicación Política .....	27
5.2.3	Ubicación Geográfica.....	28
5.3	Aspectos Biofísicos y Climáticos.....	30
5.3.1	Aspectos Biofísicos .....	30
5.3.2.	Aspectos Climáticos .....	35
5.4	Tipo de Investigación .....	37
5.5	Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio. ....	37
5.5.1	Recolección de la Información.....	38
5.5.2	Identificación del área del estudio.....	38
5.6	Elaborar el plan de Negocios para determinar la viabilidad del proyecto mediante el estudio de mercado .....	38
5.6.1	Análisis de la demanda.....	38
5.6.2	Elaboración e interpretación de encuestas.....	38
5.6.3	Estudio de mercado .....	38
5.6.4	Plan de negocios .....	39
5.7	Diseñar el complejo turístico para determinar la funcionalidad de sus diferentes áreas .....	39
5.7.1	Análisis técnico para el proyecto.....	39
5.7.2	Análisis organizacional de las áreas del complejo .....	39
5.7.3	Socializar el proyecto a los habitantes del Cantón .....	39
F)	RESULTADOS .....	41

6.1	Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio.....	41
6.1.1	Recolección de información .....	41
6.1.2	Identificación del área de estudio .....	42
6.1.3	Reseña Histórica .....	42
6.1.4	Diagnóstico Biofísico.....	43
6.1.5	Información Climática .....	46
6.1.6	Análisis Demográfico .....	46
6.1.7	Diagnóstico Económico .....	49
6.1.8	Áreas Protegidas .....	56
6.1.9	Atractivos Turísticos Naturales.....	59
6.1.10	Estadísticas Turísticas .....	59
6.2.	Elaborar el plan de Negocios para determinar la viabilidad del proyecto mediante un estudio de mercado.....	60
6.2.1	Análisis de la demanda .....	60
6.2.2	Elaboración e interpretación de las encuestas.....	61
6.2.3	Estudio de Mercado. ....	76
6.2.4	Demanda Potencial. ....	76
6.2.5	El Producto.....	78
6.2.6	Descripción de la actividad.....	78
6.2.7	Sector de la actividad .....	78
6.2.8	Ámbito Geográfico .....	79
6.2.9	Segmento de Mercado.....	79
6.2.10	Flujo gramas del proceso productivo.....	81
6.2.11	Aprovisionamiento para el restaurante .....	81
6.2.12	Aprovisionamiento para las áreas recreativas.....	82
6.2.13	FODA del complejo turístico la MONTAÑITA.....	82
6.2.14	Publicidad .....	82

6.2.15	Propuesta del plan de negocios .....	85
6.2.16	Oportunidad.....	85
6.2.17	Análisis del entorno y de la industria .....	89
6.2.18	Plan estratégico de la empresa.....	90
6.2.19	Plan de Recursos Humanos .....	94
6.2.20	Descripción de los puestos de trabajo .....	96
6.2.21	Análisis Financiero.....	103
6.3	Diseñar el complejo turístico para determinar la funcionalidad de sus diferentes áreas.....	121
6.3.1	Análisis Técnico para el del Proyecto .....	121
6.3.2	Análisis organizacional de las áreas del complejo .....	123
6.3.3	Registro para su funcionamiento.....	142
6.4.	Socializar el proyecto a los habitantes del cantón.....	146
G)	DISCUSION.....	150
7.1	Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio.....	150
7.2	Elaborar el plan de Negocios para determinar la viabilidad del proyecto mediante un estudio de mercado.....	150
7.3	Diseñar el complejo turístico para determinar la funcionalidad de sus diferentes áreas.....	151
7.3.1	Socializar el proyecto a los habitantes del cantón.....	152
H)	CONCLUSIONES.....	153
I)	RECOMENDACIONES .....	154
J)	BIBLIOGRAFÍA.....	155
K)	ANEXOS.....	157
	ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	185
	ÍNDICE DE TABLAS.....	190
	ÍNDICE DE CUADROS .....	192
	ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	194



