



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA.

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

“INGENIERA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA”

TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL COMPLEJO
TURÍSTICO-DEPORTIVO Y RECREATIVO ALDEBARÁN EN LA CIUDAD
DE RIOBAMBA”**

AUTORA: MARÍA BELÉN PONCE FRANCO

DIRECTOR: Dr. JOSÉ ÁLVAREZ ROMÁN Mgs.

Riobamba – Ecuador

2011

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO ESCRITO

Los miembros del tribunal, luego de haber receptado la Defensa de trabajo escrito, hemos determinado la siguiente calificación.

Para constancia de lo expuesto firman:

Msc. Silvia Aldaz

Firma

Dr. José Álvarez Román Mgs.

Firma

Ing. Víctor Velasco.

Firma

NOTA:------(SOBRE 10)

DERECHO DE AUTOR

Yo, María Belén Ponce Franco, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a mi esposo, mi familia y amigos quienes son la base fundamental en mi vida y me brindaron ayuda para llevar a cabo este importante proyecto.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud a Dios, a mis padres y a mi esposo que me han permitido la existencia y el llegar a finalizar la carrera, a los docentes que me han acompañado a lo largo del camino, brindándome siempre su orientación ético-profesional, especialmente mi tutor el Dr. José Álvarez Mgs. un agradecimiento personal a la Universidad Nacional de Chimborazo por haberme dado la oportunidad de ingresar a esta prestigiosa institución.

ÍNDICE DEL CONTENIDO

| | |
|---|-------|
| Portada | |
| Calificación del trabajo de grado escrito | i |
| Derechos de autoría | ii |
| Dedicatoria | iii |
| Agradecimiento | iv |
| Índice de contenido | v |
| Índice de tablas | xiv |
| Índice de gráficos | xvii |
| Resumen | xviii |
| Summary | xx |

CAPÍTULO I

| | | |
|-------|---|---|
| 1. | Problematización | 1 |
| 1.1 | Identificación y descripción del problema | 1 |
| 1.2 | Formulación del problema | 2 |
| 1.3 | Objetivos | 2 |
| 1.3.1 | Objetivo general | 2 |
| 1.3.2 | Objetivos específicos | 2 |
| 1.4 | Justificación | 3 |

CAPÍTULO II

| | | |
|--------|----------------------------------|----|
| 2. | Marco teórico | 4 |
| 2.1 | Antecedentes de la investigación | 4 |
| 2.2 | Fundamentación teórica | 6 |
| 2.2.1 | Estudio de mercado | 6 |
| 2.2.2 | La segmentación de los mercados | 6 |
| 2.2.3 | Demanda | 7 |
| 2.2.4 | Oferta | 7 |
| 2.2.5 | Precios | 7 |
| 2.2.6 | Canales de comercialización | 7 |
| 2.2.7 | Estudio técnico | 8 |
| 2.2.8 | Tamaño óptimo | 8 |
| 2.2.9 | Localización | 8 |
| 2.2.10 | Ingeniería | 8 |
| 2.2.11 | Estudio administrativo-legal | 9 |
| 2.2.12 | Estudio económico-financiero | 9 |
| 2.2.13 | Determinación de los costos | 9 |
| 2.2.14 | Costos de producción | 10 |
| 2.2.15 | Costos de administración | 10 |
| 2.2.16 | Inversión inicial | 10 |
| 2.2.17 | Depreciaciones y amortizaciones | 10 |
| 2.2.18 | Capital de trabajo | 10 |
| 2.2.19 | Evaluación de proyectos | 11 |
| 2.2.20 | Valor actual neto | 11 |

| | | |
|----------|---------------------------------|----|
| 2.2.21 | Tasa interna de retorno | 11 |
| 2.3 | Definición de términos básicos | 11 |
| 2.3.1 | Turismo | 11 |
| 2.3.2 | Organización Mundial de Turismo | 12 |
| 2.3.3 | Clasificación del turismo | 12 |
| 2.3.3.1 | Turismo emisor | 12 |
| 2.3.3.2 | Turismo receptor | 12 |
| 2.3.3.3 | Turismo interno | 12 |
| 2.3.3.4 | Turismo internacional | 12 |
| 2.3.3.5 | Turismo tradicional | 12 |
| 2.3.3.6 | Turismo alternativo | 12 |
| 2.3.4 | Recreación | 12 |
| 2.3.5 | Turista | 13 |
| 2.3.6 | Visitante | 13 |
| 2.3.7 | Pax | 13 |
| 2.3.8 | Alojamiento | 13 |
| | 3 | |
| 2.3.9 | Hospitalidad | 13 |
| 2.3.10 | Gasto turístico | 13 |
| 2.3.11 | Deporte | 13 |
| 2.3.12 | Clasificación de los deportes | 13 |
| 2.3.12.1 | Deporte recreativo | 13 |
| 2.3.12.2 | Deporte competitivo | 14 |
| 2.3.12.3 | Deporte educativo | 14 |
| 2.3.12.4 | Deporte de salud | 14 |

| | | |
|----------|-----------------------------|----|
| 2.3.12.5 | Aprendizaje deportivo | 14 |
| 2.3.13 | Profesionales | 14 |
| 2.3.14 | Instructores | 14 |
| 2.3.15 | Infraestructura turística | 14 |
| 2.3.16 | Residencias deportivas | 14 |
| 2.3.17 | Escuelas deportivas | 14 |
| 2.3.18 | Entrenamiento deportivo | 14 |
| 2.3.19 | Masificación deportiva | 15 |
| 2.3.20 | Espectáculos deportivos | 15 |
| 2.4 | Hipótesis | 15 |
| 2.5 | Identificación de variables | 16 |

CAPÍTULO III

| | | |
|-----|------------------------------------|----|
| 3. | Metodología | 17 |
| 3.1 | Tipo de estudio | 17 |
| 3.2 | Población y muestra | 17 |
| 3.3 | Procedimientos | 18 |
| 3.4 | Procesamientos y análisis de datos | 18 |
| 3.5 | Resultados | 19 |
| 3.6 | Conclusiones | 19 |

CAPÍTULO IV

| | | |
|-----|--------------|----|
| 4. | Propuesta | 20 |
| 4.1 | Introducción | 20 |

| | | |
|---------------|--|-----------|
| 4.2 | Descripción de la propuesta | 20 |
| 4.2.1. | Estudio de mercado | 21 |
| 4.2.1.1 | Objetivos | 21 |
| 4.2.1.1.1 | Objetivo General | 21 |
| 4.2.1.1.2 | Objetivo Específico | 21 |
| 4.2.1.2 | Proceso de investigación de mercado | 22 |
| 4.2.1.3 | Necesidades de información | 22 |
| 4.2.1.4 | Fuente de datos | 23 |
| 4.2.1.5 | Diseño de la Investigación y Formulario | 24 |
| 4.2.1.6 | Preparación y análisis de datos | 24 |
| 4.2.1.7 | Cronograma | 24 |
| 4.2.1.8 | Segmentación | 25 |
| 4.2.1.9 | Población y muestra | 25 |
| 4.2.1.10 | Presentación de resultados | 27 |
| 4.2.1.11 | Definición de los servicios | 43 |
| 4.2.1.12 | Análisis y proyección de la demanda | 44 |
| 4.2.1.12.1 | Análisis de la demanda | 44 |
| 4.2.1.12.2 | Análisis de la demanda de turistas y deportistas | 44 |
| 4.2.1.13 | Proyección de la demanda | 46 |
| 4.2.1.14 | Distribución geográfica del mercado de consumo | 48 |
| 4.2.1.15. | Análisis y proyección de la oferta | 49 |
| 4.2.1.15.1 | Análisis de la oferta | 49 |
| 4.2.1.16 | Proyección de la oferta | 50 |
| 4.2.1.17 | Análisis de la competencia | 56 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 4.2.1.17.1 | Identificación de la estrategia de la competencia | 56 |
| 4.2.1.17.2 | Fuerza y debilidades de la competencia | 56 |
| 4.2.1.17.3 | Variables que afectan a la competencia | 57 |
| 4.2.1.17 | Capacidad de atención de la competencia por año | 57 |
| 4.2.1.18 | Demanda Potencial Insatisfecha | 57 |
| 4.2.1.19 | Análisis de precios | 58 |
| 4.2.1.20 | Análisis de la comercialización | 62 |
| 4.2.1.21 | Canales de Distribución | 63 |
| 4.2.1.22 | Proceso para la venta de los servicios | 63 |
| 4.2.1.23 | Comunicación | 64 |
| 4.2.1.23.1 | Logotipo, nombre y slogan | 64 |
| 4.2.1.23.2 | Publicidad mediante cuñas de radio | 65 |
| 4.2.1.23.3 | Pautas en televisión | 65 |
| 4.2.1.23.4 | Página web | 65 |
| 4.2.1.23.5 | Gigantografías | 65 |
| 4.2.1.23.6 | Medios impresos | 65 |
| 4.2.2 | Estudio técnico | 66 |
| 4.2.2.1 | Objetivos del Estudio Técnico | 66 |
| 4.2.2.2 | Determinación del tamaño del proyecto | 66 |
| 4.2.2.3 | Factores que determinan el tamaño | 66 |
| 4.2.2.4 | Economía del tamaño | 73 |
| 4.2.2.5 | Tamaño óptimo | 73 |
| 4.2.2.6 | Localización del proyecto | 73 |
| 4.2.2.7 | Factores que influyen en la localización | 74 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 4.2.2.8 | Macro-localización | 75 |
| 4.2.2.9 | Micro-localización | 77 |
| 4.2.2.10 | Ingeniería del proyecto | 78 |
| 4.2.2.11 | Obras civiles e infraestructura | 79 |
| 4.2.2.12 | Descripción de los servicios | 79 |
| 4.2.2.13 | Descripción del proceso | 82 |
| 4.2.2.14 | Análisis de proceso de atención al cliente | 83 |
| 4.2.2.15 | Detalle del proceso | 83 |
| 4.2.2.16 | Requerimiento de equipos y materiales | 85 |
| 4.2.2.17 | Requerimiento de recursos humanos | 86 |
| 4.2.2.18 | Descripción de puestos de trabajo | 87 |
| 4.2.2.19 | Costos de proyecto | 87 |
| 4.2.2.20 | Costos pre-operativos | 90 |
| 4.2.3 | Estudio administrativo legal | 92 |
| 4.2.3.1 | Objetivos del estudio Administrativo-Legal | 92 |
| 4.2.3.2 | Aspectos Administrativos | 92 |
| 4.2.3.2.1 | La Organización | 92 |
| 4.2.3.2.2 | Departamentalización | 92 |
| 4.2.3.2.3 | Criterio para la departamentalización | 93 |
| 4.2.3.2.4 | Organigrama | 93 |
| 4.2.3.2.4.1 | Organigrama estructural por áreas | 94 |
| 4.2.3.2.5 | Descripción de las funciones | 94 |
| 4.2.3.2.6 | Pasos a seguir en la selección del personal | 104 |
| 4.2.3.3 | Aspecto Legal | 105 |
| 4.2.3.3.1 | Estatutos del Complejo | 105 |