ÍNDICE DE IMÁGENES .....	195
ÍNDICE DE MAPAS .....	196
ÍNDICE DE ANEXOS.....	197
ÍNDICE DE FOTOS .....	198

## ÍNDICE DE TABLAS

#	Contenido	Paginas
Tabla N° 1	Descripción de suelos .....	31
Tabla N° 2	Análisis comparativo de los usos de suelo.....	31
Tabla N° 3	Descripción de información climática .....	35
Tabla N° 4	Valores promedios multianuales de temperatura.....	36
Tabla N° 5	Valores promedios multianuales de precipitación .....	36
Tabla N° 6	Valores promedios multianuales de humedad relativa .....	36
Tabla N° 7	Valores promedios multianuales de nubosidad.....	36
Tabla N° 8	Análisis comparativo de los usos de suelo.....	43
Tabla N° 9	Descripción de recursos no renovables.....	44
Tabla N° 10	Ecosistemas y prioridad de conservación .....	45
Tabla N° 11	Descripción de información climática .....	46
Tabla N° 12	Tasa de crecimiento de la población. Cantón Shushufindi .....	47
Tabla N° 13	Densidad demográfica por parroquias .....	48
Tabla N° 14	Valor Agregado Bruto (VAB) por rama de actividad económica, Cantón Shushufindi.....	50
Tabla N° 15	Principales actividades productivas del territorio según participación en el VAB y por PEA ocupada .....	50
Tabla N° 16	Movimientos migratorios al Cantón Shushufindi .....	55
Tabla N° 17	Atractivos turísticos naturales.....	59
Tabla N° 18	Entrada de ecuatorianos y extranjeros, según Jefaturas de Migración.....	59
Tabla N° 19	Ingreso mensual .....	62
Tabla N° 20	¿Conoce usted algún complejo turístico recreacional en la zona? .....	63
Tabla N° 21	¿Cuántas veces visita algún tipo de complejo turístico recreacional en el año?.....	64
Tabla N° 22	¿Cómo considera usted el servicio ofertado por los centros turísticos recreacionales de la zona? .....	65

Tabla N° 23	¿Usted está de acuerdo con la implementación de un nuevo complejo turístico en el cantón Shushufindi y porque?.....	67
Tabla N° 24	¿La creación del nuevo complejo turístico afectará o beneficiará a la economía de la zona? .....	69
Tabla N° 25	¿Qué servicios desearía que brinde el nuevo complejo turístico? .....	70
Tabla N° 26	Le gustaría que el nuevo complejo turístico cuente con Información Turística (I-Tour) de la zona.....	72
Tabla N° 27	¿Cree necesario contratar personal capacitado del mismo sector?.....	73
Tabla N° 28	¿Está de acuerdo que se realicen proyectos de emprendimiento turístico en este sector?.....	75
Tabla N° 29	Costos de ingresos a los centros turísticos .....	77
Tabla N° 30	Costos de producción .....	103
Tabla N° 31	Presupuesto referencial construcción de la piscina semiolímpica.....	103
Tabla N° 32	Presupuesto referencial construcción de la piscina para niños....	104
Tabla N° 33	Presupuesto referencial construcción de la cancha de futbol .....	104
Tabla N° 34	Presupuesto referencial construcción de la cancha de boli .....	105
Tabla N° 35	Presupuesto referencial construcción área de camping .....	105
Tabla N° 36	Presupuesto Referencial Construcción del hipódromo.....	105
Tabla N° 37	Presupuesto referencial construcción de la pista de baile .....	106
Tabla N° 38	Presupuesto referencial construcción piscina de peces .....	107
Tabla N° 39	Presupuesto referencial construcción del restaurante.....	107
Tabla N° 40	Recirculación de agua en piscinas .....	127

## ÍNDICE DE CUADROS

#	Contenido	Paginas
Cuadro N° 1	Ríos del Cantón Shushufindi .....	30
Cuadro N° 2	Flora del Cantón Shushufindi. ....	32
Cuadro N° 3	Estructura de la Herpetofauna de la parroquia Shushufindi .....	33
Cuadro N° 4	Aves del Cantón Shushufindi.....	34
Cuadro N° 5	Reptiles del Cantón Shushufindi.....	34
Cuadro N° 6	Peses del Cantón Shushufindi.....	34
Cuadro N° 7	Mamíferos del Cantón Shushufindi .....	35
Cuadro N° 8	Recursos Naturales, su degradación contaminación y causas. ....	45
Cuadro N° 9	Patrimonio cultural e intangible Cantón Shushufindi.....	51
Cuadro N° 10	Infraestructura de la competencia .....	77
Cuadro N° 11	Productos que ofrece la competencia.....	77
Cuadro N° 12	Características de los productos.....	79
Cuadro N° 13	Diagrama del flujo para la utilización de las instalaciones.....	81
Cuadro N° 14	Diagrama de flujo para el servicio de restaurante.....	81
Cuadro N° 15	Aprovisionamiento para el restaurante .....	81
Cuadro N° 16	Aprovisionamiento para las áreas recreativas.....	82
Cuadro N° 17	FODA complejo la MONTAÑITA.....	82
Cuadro N° 18	Fortalezas y debilidades.....	89
Cuadro N° 19	Talento humano para el complejo turístico la “MONTAÑITA” ...	94
Cuadro N° 20	Descripción del cargo de administrador. ....	96
Cuadro N° 21	Descripción del cargo de Chef.....	97
Cuadro N° 22	Descripción del cargo de secretaria contadora.....	98
Cuadro N° 23	Descripción del cargo de Cocinero .....	99
Cuadro N° 24	Descripción del cargo de Mesero.....	100
Cuadro N° 25	Descripción del cargo de ayudante de cocina. ....	101
Cuadro N° 26	Descripción del cargo de mantenimiento.....	102
Cuadro N° 27	Presupuesto de inversión.....	108
Cuadro N° 28	Costos de servicio anual.....	108

Cuadro N° 29	Proyección de visitantes anual.....	109
Cuadro N° 30	Proyección de ingresos por servicios primer año.....	109
Cuadro N° 31	Presupuesto anual de egresos .....	110
Cuadro N° 32	Memoria de cálculo de costos .....	111
Cuadro N° 33	Costos de publicidad.....	111
Cuadro N° 34	Costos de operación.....	111
Cuadro N° 35	Proyección de costos del personal.....	112
Cuadro N° 36	Presupuesto anual de ingresos proyectados a 10 años.....	112
Cuadro N° 37	Estado de resultados a 10 años .....	113
Cuadro N° 38	Costos de depreciaciones.....	114
Cuadro N° 39	Flujo de efectivo a 10 años.....	114
Cuadro N° 40	Punto de equilibrio .....	115
Cuadro N° 41	Tabla de amortización .....	116
Cuadro N° 42	Periodo de Recuperación .....	119
Cuadro N° 43	Análisis de Rentabilidad (VAN, TIR, B/C).....	119
Cuadro N° 44	Diagrama del flujo para la utilización de la piscina .....	125
Cuadro N° 45	Diagrama del flujo para la utilización de la piscina de niños.....	128
Cuadro N° 46	Diagrama del flujo para la utilización de la cancha de fútbol .....	131
Cuadro N° 47	Diagrama del flujo para la utilización de la cancha de boli .....	132
Cuadro N° 48	Diagrama del flujo para la utilización del área de camping .....	134
Cuadro N° 49	Diagrama del flujo para la utilización del hipódromo.....	135
Cuadro N° 50	Diagrama del flujo para la utilización de la pista de baile .....	136
Cuadro N° 51	Diagrama del flujo para la utilización de la piscina de peces.....	137
Cuadro N° 52	Diagrama del flujo para la utilización del restaurante.....	138
Cuadro N° 53	Diagrama del flujo para la utilización del hospedaje .....	140
Cuadro N° 54	Costos del evento.....	148