| | | |
|-----------|---|-----|
| 4.2.3.3.2 | Trámites de puesta en marcha | 115 |
| 4.2.4 | Estudio económico financiero | 119 |
| 4.2.4.1 | Objetivo del Estudio Económico Financiero | 119 |
| 4.2.4.2 | Plan de Inversiones | 119 |
| 4.2.4.3 | Financiamiento | 121 |
| 4.2.4.3.1 | Amortización del crédito | 122 |
| 4.2.4.3.2 | Política de cobros y pagos | 123 |
| 4.2.4.3.3 | Condiciones de los activos fijos | 123 |
| 4.2.4.4 | Depreciaciones | 124 |
| 4.2.4.4.1 | Costos y gastos de depreciación y seguros | 125 |
| 4.2.4.4.2 | Depreciación | 126 |
| 4.2.4.5 | Ingresos | 126 |
| 4.2.4.5.1 | Preferencias de los turistas en nuestros servicios | 127 |
| 4.2.4.5.2 | Número de turistas que se espera durante la ejecución | 127 |
| 4.2.4.5.3 | Ventas del proyecto hasta el 2016 | 128 |
| 4.2.4.5.4 | Saldo de recuperación por ventas y cuentas por cobrar | 128 |
| 4.2.4.6 | Egresos | 129 |
| 4.2.4.6.1 | Costos de operación | 129 |
| 4.2.4.6.2 | Suministros y servicios | 130 |
| 4.2.4.6.3 | Sueldos y salarios | 131 |
| 4.2.4.6.4 | Otros gastos | 131 |
| 4.2.4.6.5 | Resumen de costos y gastos | 132 |
| 4.2.4.7 | Estados financieros | 133 |
| 4.2.4.7.1 | Estado de pérdidas y ganancias | 134 |

| | | |
|--------------|--|------------|
| 4.2.4.7.2 | Estado de pérdidas y ganancias consolidado | 135 |
| 4.2.4.7.3 | Flujo de caja | 136 |
| 4.2.4.7.4 | Resumen de flujo de caja | 138 |
| 4.2.4.7.5 | Balance General | 139 |
| 4.2.4.8 | Punto de equilibrio | 140 |
| 4.2.5 | Evaluación | 142 |
| 4.2.5.1 | Viabilidad del proyecto | 142 |
| 4.2.5.2 | Evaluación financiera | 142 |
| 4.2.5.2.1 | Valor actual neto | 143 |
| 4.2.5.2.2 | Tasa interna de retorno | 145 |
| 4.2.5.2.3 | Relación beneficio/costo | 146 |

CAPÍTULO V

| | |
|--------------------------------|-----|
| Conclusiones y recomendaciones | 149 |
| Conclusiones | 149 |
| Recomendaciones | 151 |
| Bibliografía | 152 |
| Linkografía | 153 |
| Anexos | 154 |

INDICE DE TABLAS

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabla N° 1 | Segmento de los turistas | 25 |
| Tabla N° 2 | Número de encuestas a aplicar | 26 |
| Tabla N° 3 | Sexo de los turistas | 27 |
| Tabla N° 4 | Edad de los turistas | 28 |
| Tabla N° 5 | Procedencia de los turistas | 29 |
| Tabla N° 6 | Procedencia de los turistas nacionales | 30 |
| Tabla N° 7 | Procedencia de los turistas extranjeros | 31 |
| Tabla N° 8 | Nivel de instrucción de los turistas | 32 |
| Tabla N° 9 | Cargos de los encuestados | 33 |
| Tabla N° 10 | Deporte que practican los turistas | 34 |
| Tabla N° 11 | Lugar donde practican deporte los turistas | 35 |
| Tabla N° 12 | Opinión de la ciudad donde funcionara el Complejo | 36 |
| Tabla N° 13 | Motivos de los turistas para visitar el Complejo | 37 |
| Tabla N° 14 | Servicios deseados por los turistas | 38 |
| Tabla N° 15 | Servicios deseados por los turistas en infraestructura | 39 |
| Tabla N° 16 | Calificación de la ubicación del Complejo | 40 |
| Tabla N° 17 | Frecuencia de visita de los turistas al Complejo | 41 |

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabla N° 18 | Medios de comunicación utilizados por turistas | 42 |
| Tabla N° 19 | Arribo de turistas y deportistas a la ciudad de Riobamba | 45 |
| Tabla N° 20 | Proyección de arribo de turistas a la ciudad de Riobamba | 46 |
| Tabla N° 21 | Proyección hasta el año 2016 de turistas y deportistas | 47 |
| Tabla N° 22 | Hosterías de la ciudad de Riobamba que atienden a turistas | 49 |
| Tabla N° 23 | Ecuación de proyección | 50 |
| Tabla N° 24 | Tabla de la proyección | 52 |
| Tabla N° 25 | Agencia de viajes zona norte Riobamba | 53 |
| Tabla N° 26 | Hostales zona norte Riobamba | 53 |
| Tabla N° 27 | Hostal residencia zona norte Riobamba | 54 |
| Tabla N° 28 | Hoteles zona norte Riobamba | 54 |
| Tabla N° 29 | Bares zona norte Riobamba | 54 |
| Tabla N° 30 | Fuentes de soda zona norte Riobamba | 55 |
| Tabla N° 31 | Restaurantes zona norte Riobamba | 55 |
| Tabla N° 32 | Recreación y diversión zona norte Riobamba | 55 |
| Tabla N° 33 | Casinos zona norte Riobamba | 56 |
| Tabla N° 34 | Salón de recepciones y banquetes zona norte Riobamba | 56 |
| Tabla N° 35 | Transporte turístico zona norte Riobamba | 56 |
| Tabla N° 36 | Determinación de la demanda insatisfecha | 58 |
| Tabla N° 37 | Análisis de precios de la competencia | 59 |
| Tabla N° 38 | Determinación de precios de los productos | 60 |
| Tabla N° 39 | Análisis comparativos del Complejo y competencia | 61 |
| Tabla N° 40 | Cuadro de inversiones en marketing | 62 |
| Tabla N° 41 | Determinación del tamaño en relación a la demanda | 67 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| Tabla N° 42 | Proveedores de insumos necesarios para el proyecto | 69 |
| Tabla N° 43 | Cuadro de inversión inicial de la empresa | 70 |
| Tabla N° 44 | Equipos necesarios para el complejo | 71 |
| Tabla N° 45 | Factores que determinan la rentabilidad por localización | 74 |
| Tabla N° 46 | Cuadro de inversión inicial de la empresa | 85 |
| Tabla N° 47 | Personal requerido para el proyecto | 86 |
| Tabla N° 48 | Costos del proyecto | 88 |
| Tabla N° 49 | Costos pre operativos | 90 |
| Tabla N° 50 | Costos en capital de trabajo | 91 |
| Tabla N° 51 | Participaciones de capital | 114 |
| Tabla N° 52 | Resumen plan de inversiones | 120 |
| Tabla N° 53 | Cálculo del punto de equilibrio | 140 |
| Tabla N° 54 | Valor actual neto | 144 |
| Tabla N° 55 | Tasa interna de retorno | 146 |
| Tabla N° 56 | Relación beneficio/costo | 148 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | | |
|---------------|--|----|
| Gráfico N° 1 | Sexo de los turistas | 27 |
| Gráfico N° 2 | Edad de los turistas | 28 |
| Gráfico N° 3 | Procedencia de los turistas | 29 |
| Gráfico N° 4 | Procedencia de los turistas nacionales | 30 |
| Gráfico N° 5 | Procedencia de los turistas extranjeros | 31 |
| Gráfico N° 6 | Nivel de instrucción de los turistas | 32 |
| Gráfico N° 7 | Cargos de los encuestados | 33 |
| Gráfico N° 8 | Deporte que practican los turistas | 34 |
| Gráfico N° 9 | Lugar donde practican deporte los turistas | 35 |
| Gráfico N° 10 | Opinión de la ciudad donde funcionara el Complejo | 36 |
| Gráfico N° 11 | Motivos de los turistas para visitar el Complejo | 37 |
| Gráfico N° 12 | Servicios deseados por los turistas | 38 |
| Gráfico N° 13 | Servicios deseados por los turistas en infraestructura | 39 |
| Gráfico N° 14 | Calificación de la ubicación del Complejo | 40 |

| | | |
|---------------|--|-----|
| Gráfico N° 15 | Frecuencia de visita de los turistas al Complejo | 41 |
| Gráfico N° 16 | Medios de comunicación utilizados por turistas | 42 |
| Gráfico N° 17 | Arribo de turistas a la ciudad de Riobamba | 45 |
| Gráfico N° 18 | Proyección hasta el año 2016 de turistas y deportistas | 48 |
| Gráfico N° 19 | Oferta de atractivos turísticos y culturales del Ecuador | 52 |
| Gráfico N° 20 | Punto de equilibrio | 141 |

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo determinar la factibilidad económica del Proyecto “Complejo Turístico Deportivo y Recreativo ALDEBARAN”, evaluando algunos elementos y parámetros importantes de este proyecto tales como el estudio de mercado, análisis técnico, diseños arquitectónicos y costos de construcción, requerimientos administrativos y legales, análisis económico y financiero.

La factibilidad del proyecto se respalda con los resultados obtenidos a través del análisis de la información y datos obtenidos de fuentes primarias como encuestas y complementadas con datos de fuentes secundarias como libros e instituciones vinculadas al el turismo y deporte.

En el primer capítulo se define la necesidad de un Complejo Turístico Deportivo y Recreativo en la ciudad de Riobamba para satisfacer la necesidad local, nacional y extranjera. Una vez identificado la necesidad, se plantean todos los objetivos para encontrar una solución que llene la brecha entre la oferta y la demanda justificando la creación de este proyecto.

En el segundo capítulo encontramos el marco teórico donde se describen los antecedentes de esta investigación, se definen términos importantes dentro de la actividad turística y deportiva, y finalmente se plantea la hipótesis y las variables a utilizar en este estudio.

El tercer capítulo, utilizando el método inductivo, se determina el tamaño del mercado y se define la cantidad y tipo de encuestas que se requieren para obtener una mejor visión de los servicios que el mercado requiere.