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

#	Contenido	Paginas
Gráfico N° 1	Esquema de un plan de negocios .....	8
Gráfico N° 2	Clasificación de la Investigación de Mercados .....	15
Gráfico N° 3	Estructura de Análisis .....	16
Gráfico N° 4	Ciclo de vida de un producto .....	18
Gráfico N° 5	Análisis demográfico Cantón Shushufindi .....	47
Gráfico N° 6	Pirámide De Población .....	47
Gráfico N° 7	Ingresos mensuales .....	62
Gráfico N° 8	Conoce usted algún complejo turístico recreacional en la zona..	63
Gráfico N° 9	¿Cuántas veces visita algún tipo de complejo turístico .....	64
Gráfico N° 10	¿Cómo considera usted el servicio ofertado por los centros turísticos redreacionales de la zona? .....	65
Gráfico N° 11	Por Qué .....	66
Gráfico N° 12	¿Usted está de acuerdo con la implementación de un nuevo complejo turístico en el Cantón Shushufindi y porque? .....	67
Gráfico N° 13	Por Qué .....	68
Gráfico N° 14	¿La creación del nuevo complejo turístico afectará o beneficiará a la economía de la zona .....	69
Gráfico N° 15	¿Qué servicios desearía que brinde el nuevo complejo .....	70
Gráfico N° 16	Otros .....	71
Gráfico N° 17	Le Gustaría Que El Nuevo Complejo Turístico Cuento Con Información Turística (I-TOUR) de la zona.....	72
Gráfico N° 18	¿Cree necesario contratar personal capacitado del mismo sector.....	73
Gráfico N° 19	Por Qué .....	74
Gráfico N° 20	¿Está de acuerdo que se realicen proyectos de emprendimiento turístico en este sector .....	75
Gráfico N° 21	Organigrama Estructural.....	95
Gráfico N° 22	Organigrama Funcional .....	95

## ÍNDICE DE IMÁGENES

#	Contenido	Paginas
Imagen N° 1.	Área del terreno para el proyecto .....	123
Imagen N° 2.	Piscina semiolímpica detalles .....	124
Imagen N° 3.	Medidas piscina para niños .....	127
Imagen N° 4.	Medidas de una cancha de fútbol .....	130
Imagen N° 5.	Medidas de una cancha de boli .....	131
Imagen N° 6.	Área de Camping.....	133
Imagen N° 7.	Hipódromo .....	134
Imagen N° 8.	Pista de Baile.....	135
Imagen N° 9.	Piscina de Pescados.....	137
Imagen N° 10.	Restaurante .....	138
Imagen N° 11.	Área de hospedaje .....	140

## ÍNDICE DE MAPAS

#	Contenido	Paginas
Mapa N° 1.	Ubicación del área de estudio.....	27
Mapa N° 2.	Ubicación política .....	28
Mapa N° 3.	Ubicación geográfica.....	29
Mapa N° 4.	Cobertura y uso de suelo del Cantón Shushufindi 2008 y 2013 .....	44



## ÍNDICE DE ANEXOS

#	Contenido	Paginas
Anexo N° 1.	Encuesta.....	157
Anexo N° 2.	Laguna de Limoncocha .....	160
Anexo N° 3.	Rio Napo.....	164
Anexo N° 4.	Cascada Lourdes.....	168
Anexo N° 5.	Pañacocha .....	172
Anexo N° 6.	Comunidad Siona .....	176
Anexo N° 7.	Comunidad Secoya .....	178
Anexo N° 8.	Formulario RUC 01- B.....	180
Anexo N° 9.	Formulario RUC 01-A.....	183

## ÍNDICE DE FOTOS

#	Contenido	Paginas
	Foto N° 1 Terreno para el complejo turístico la “MONTAÑITA” a 500m de la vía a Lago Agrio.....	87