En el capítulo cuarto se desarrolla el estudio de mercado, segmentando la cantidad y tipos de turistas para luego determinar la demanda potencial insatisfecha. Luego, aplicando los resultados de la encuesta, se establece los servicios a ofertar, se fijan precios aceptables al mercado y se plantea un esquema de mercadeo y ventas. Se continua luego con un estudio técnico en donde determinan los servicios y el tamaño total de las instalaciones, poniendo atención a la capacidad adecuada de oferta. Se detalla la micro y macro-localización del complejo, evaluando su posible repercusión en la utilización de los servicios ofertados. La sección de ingeniería establece todas las áreas que se crearán en el proyecto para satisfacer las necesidades recreacionales, deportivas, hospedaje, descanso y alimentación de los turistas. Con las áreas de servicios establecidas, se procedió a la elaboración de planos arquitectónicos y obras civiles con sus respectivos costos presupuestarios.

El capítulo cuatro continua con el estudio administrativo y legal estableciendo la organización técnica y administrativa, definiendo funciones para cada área administrativa y empleados. También se elaboró los aspectos legales para garantizar el cumplimiento de todos los estatutos de la empresa y se determinó todos los trámites requeridos para que la empresa pueda entrar en funcionamiento.

Más adelante, en el capítulo cuatro, el estudio económico y financiero produjo datos muy importantes que ayudarán a la toma de decisiones presentes y futuras. Aquí se detalla el plan de inversión, el financiamiento, ingresos, egresos, amortizaciones, depreciaciones, y estados financieros requeridos para la operación rentable de la empresa.

Finalmente, el capítulo cuarto termina con la evaluación económica a través de los indicadores, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación Costo Beneficio, éstos determinan el valor real del dinero a través de tiempo para establecer la rentabilidad económica y la recuperación de la inversión en un determinado periodo.

SUMMARY

The objective of this study is to determine the economic feasibility of the ALDEBARAN PROJECT, a Tourist-Sports -Recreational-Resort. The feasibility will be determined through the evaluation of important Project elements and parameters such as market study, technical analysis, architectural designs and construction costs, administration and legal requirements, economical and financial analysis.

The project feasibility is backed with the analysis done to the information and data obtained from primary sources such as polls and complemented with data from secondary sources such as books and institutions related to tourism and sports.

The first chapter defines the need of a Tourist-Sports-Recreational-Resort in Riobamba city to satisfy the local, national and international needs. Once the need has been identified, it is proposed a set of objectives to find a solution to bridge the gap between supply and demand, justifying the creation of this Resort.

On the second chapter we find the theoretical frame where the background of this investigation is described. Important tourism and sports definitions are described before finally suggesting a theory and variables to be used on this study.

Using the Inductive Method, on the third chapter, it is determined the market size and the related quantity and type of polls required to obtain a good understanding of the services required by the market.

The fourth chapter develops the market study, segmenting the quantity and tourists types to determine the potential unsatisfied demand. Then, from the polls analysis, it is determined the different services and prices to be offered with a supporting marketing and sales scheme. It then continues with a technical study defining the different services and the facilities size, paying particular attention to optimum supply ability. It describes the location of the resort, evaluating its demand impact on the services offered. The engineering section establishes all the areas to be created in the Resort to satisfy the recreational, sportive, accommodation and food needs of the tourists. After the service areas were defined, architectural and infrastructure plans with the corresponding budgetary costs were developed.

The fourth chapter continues with an Administration and Legal study, establishing a technical and administration organization structure, defining key roles and responsibilities for each area and employee. Legal structure parameters and rules were also developed to guarantee observance and compliance of company policies. It was also determined all the steps and paperwork required to ensure the proper operation of the Resort.

Later, on chapter fourth, the economic and financial study produced important data that will help in present and future decision-making. The investing and financing plan is detailed, including income, outcome, depreciation, amortization, and financial statements required for the successful financial operation of the Company.

Finally, chapter fourth ends with the economic evaluation of the project using key indicators such as Net Present Value, Internal Rate of Return, and Benefit Cost Ratio, they determine the real value of money over time, this establish the economic viability and recovery of investment in a given period.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMATIZACIÓN

1.1 IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La ciudad de Riobamba tiene un alto flujo anual de turistas nacionales y extranjeros debido a varios factores importantes como su ubicación estratégica conectando el norte con el sur del país por medio de la vía Panamericana, conectando la Costa y el Oriente por intermedio de la vía Guayaquil-Riobamba y Riobamba-Pelileo-Baños-Puyo. Riobamba y sus alrededores ofrecen una gran variedad de atractivos turísticos para los amantes de la naturaleza, cultura y de los deportes de aventura. Sin embargo, hay un segmento del mercado local y visitante que no está siendo aprovechado por la falta de infraestructura adecuada que ofrezca una buena gama de servicios específicos para sus necesidades. Éste nicho de mercado, estimado en aproximadamente en 12.000 turistas deportivos consisten de andinistas, treckers, ciclistas de montaña, atletas que vienen a competir en Riobamba, atletas que requieren entrenamiento de altura en preparación para competencias de alto desempeño. Se debe también agregar que Riobamba como ciudad politécnica, universitaria y tecnológica cuenta con una población estudiantil de aproximadamente 50.000 ¹estudiantes de niveles superiores, los cuales requieren de áreas deportivas para recreación y entrenamiento.

Los deportistas que viajan a la ciudad de Riobamba buscan un lugar adecuado para alojarse, alimentarse y a su vez entrenarse, pero desafortunadamente nuestra ciudad no cuenta con un complejo turístico y deportivo que esté en capacidad de ofertar alojamiento, alimentación e instalaciones deportivas reglamentarias para realizar entrenamiento de altura por parte de delegaciones deportivas que buscan aclimatación a la altitud y entrenamiento para un alto rendimiento. El problema específico identificado es que ningún establecimiento de alojamiento en la ciudad de Riobamba cuenta con los requerimientos mínimos para alojar a deportistas y turistas que busquen actividades recreativas y deportivas con complejos adecuados especialmente para ello.

¹ www.asambleanacional.gov.ec

Debido a la deficiencia de hoteles con facilidades deportivas y recreativas se recomienda elaborar el presente proyecto “COMPLEJO TURÍSTICO-DEPORTIVO Y RECREATIVO ALDEBARAN” y comprobar su factibilidad económica.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera incide la falencia de infraestructura turística-deportivas-recreativas especializadas, en las actividades turísticas, deportivas y recreativas a nivel local, nacional e internacional?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 GENERAL

Disponer del proyecto de creación del Complejo Turístico-Deportivo y Recreativo “ALDEBARÁN” en la ciudad de Riobamba, a fin de poner al alcance de la población sus instalaciones para desarrollar las actividades turísticas-deportivas y recreativas.

1.3.2 ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial insatisfecha, los precios y canales de comercialización.
- Desarrollar un estudio técnico, que nos permita determinar la localización, el tamaño, estructura y organización de la infraestructura del proyecto.
- Efectuar un estudio administrativo y legal para organizar la implementación del proyecto y las operaciones comerciales del mismo.
- Efectuar un estudio económico-financiero a fin de determinar la inversión requerida, los costos operativos, los ingresos, egresos y flujo de caja.

- Realizar la evaluación del proyecto para determinar la rentabilidad y la factibilidad de poder implementar el mismo.

1.4 JUSTIFICACIÓN

En los últimos años el turismo se ha incrementado en Ecuador y uno de sus segmentos más prósperos es el turismo deportivo. Se ha comprobado que los deportistas al entrenar en la altura mejoran la capacidad de transportar oxígeno cuando compiten en el llano, ésta mejora se debe al aumento de la hemoglobina, aumento de glóbulos rojos y la densidad capilar, mejorando sus marcas. Para conseguir éstos objetivos la estancia se debe realizar a más de 2.500 m.s.n.m. Por la ubicación geográfica que se encuentra la ciudad de Riobamba y con una altura de 2.754 m.s.n.m, es adecuada para este tipo de entrenamiento de alto rendimiento competitivo, por lo tanto, se presta para la creación del Complejo Turístico-Deportivo y Recreativo, ya en ocasiones anteriores selecciones mundiales y olímpicas de voleibol, baloncesto y defensa personal de Cuba han realizado en nuestra ciudad entrenamientos de altura para el alto rendimiento con resultados satisfactorios y protagónicos, por lo que deducimos que la creación de este complejo cubrirá la demanda deportiva local, nacional e internacional, además de los servicios netamente turísticos que podría cubrir el complejo a delegaciones no deportivas.

Con la creación de este Complejo se pretende incrementar el flujo de las actividades turísticas-deportivas y recreativas, además brindará fuentes de trabajo y proyectará a la ciudad de Riobamba en el ámbito de estas actividades a nivel local, nacional e internacional. Por lo tanto los beneficiarios de este proyecto serán los inversionistas, la ciudadanía, el turismo y delegaciones deportivas locales, nacionales e internacionales.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El turismo en el Ecuador es una de las principales actividades que genera réditos económicos para el país, debido a que contribuyen de sobremanera con el desarrollo de los pueblos.

A la ciudad de Riobamba ingresan al año alrededor de 33.000 ² turistas nacionales así como extranjeros, un número considerable de deportistas que visitan la ciudad alrededor de 12.000 por año con motivos especiales que son el entrenamiento, acondicionamiento físico o eventos deportivos como las competiciones oficiales.

Tanto turistas como delegaciones deportivas de todas partes del mundo buscan un lugar ideal para alojarse, que pueda satisfacer sus necesidades y que ofrezca instalaciones adecuadas para realizar actividades recreativas y deportivas.

El servicio de alojamiento que posee la ciudad de Riobamba es limitado, existe un número reducido de establecimientos que posean áreas para realizar actividad física-recreativa, tenemos apenas 4 hosterías dentro del cantón Riobamba, las cuales son: Abraspungo, Bambú, El Toril y El Troje, las mismas no cumplen como espacios deportivos con medidas reglamentarias para el entrenamiento de alto rendimiento.

Revisando la situación de cada hostería antes mencionada se ha podido elaborar un análisis FODA, que permita ver la importancia de este estudio y el por qué del planteamiento de este proyecto.

Una vez realizado el análisis FODA, se puede enunciar como principales fortalezas la adecuada ubicación, atención al cliente y los espacios verdes que ofrecen a los turistas. Como debilidades se puede exponer que poseen bienes muebles e inmuebles desgastados y obsoletos, existen mínimos espacios de distracción, recreación y deportes, además ninguna cuenta con piscina semi-olímpica reglamentaria, así como también la poca promoción de cada establecimiento. Las hosterías que funcionan actualmente en la ciudad de Riobamba tienen la oportunidad de mejorar sus servicios e infraestructura para captar mayor demanda en turistas nacionales y extranjeros, posicionar de mejor manera su marca y servicio. Sin embargo se puede decir que dentro de las amenazas que

² Ministerio de Turismo

tienen todas las hosterías se encuentran el ingreso de competidores con servicios o productos iguales o similares con bajo precio, la crisis económica y política que puede afectar el flujo turístico en todo el país.

Tomando en cuenta las debilidades del análisis FODA, se puede apreciar claramente que la propuesta del presente proyecto es importante y necesaria.

En la ciudad de Riobamba existen instituciones como la Brigada Blindada Galápagos, la Federación Deportiva de Chimborazo que tienen sus propias instalaciones deportivas, pero carecen de un buen ambiente de alojamiento y alimentación para deportistas.

Selecciones deportivas internacionales buscan frecuentemente lugares geográficos como el de nuestra ciudad que está ubicada a 2.754 m.s.n.m para realizar sus entrenamientos de altura como requisito indispensable para lograr los resultados deportivos de alto rendimiento en sus competencias fundamentales.

Han realizado en nuestra ciudad entrenamientos de altura especialmente delegaciones deportivas de Cuba, las mismas que han participado en Campeonatos Mundiales y Olímpicos con relevante protagonismo.

Muchos clubes deportivos especialmente de la costa y el oriente ecuatoriano están dispuestos a realizar sus entrenamientos de altura en lugares como el de nuestra ciudad, lamentablemente las condiciones que se exigen sobre alojamiento, instalaciones deportivas, instalaciones recreativas para esta clase de posibles usuarios no son ofertados por los hoteles, hosterías y complejos deportivos existentes en la ciudad.

Con los antecedentes expuestos se considera muy importante, urgente, necesario y prioritario, realizar el proyecto de factibilidad para la creación del complejo turístico-deportivo y recreativo “ALDEBARÁN” en la ciudad de Riobamba, basado en el análisis de la oferta y demanda de establecimientos turísticos que ofrezcan alojamiento y a su vez instalaciones recreativas y deportivas.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Estudio de Mercado³:

El estudio o investigación de mercado de un producto o productos, es la compilación sistemática de los datos históricos y actuales de oferta y demanda de ese producto para un área determinada que permite estimar el comportamiento futuro de sus elementos básicos.

Otro concepto de la investigación de mercado es lo que se considera el arte de acumular, ordenar, clasificar, analizar, interpretar y organizar los datos, tanto cuantitativos como cualitativos o descriptivos, que se obtienen de fuentes directas e indirectas, ya sean internas o externas para ser utilizadas por la dirección de una negociación con objeto de aumentar las utilidades netas.

2.2.2 La segmentación de los mercados⁴.

La agrupación de los consumidores en conjuntos homogéneos constituye la segmentación de mercados. Cada conjunto puede ser seleccionado como un segmento objetivo.

La división del mercado en conjuntos homogéneos más pequeños, no puede realizarse de forma arbitraria, sino que dicha segmentación tiene que implicar la aparición de submercados con comportamientos comerciales diferentes para el producto en cuestión, y por lo tanto, con la posibilidad de aplicar una oferta comercial diferente, orientada de modo específico hacia las necesidades, intereses, deseos y preferencias de los consumidores que integran cada segmento.

2.2.3 Demanda⁵:

³ FERNANDEZ, Ricardo. Segmentación de Mercados. 2da edición, Ed. Thomson Learning. 2002

⁴ FERNANDEZ, Ricardo. Segmentación de Mercados. 2da edición, Ed. Thomson Learning. 2002

⁵ www.wikipedia.com

La demanda en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por un conjunto de consumidores en un momento determinado.

2.2.4 Oferta⁶:

Dentro del estudio de mercado, el concepto oferta y su análisis está íntimamente relacionado a la estructura del mercado de oferentes o competidores:

- ✓ Empresas públicas
- ✓ Empresas privadas
- ✓ Compañías nacionales
- ✓ Compañías multinacionales (transnacionales)
- ✓ Productos tradicionales o nuevos, con o sin marca y patente registrados
- ✓ Oferentes potenciales y de productos sucedáneos.

2.2.5 Precios⁷:

Es el valor de mercado de los bienes, medido en términos de lo que un comprador está dispuesto a dar para obtenerlos. ***Los precios son el principal mecanismo de ajuste de la oferta y la demanda***, ya que el precio de cualquier bien, en una economía de libre mercado, tiene que alcanzar el punto donde se equilibre la producción y el consumo: este precio de equilibrio refleja el punto donde concuerda lo que los productores pueden costear y lo que los consumidores están dispuestos a pagar. Por lo tanto, los precios determinarán qué y cuánto se produce, cómo se produce y quién puede comprarlo.

2.2.6 Canales de Comercialización⁸:

Consiste en la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerida, garantizando así unas ventas rentables. Para el responsable de este proceso, la comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión. El correcto

⁶ FERNANDEZ, Andrés. Política Económica. 4ta edición, Ed. Mc Graw Hill. 2006

⁷ FERNANDEZ, Andrés. Política Económica. 4ta edición, Ed. Mc Graw Hill. 2006

⁸ Microsoft Encarta 2009 Premium

emplazamiento del producto, en el momento adecuado, es relevante en grado sumo cuando se trata de bienes que están de moda, de bienes temporales, y de productos nuevos cuya tasa de venta es muy variable.

2.2.7 Estudio Técnico⁹:

El Estudio Técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del propio proyecto.

2.2.8 Tamaño Óptimo¹⁰:

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año, además existen otros indicadores, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra, o algún otro de sus efectos sobre la economía.

2.2.9 Localización¹¹:

La localización de una empresa pretende decidir el lugar adecuado para instalar una planta industrial, esto requiere tomar en consideración diversos y numerosos factores, todos ellos analizados desde varios puntos de vista: económico, social, ambiental, tecnológico y de mercado principalmente. El primero en desarrollar un modelo teórico que explicara la localización industrial fue el economista alemán Alfred Weber (1909), que basó su modelo en el factor distancia: una industria debe situarse donde sean mínimos los costos del transporte de materias primas y del producto final.

2.2.10 Ingeniería¹²:

Es un conjunto de procesos que se lleva a cabo en el diseño, producción y elaboración de productos y servicios, esto incluye:

- 1.- Evaluación técnica de las materias primas.
- 2.- Obtención de información técnica sobre productos, procesos y patentes.

⁹ BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta edición, Ed. Mc Graw Hill. 2003

¹⁰ BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta edición, Ed. Mc Graw Hill. 2003

¹¹ Microsoft Encarta 2009 Premium

¹² www.wikipedia.com 2009

- 3.- Selección del proceso productivo.
- 4.- Confirmación o adaptación técnica del proceso.
- 5.- Elaboración de diagramas de flujo.
- 6.- Planos de distribución de obras civiles e infraestructura.

2.2.11 Estudio Administrativo-Legal¹³:

En el aspecto administrativo se debe tomar las decisiones para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa con la finalidad de alcanzar sus objetivos. El proceso administrativo consta de:

- Planeación
- Organización
- Dirección
- Control

2.2.12 Estudio Económico Financiero¹⁴:

El estudio económico-financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en las etapas anteriores. Este estudio en especial comprende el monto de los recursos que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación.

2.2.13 Determinación de los costos¹⁵:

Parte muy importante para lograr el éxito en cualquier negocio, con ello podemos conocer a tiempo si el precio al que vendemos lo que producimos nos permite lograr beneficios, luego de cubrir todos los costos de funcionamiento de la empresa.

2.2.14 Costos de producción¹⁶:

¹³ Álvarez, José. Proyectos de Inversión. Ed. Freire. 2010

¹⁴ www.wikipedia.com 2009

¹⁵ BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta edición, Ed. Mc Graw Hill. 2003

Son el reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error en el costeo de producción generalmente es atribuido a errores de cálculo en el estudio técnico.

2.2.15 Costos de administración¹⁷:

En un sentido amplio no sólo significan los sueldos del gerente, contadores, etc., también deben incluirse los correspondientes cargos por amortización y depreciación.

2.2.16 Inversión inicial¹⁸:

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos y diferidos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. En la evaluación de proyectos se acostumbra presentar la lista de activos, anotando que se incluye en cada uno de ellos.

2.2.17 Depreciaciones y amortizaciones¹⁹:

Los dos términos tienen la misma connotación, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con su uso valen menos; en cambio las amortizaciones se aplican en los activos diferidos.

2.2.18 Capital de trabajo²⁰:

El capital de trabajo, también denominado capital corriente es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades a corto plazo.

2.2.19 Evaluación de Proyectos²¹:

La evaluación es la comparación de carácter económico que se efectúa entre las ventajas y desventajas que resultan de emplear ciertos factores productivos en la realización de un programa o de un proyecto de inversión.

¹⁶ BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta edición, Ed. Mc Graw Hill. 2003

¹⁷ BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta edición, Ed. Mc Graw Hill. 2003

¹⁸ BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta edición, Ed. Mc Graw Hill. 2003

¹⁹ BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta edición, Ed. Mc Graw Hill. 2003

²⁰ www.wikipedia.com

²¹ BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta edición, Ed. Mc Graw Hill. 2003

2.2.20 Valor Actual Neto. (VAN)²²:

Es la cantidad absoluta que resulta de deducir a la suma de ingresos netos actualizados, el total de inversiones actualizadas.

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Por otro lado si el VAN es mayor a 0, sin importar cuánto supere a cero ese valor, esto implica una ganancia extra.

2.2.21 Tasa Interna de Retorno. (TIR)²³:

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Estos Valores VAN o VPN son calculados a partir del flujo de caja o cash flow anual, trayendo todas las cantidades futuras -flujos negativos y positivos- al presente.

La Tasa Interna de Retorno es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que se lee a mayor TIR, mayor rentabilidad. Por esta razón, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

2.3.1 Turismo²⁴: Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo comprende “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

2.3.2 Organización Mundial de Turismo (OMT)²⁵:

²² BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta edición, Ed. Mc Graw Hill. 2003

²³ www.todoproductofinanciero.com

²⁴ www.wikipedia.com

²⁵ www.wikipedia.com

Es la principal organización internacional en el campo de viaje y turismo. Se fundó en 1975, tiene su base en Madrid, y su objetivo fundamental es prestar ayuda a los gobiernos en materia de planificación turística. Está conformada por casi 150 países.

2.3.3. La OMT, de la misma forma clasifica al turismo en:

2.3.3.1 Turismo Emisor: Se refiere a los residentes de un país que visitan otros países.

2.3.3.2 Turismo Receptor: Se refiere al realizado por los visitantes que llegan a un país en el que no son residentes.

2.3.3.3 Turismo Interno: Se refiere al realizado por los residentes de un país que visitan su propio país.

2.3.3.4 Turismo Internacional: Compuesto de Turismo Receptor y el Turismo Emisor.

2.3.3.5 Turismo Tradicional: Aquellos tipos de turismo realizados históricamente por los seres humanos, entre ellos merecen especial atención por la magnitud de los flujos el turismo de sol y playa, el turismo cultural, turismo religioso entre los más conocidos.

2.3.3.6 Turismo Alternativo: Nuevas formas de turismo se consolidan a inicios de la década de los 80, han sido generados por la nueva estructura social y formas de vida de la gente, entre otros tenemos (Ecoturismo, turismo rural, etnoturismo, agroturismo, turismo de aventura, científico).

2.3.4 Recreación.- Hace referencia a alquileres para libre utilización y actividades dirigidas.

2.3.5 Turista: Es aquella persona que viaja temporalmente fuera del lugar de residencia habitual con fines de esparcimiento, descanso, de interés cultural o cualquier otro propósito no lucrativo.

2.3.6 Visitante: Aquella persona que pese a haberse desplazado a un sitio diferente al de su lugar de residencia no pernocta en el destino visitado.

2.3.7 Pax: Abreviatura empleada para pasajero. Por extensión, cliente, huésped.

2.3.8 Alojamiento: son las empresas que facilitan el hospedaje con o sin otros servicios complementarios a cambio de un precio. Los establecimientos de alojamiento pueden ser hoteleros y extra hoteleros.

2.3.9 Hospitalidad: Industria que comprende establecimientos de hospedaje, y restaurantes que sirven a los huéspedes con cortesía y calidez.

2.3.10 Gasto Turístico: Gasto total por razón de todo el consumo realizado por el visitante durante su viaje y estancia en el punto de destino.

2.3.11 Deporte²⁶: es toda aquella actividad que se caracteriza por tener un conjunto de reglas y costumbres, a menudo asociadas a la competitividad, por lo general debe estar institucionalizado por federaciones, clubes que requieren de competición con uno mismo o con los demás y tener un conjunto de reglas perfectamente definidas. Como término solitario, el deporte se refiere normalmente a actividades en las cuales la capacidad física, pulmonar del competidor son la forma primordial para determinar el resultado, ganar o perder; por lo tanto, también se usa para incluir actividades donde otras capacidades externas o no directamente ligadas al físico del deportista son factores decisivos, como la agudeza mental o el equipamiento.

2.3.12. Clasificación de los Deportes ²⁷

2.3.12.1 El deporte recreativo: Es decir, aquel que es practicado por placer y diversión, sin ninguna intención de competir o superar a un adversario, únicamente por disfrute o goce.

2.3.12.2 Deporte competitivo: Es decir, aquel que es practicado con la intención de vencer a un adversario o de superarse uno mismo.

2.3.12.3 Deporte educativo: Es decir, aquel cuya pretensión fundamental es colaborar al desarrollo armónico y de potenciar los valores del individuo.

2.3.12.4 Deporte salud: Es decir, aquel cuyo objetivo fundamental es colaborar al desarrollo de una mejor calidad de vida, a través de la promoción de salud.

²⁶ TORRES, Miguel Ángel, Deporte para Todos. 1ra edición. 2007

²⁷ TORRES, Miguel Ángel, Deporte para todos. 1ra edición. 2007

2.3.12.5 Aprendizaje Deportivo: hace referencia a cursos y escuelas deportivas.

2.3.13 Profesionales: persona que por su actividad o formación teórica práctica especializada, determina su posibilidad de ejercer con eficiencia y eficacia un rol al servicio de la sociedad deportiva.

2.3.14 Instructores: Personas que por su formación académica y su actividad vinculada al deporte tienen la capacidad para estar al frente de grupos humanos dirigiendo las actividades de la cultura física y el entrenamiento deportivo.

2.3.15 Infraestructura Deportivas: escenarios administrativos, escenarios de enseñanza- aprendizaje deportivo para la competencia y escenarios ocio-recreativos que se encuentran dentro del Complejo Deportivo.

2.3.16 Residencias Deportivas: lugar y/o espacio físico con una arquitectura aplicada al deporte y a la pequeña instalación que cubra las necesidades de alojamiento, alimentación y recreación de las delegaciones deportivas

2.3.17 Escuelas Deportivas: lugar y/o instalación deportiva donde se imparten metodológicamente la enseñanza – aprendizaje de los fundamentos técnicos simples y complejos de las diferentes modalidades deportivas.

2.3.18 Entrenamiento Deportivo: se entiende por entrenamiento deportivo a la utilización por parte de instructores calificados de los medios, métodos e instrumentos que nos lleven a desarrollar las cualidades físicas, técnicas, tácticas, psicológicas y biológicas de los atletas a fin de llegar a la adquisición de la forma deportiva en el día "D" a la hora "H", para lograr el éxito deportivo.

2.3.19 Masificación Deportiva: A través de los campamentos vacacionales a fin de engrandecer sus cuadros y/o buscar talentos deportivos para las disciplinas deportivas.

2.3.20 Espectáculos Deportivos.- Actividad que permite la competición y el entretenimiento de los usuarios especialmente los fines de semana en las diferentes disciplinas deportivas.

2.4 HIPÓTESIS

Existe una demanda potencial insatisfecha de un complejo turístico, deportivo y recreativo, para realizar actividades turísticas, deportivas y recreativas, considerando que la ciudad de Riobamba no cuenta con un Complejo de éstas características que ofrezca esta gama de servicios y facilidades, suponemos que la creación de un complejo turístico, deportivo y recreativo, sería un proyecto rentable y sustentable a mediano y largo plazo porque podría complementar los servicios básicos de un hotel con una infraestructura deportiva y recreativa que pueda suplir la demanda de actividades turísticas, deportivas y recreativas, por parte de los turistas, deportistas nacionales e internacionales y de un gran número de habitantes de la localidad, que buscarían esta clase de infraestructura para ejercitarse, entrenarse o recrearse.

2.5 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

| CATEGORÍA | VARIABLE | INDICADOR |
|-----------|------------------|---|
| MERCADO | OFERTA Y DEMANDA | 25% DEMANDA INSATISFECHA |
| SEGMENTO | DEMOGRÁFICA | SEXO, EDAD, NIVEL DE EDUCACIÓN, CARGO. |
| | GEOGRÁFICA | PROCEDENCIA, |

| | | |
|---------------------------|---|---|
| | PSICOGRÁFICA CONDUCTUAL | PRÁCTICA DEPORTIVA ESTILO DE VIDA, CLASE SOCIAL. FRECUENCIA DE USO. |
| TÉCNICO | TAMAÑO LOCALIZACIÓN PROCESOS PRODUCTIVOS | 25% DEMANDA INSATISFECHA MACRO Y MICRO- LOCALIZACIÓN FLUJOGRAMA |
| ADMINISTRATIVO Y LEGAL | ESTRUCTURA ORGÁNICA LEGAL | ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONES ESTATUTOS, REQUISITOS Y TRÁMITES PUESTA EN MARCHA |
| ECONÓMICO FINACIERO | ESTADOS FINANCIEROS INGRESOS Y EGRESOS | BALANCE GENERAL, ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA |
| EVALUACIÓN | VAN TIR B/C | VAN > 1 TIR > TMR B/C > 1 |

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE ESTUDIO

La presente investigación, utilizará el método inductivo puesto que se partirá de la observación hasta llegar a la generalización, para conseguir los objetivos propuestos en la investigación se necesitará recolectar información de fuentes primarias mediante

encuestas, de esta manera dividiremos las encuestas para deportistas y turistas locales, nacionales y extranjeros. Además se buscará recolectar información de fuentes secundarias para corroborar los resultados que arrojen las encuestas.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra del proyecto, se va a tomar en cuenta el cuadro anterior donde se muestra el segmento de turistas que visitan la ciudad de Riobamba.

Utilizando los datos descritos en el anterior cuadro, se procede a determinar el tamaño de la muestra, para conocer el número de personas que se les va a aplicar la encuesta.

Fórmula:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{\frac{E^2(N-1)}{k^2} + p \cdot q}$$

$$n = \frac{(32610)(0.25)}{\frac{(0.05)^2(32610-1)}{(1.28)^2} + (0.25)}$$

$$n = \frac{8152.5}{(49.76) + (0.25)}$$

$$n = \frac{8152.5}{50,01}$$

$$n = 163$$

$$N = 32610$$

$$n = ?$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$E = 0.05 (5\%)$$

De donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

p= Probabilidad 1

q= Probabilidad 2

E= Error muestra

K= Coeficiente de correlación de error= 1.28 tomando en cuenta un nivel de confianza, $n/c = 80\%$.

Se aplicarán 163 encuestas repartidas entre deportistas, turistas nacionales y extranjeros según el porcentaje del segmento de mercado.

3.3 PROCEDIMIENTOS

Se buscará aplicar las encuestas de turistas locales, nacionales y extranjeros en hoteles, hosterías, terminales, centros turísticos y demás lugares que se consideren que exista afluencia turística. Para el segmento de deportistas, dirigentes y entrenadores se aplicará directamente las encuestas en escenarios y federaciones deportivas.

3.4 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Una vez recolectada la información necesaria se tomarán los resultados obtenidos de la encuesta para tabularlos mediante una base de datos, así se podrá apreciar de mejor manera la percepción que tiene el turista con respecto a los servicios que se van a ofertar.

3.5 RESULTADOS

Para presentar los resultados de los datos obtenidos mediante encuestas se construirán tablas y gráficos con sus respectivos análisis que permitan apreciar de mejor manera los porcentajes de personas que se inclinan por una u otra respuesta.

3.6 CONCLUSIONES

- Se determinó que el método que se ajusta de mejor manera a la presente investigación es el método inductivo.
- Con una demanda de 32.610 turistas hemos realizado el cálculo para el tamaño de la muestra del proyecto y determinamos que necesitarán aplicar un total de 163 encuestas.
- La información se recolectará mediante encuestas, aplicando a turistas locales, nacionales y extranjeros así como también, a deportistas, entrenadores y dirigentes.
- Los resultados se presentarán mediante tablas y gráficos como son barras, columnas, pastel o histogramas de frecuencia.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1 INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende dar un nuevo enfoque a las actividades turísticas con cierto direccionamiento a turistas que practican deportes constantemente que desean mejorar sus marcas realizando el entrenamiento en altura, mediante esto se busca determinar si el Complejo tendrá la aceptación por parte de turistas y deportistas simultáneamente.

El estudio de mercado permitirá conocer la demanda potencial insatisfecha a la cual pretendemos ofertar nuestros servicios, se fijará los precios de los servicios que serán ofertados y se determinará los canales de comercialización que se utilizarán para promocionar el Complejo.

Con el estudio técnico se realizará un análisis para determinar la localización, el tamaño, la tecnología y la ingeniería del proyecto, se conocerá quienes serán los posibles proveedores, los equipos y materiales que se necesitará para ponerlo en marcha.

El estudio administrativo-legal nos ayudará con la organización jurídica del Complejo, nos permitirá conocer la organización administrativa, los estatutos del complejo y los trámites de puesta en marcha.

El estudio económico financiero determinará la factibilidad y viabilidad económica del proyecto, el análisis económico determinará el monto de los recursos económicos necesarios para su realización, nos permitirá saber cual será el costo total para la operación del complejo y los ingresos totales, de esta manera se conocerá si el proyecto es factible o no.

La evaluación se la realiza para comparar los beneficios que genera el proyecto asociado a los fondos que provienen de créditos obtenidos de instituciones financieras, además de los gastos que representa la amortización de dichos créditos y sus intereses.

4.2 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Se ha comprobado que una práctica de actividad física, recreativa regular y moderada ayuda tanto a la salud física como psicológica, produce importantes modificaciones en la personalidad, tales como la estabilidad emocional, autoestima, extroversión, dando

una sensación de bienestar, optimismo, flexibilidad mental y para practicarlo se necesita de un lugar apropiado para ello. Es por esto que la idea central de este proyecto es brindar diferentes servicios como son: alojamiento, alimentación, recreación, alquiler de sala de convenciones, entrenamiento deportivo, alquiler de canchas deportivas a los turistas locales, nacionales y extranjeros en general, especialmente a deportistas que buscan entrenar en la altura para mejorar sus marcas, siendo esta también una respuesta a su requerimiento para la práctica deportiva competitiva de alto rendimiento, además se contribuirá con el desarrollo turístico de la masificación del deporte en la ciudad de Riobamba, la mejora de calidad de vida de sus habitantes, el crecimiento económico ya que se crearán fuentes de trabajo y por medio de competencias se atraerá mayor demanda de turistas que dejarán divisas en la ciudad de Riobamba.

4.2.1 ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1.1. OBJETIVOS

4.2.2.1.1 Objetivo General:

- Realizar un Estudio de Mercado para determinar la demanda potencial insatisfecha, la oferta, los precios y los canales de comercialización.

4.2.2.1.2 Objetivos Específicos:

- Dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no ser aceptado en el mercado.
- Recoger información mediante encuestas para determinar si los turistas utilizarán los servicios del Complejo Turístico-Deportivo-Recreativo en la ciudad de Riobamba.
- Conocer los canales de comercialización utilizados por empresas similares para la venta de sus servicios.

4.2.1.2 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Anualmente la ciudad de Riobamba recibe a miles de turistas nacionales y extranjeros, así como también a delegaciones deportivas de todas partes del mundo, que visitan nuestra ciudad por su ubicación geográfica para realizar su acondicionamiento físico y

entrenamientos respectivos para conseguir el rendimiento requerido en la alta competencia.

4.2.1.3 NECESIDADES DE INFORMACIÓN

La información que necesitamos filtrar a través de la encuestas es para saber si los servicios ofertados en nuestro complejo podrán satisfacer cien por ciento a nuestros futuros clientes, además de esta fuente sabremos cuales son las necesidades que tienen cada uno de ellos y así poder realizar modificaciones que se ajusten a las exigencias de nuestros clientes.

Variables que afectan la Demanda:

- Lugar de procedencia.
- Edad.
- Sexo.
- N° de clientes potenciales.
- Cantidad de turistas interesados
- Ingresos.
- Ocupación.
- Promedio de gastos.
- Tiempo de estadía.
- Compañía.
- Motivos de viaje.
- Tipos de servicio que busca.
- Medios de Información.
- Deportes que practica.
- Preferencias.
- Calidad del servicio.

Fuente:

La principal fuente para despejar las variables que afectan la Demanda será la ENCUESTA.

Variables que afectan la Oferta:

- Fortalezas
- Debilidades
- Dirección
- Teléfono

Fuente:

La principal fuente para despejar las variables que afectan la Oferta será la OBSERVACIÓN.

- Página web
- Dimensiones
- Capacidad instalada
- Servicio
- Precio
- Atención
- Costo
- Tecnología

4.2.1.4 FUENTES DE DATOS.

Fuentes Primarias: La principal fuente de la presente investigación será la encuesta, en este caso se requiere segmentar el mercado en dos partes, en deportistas y en turistas que visitan la ciudad de Riobamba.

Los puntos de recolección de datos estarán repartidos en puntos estratégicos donde puedan existir deportistas de alto nivel como puede ser la Federación Deportiva de Chimborazo y sus diversos puntos de entrenamiento.

Para recolectar información del segmento “turistas”, se aplicarán las encuestas en puntos de llegada de turistas como pueden ser hoteles, hosterías y centros turísticos de la provincia de Chimborazo.

Fuentes Secundarias: Además de las encuestas, también se necesitará información complementaria como estadísticas, datos históricos, libros y revistas que puedan contribuir con la investigación propuesta en el presente proyecto.

Los lugares de recolección de datos secundarios estarán en el Ministerio de Turismo, Regional Sierra Centro, las oficinas de la Federación Deportiva de Chimborazo y el ITur del Municipio de Riobamba.

4.2.1.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y FORMULARIO.

La información se obtendrá por medio de encuestas dirigidas a turistas, clubes locales, nacionales y extranjeros.

Para la creación de esta encuesta realizaremos una selección de preguntas que nos serán de utilidad para determinar la demanda que nuestro proyecto va a tener.

4.2.1.6 PREPARACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

Una vez recolectados los datos necesarios para la investigación se procederá al análisis, elaborando un informe para presentar los resultados que arrojan las encuestas aplicadas a nuestro mercado objetivo, para determinar las preferencias de los turistas y deportistas con respecto a los servicios que ofertará el complejo.

4.2.1.7 CRONOGRAMA

| <i>ACTIVIDADES</i> | | <i>Noviembre</i> | | <i>Diciembre</i> | | | |
|--------------------|---|------------------|----------|------------------|----------|----------|----------|
| | | <i>3</i> | <i>4</i> | <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> |
| 1 | Definición del Planteamiento del Problema | | | | | | |
| 2 | Desarrollo del planteamiento del problema (Objetivos) | | | | | | |
| 3 | Recopilación de información de fuentes secundarias | | | | | | |
| 4 | Trabajo de Campo (Aplicación de encuestas) | | | | | | |
| 5 | Definición de los servicios | | | | | | |
| 6 | Análisis y proyección de la demanda | | | | | | |
| 7 | Análisis y proyección de la oferta | | | | | | |
| 8 | Determinación de la Demanda Potencial Insatisfecha | | | | | | |
| 9 | Conclusiones | | | | | | |

4.2.1.8 SEGMENTACIÓN

El Complejo estará disponible a todo el público en general, pero en especial a delegaciones deportivas, entrenadores y deportistas, además de turistas nacionales y

extranjeros que busquen actividades físicas y recreativas como los que se ofertará en el Complejo.

Para ello se ha elaborado un segmento de mercado donde se detalla el número de deportistas, turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Riobamba, durante el año 2010.

Tabla N° 1
SEGMENTO DE LOS TURISTAS

| SEGMENTO | AÑO | TURISTAS | PORCENTAJE |
|----------------------|------|---------------|-------------|
| Turistas nacionales | 2010 | 3.510 | 11% |
| Turistas extranjeros | 2010 | 17.100 | 52% |
| Deportistas | 2010 | 12.000 | 37% |
| TOTAL | | 32.610 | 100% |

Fuente: Gerencia Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo, Federación Deportiva de Chimborazo, año 2010.

4.2.1.9 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra del proyecto, se va a tomar en cuenta el cuadro anterior donde se muestra el segmento de turistas que visitan la ciudad de Riobamba.

Utilizando los datos descritos en el anterior cuadro, se procede a determinar el tamaño de la muestra, para conocer el número de personas que se les va a aplicar la encuesta.

Fórmula:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{\frac{E^2(N-1)}{k^2} + p \cdot q}$$

$$n = \frac{(32610)(0.25)}{\frac{(0.05)^2(32610-1)}{(1.28)^2} + (0.25)}$$

Datos:

$$N = 32610$$

$$n = ?$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$E = 0.05 (5\%)$$

$$k = 1.28$$

$$n = \frac{8152.5}{(49.76) + (0.25)}$$

$$n = \frac{8152.5}{50.01}$$

$$n = 163$$

$$n = 163 \text{ encuestas}$$

De donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

p= Probabilidad 1

q= Probabilidad 2

E= Error muestra

K= Coeficiente de correlación de error, tomando en cuenta un nivel de confianza, *n/c = 80%*.

Se van a aplicar 163 encuestas repartidas entre deportistas, turistas nacionales y extranjeros según el porcentaje del segmento de mercado.

A continuación se presenta un cuadro que indica el número de encuestas que se va a aplicar según el segmento de mercado presentado anteriormente.

Tabla N° 2

NÚMERO DE ENCUESTAS A APLICAR

| SEGMENTO | TURISTAS | PORCENTAJE | MUESTRA |
|----------------------|-----------------|-------------------|----------------|
| Turistas nacionales | 3.510 | 11% | 18 |
| Turistas extranjeros | 17.100 | 52% | 85 |
| Deportistas | 12.000 | 37% | 60 |
| TOTAL | 32.610 | 100% | 163 |

Esto indica que debemos aplicar:

- 18 encuestas a turistas nacionales
- 85 encuestas a turistas extranjeros
- 60 encuestas a deportistas

4.2.1.10 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados que se presentan a continuación se los tabuló desde una base de datos en las que se agruparon las respuestas tomando en consideración las características que presentaba cada segmento, es así que la encuesta se elaboró formulando preguntas similares para todos los segmentos.

¿Sexo?

Tabla N° 3

SEXO DE LOS TURISTAS

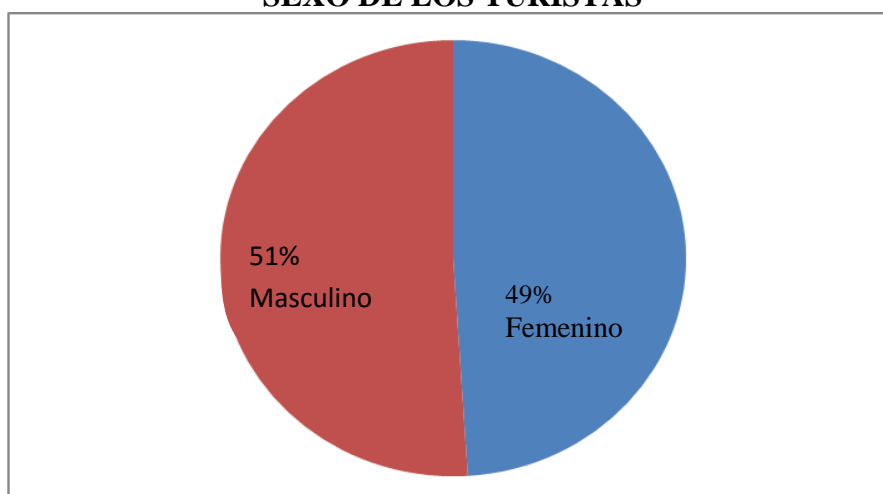
| SEXO | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------|-------------|-------------|
| FEMENINO | 80 | 49% |
| MASCULINO | 83 | 51% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce.

Gráfico N° 1

SEXO DE LOS TURISTAS



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: en la gráfica se aprecia una mínima diferencia entre ambos sexos femenino y masculino con un 2% de diferencia.

¿Cuál es su edad?

Tabla N° 4

EDAD DE LOS TURISTAS

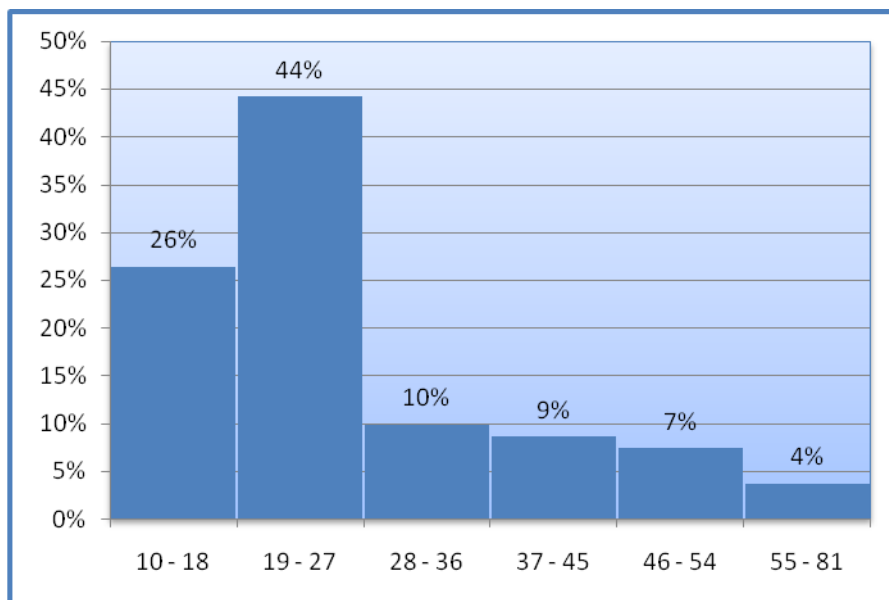
| EDAD | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------|-------------|-------------|
| 10 – 18 | 43 | 26% |
| 19 – 27 | 72 | 44% |
| 28 – 36 | 16 | 10% |
| 37 – 45 | 14 | 9% |
| 46 – 54 | 12 | 7% |
| 55 - 81 | 6 | 4% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 2

EDAD DE LOS TURISTAS



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: según los resultados de la encuesta las edades de 72 turistas oscilan entre 19 a 27 años representado con el 44% siendo el porcentaje más alto, 42 turistas son los más jóvenes entre 10 a 18 años de edad, 16 turistas tienen entre 28 a 36 años, 15 turistas encuestados entre 37 a 45 años, 11 turistas entre 46 a 54 años y 7 turistas con edades entre los 55 a 81 años.

¿Cuál es su procedencia?

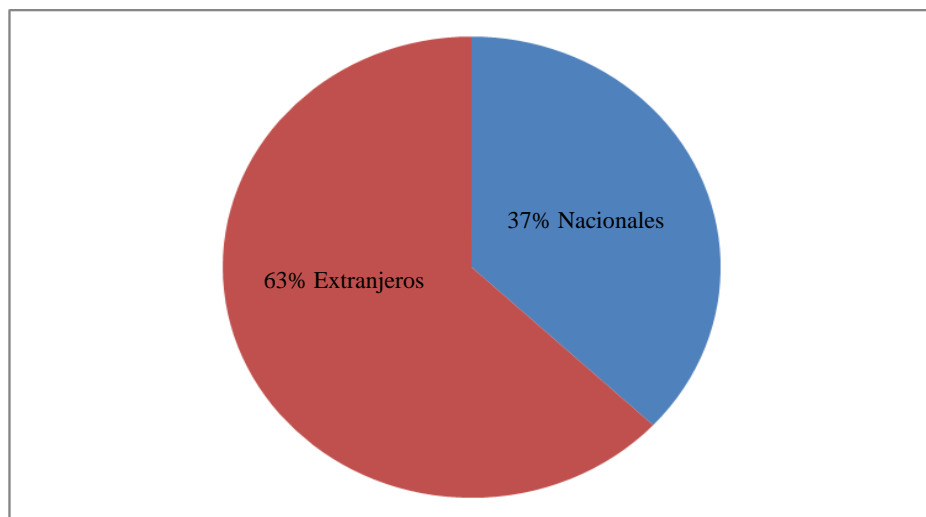
Tabla N° 5
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

| TURISTAS | NUMERO | PORCENTAJE |
|-------------|--------|------------|
| Nacionales | 60 | 37% |
| Extranjeros | 103 | 63% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 3
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: observamos que del 100% de turistas encuestados el 63% de turistas son extranjeros y el 37% son nacionales.

Tabla N° 6

PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS NACIONALES

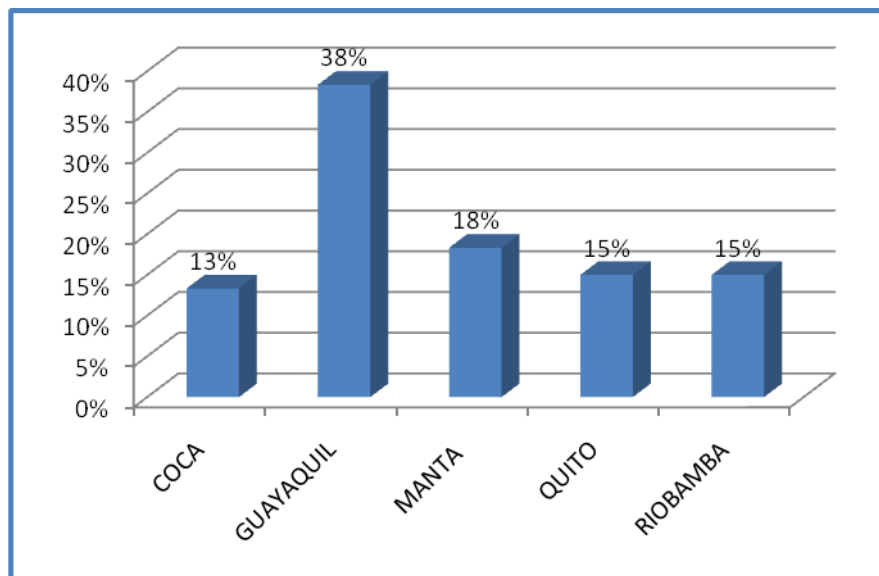
| PROCEDENCIA | TURISTAS | PORCENTAJE |
|--------------|-----------|-------------|
| COCA | 8 | 13% |
| GUAYAQUIL | 23 | 38% |
| MANTA | 11 | 18% |
| QUITO | 9 | 15% |
| RIOBAMBA | 9 | 15% |
| TOTAL | 60 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 4

PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS NACIONALES



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: apreciamos que los resultados de los turistas nacionales se dividen en 23 turistas procedentes de la ciudad de Guayaquil, 11 turistas son de la ciudad de Manta, 8 turistas proceden desde la ciudad del Coca y desde Quito y Riobamba tenemos 18 turistas.

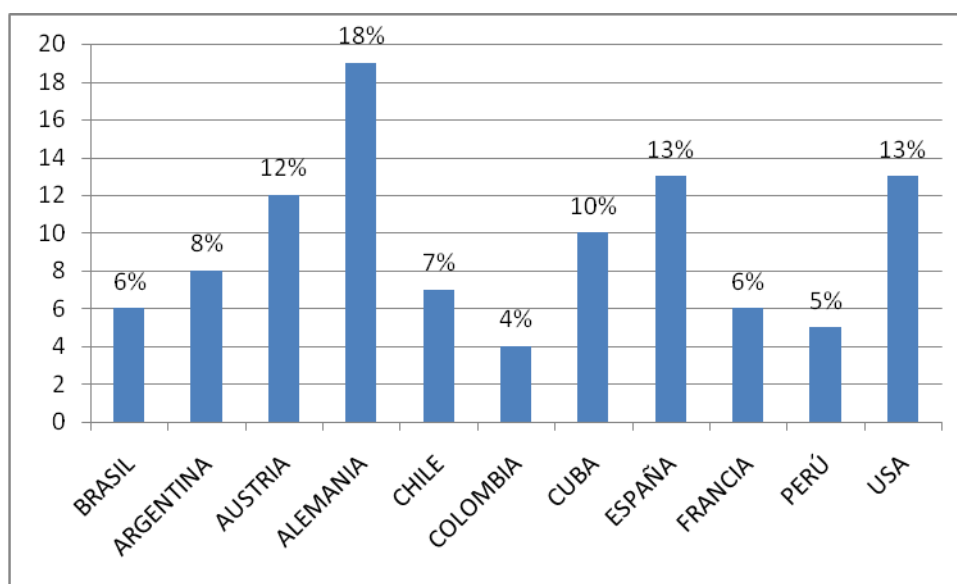
Tabla N° 7
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS

| PROCEDENCIA | TURISTAS | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| BRASIL | 6 | 6% |
| ARGENTINA | 8 | 8% |
| AUSTRIA | 12 | 12% |
| ALEMANIA | 19 | 18% |
| CHILE | 7 | 7% |
| COLOMBIA | 4 | 4% |
| CUBA | 10 | 10% |
| ESPAÑA | 13 | 13% |
| FRANCIA | 6 | 6% |
| PERÚ | 5 | 5% |
| USA | 13 | 13% |
| TOTAL | 103 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 5
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: el 18% de turistas extranjeros proceden desde Alemania, con un 12% turistas austriacos, con 13% turistas procedentes de España y Estados Unidos, Cuba con un 10% de turistas encuestados, 8% de turistas argentinos, 7% de turistas chilenos, turistas brasileros y franceses con un 6%, 5% de turistas peruanos y con menor porcentajes turistas colombianos.

¿Cuál es su nivel de instrucción?

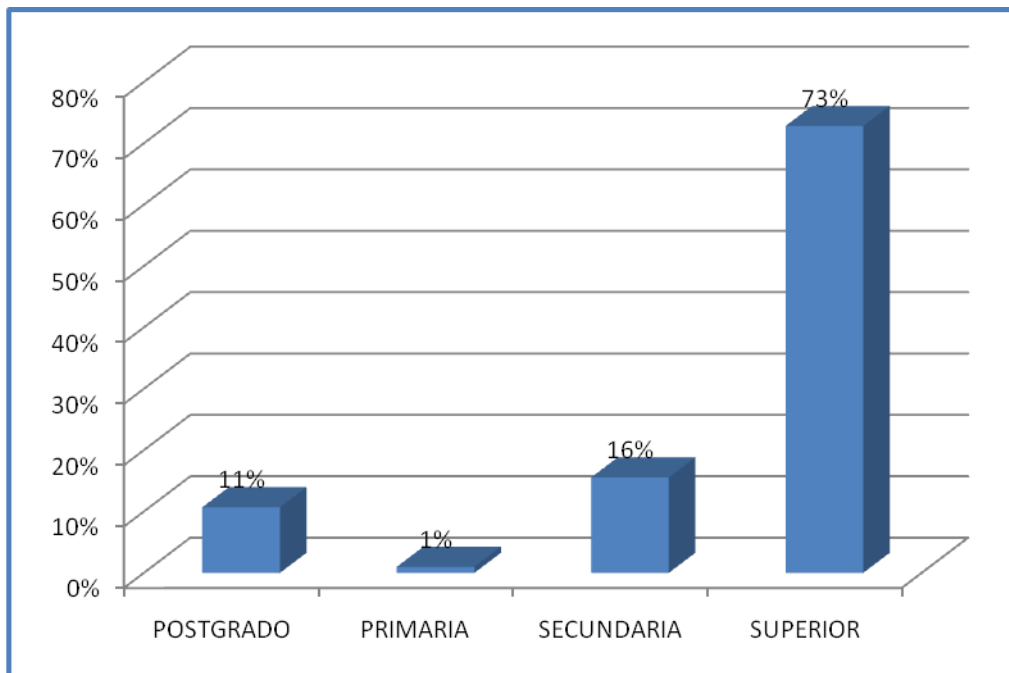
Tabla N° 8
NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS TURISTAS

| NIVEL DE INSTRUCCIÓN | TURISTAS | PORCENTAJE |
|----------------------|------------|-------------|
| POSTGRADO | 11 | 11% |
| PRIMARIA | 1 | 1% |
| SECUNDARIA | 16 | 16% |
| SUPERIOR | 75 | 73% |
| TOTAL | 103 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce.

Gráfico N° 6
NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS TURISTAS



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: 75 turistas tienen un nivel de instrucción superior, 16 turistas están cursando la secundaria, 11 turistas tienen un nivel de posgrado y una persona está cursando la primaria. Esto nos da una idea que la mayoría de los turistas son profesionales y tienen cierta capacidad económica para afrontar sus propios gastos.

¿Cuál es su cargo?

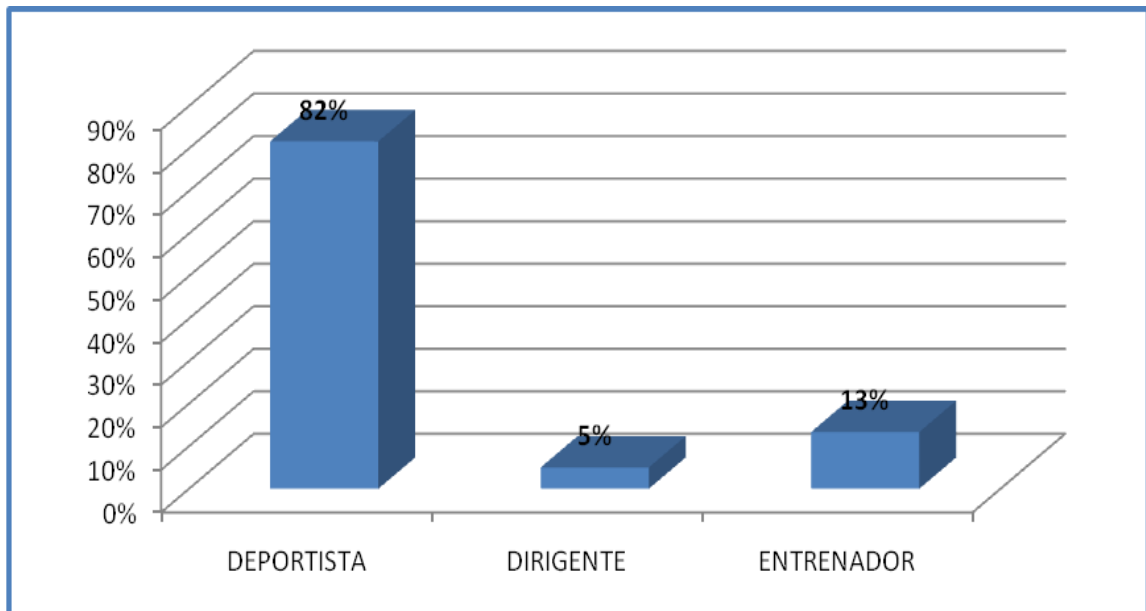
Tabla N° 9
CARGO DE LOS ENCUESTADOS

| CARGO | ENCUESTADO | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| DEPORTISTA | 49 | 82% |
| DIRIGENTE | 3 | 5% |
| ENTRENADOR | 8 | 13% |
| TOTAL | 60 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce.

Gráfico N° 7
CARGO DE LOS ENCUESTADOS



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: según los resultados de la encuesta 49 turistas son deportistas, 8 turistas son entrenadores y 3 turistas son dirigentes.

¿Qué deporte práctica usted?

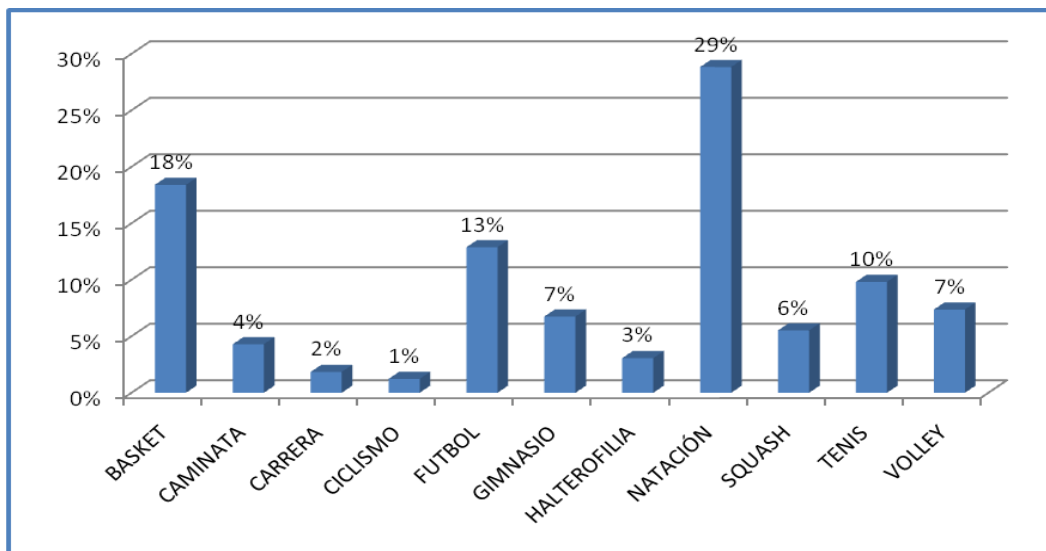
Tabla N° 10
DEPORTE QE PRACTICAN LOS TURISTAS

| DEPORTE | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------|-------------|-------------|
| BASKET | 30 | 18% |
| CAMINATA | 7 | 4% |
| CARRERA | 3 | 2% |
| CICLISMO | 2 | 1% |
| FUTBOL | 21 | 13% |
| GIMNASIO | 11 | 7% |
| HALTEROFILIA | 5 | 3% |
| NATACIÓN | 47 | 29% |
| SQUASH | 9 | 6% |
| TENIS | 16 | 10% |
| VOLLEY | 12 | 7% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 8
DEPORTE QE PRACTICAN LOS TURISTAS



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: podemos observar que el deporte que más practican nuestros turistas es la natación con un 29%, seguimos con el basket con un 18%, 13% futbol, tenis con un 10%, volley y gimnasio con una aceptación del 7%, squash con el 6%, caminata con 4%, halterofilia con un 3%, la carrera con el 2% y el ciclismos con el menor porcentaje 1%. De esta manera sabemos que los 6 deportes que tienen los porcentajes más altos tienen mayor aceptación.

¿Dónde realiza la práctica deportiva?

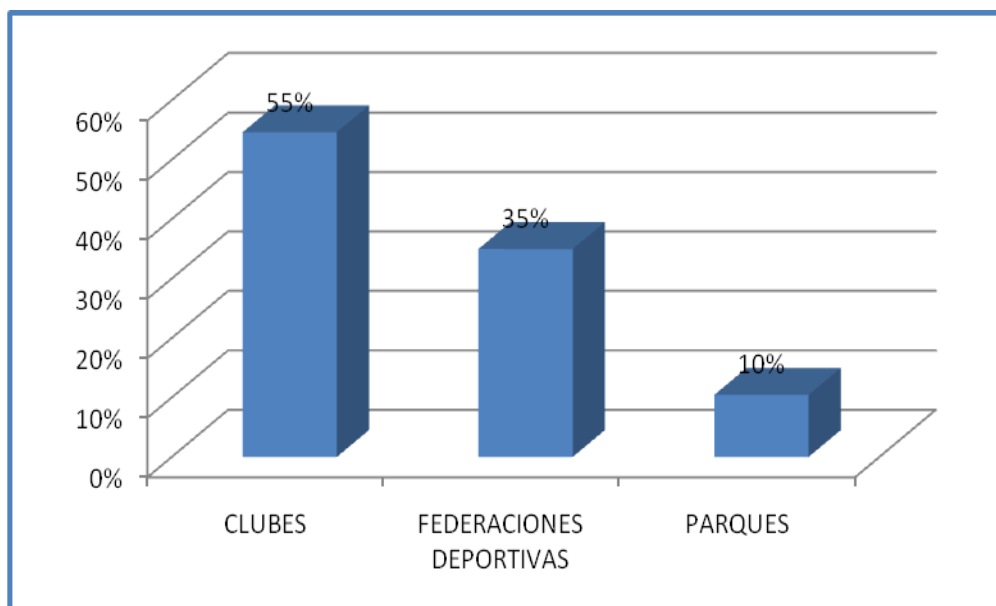
Tabla N° 11
LUGAR DONDE PRACTICAN DEPORTE LOS TURISTAS

| LUGAR | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|-------------------------|-------------|-------------|
| CLUBES | 89 | 55% |
| FEDERACIONES DEPORTIVAS | 57 | 35% |
| PARQUES | 17 | 10% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 9
LUGAR DONDE PRACTICAN DEPORTE LOS TURISTAS



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: observamos que el 55% de turistas prefieren practicar deporte en clubes, el 35% en federaciones deportivas y 10% en los parques.

¿Le gustaría que Riobamba sea la ciudad en dónde pueda realizar el entrenamiento de altura, sabiendo que existe un Complejo Deportivo que posee todo lo necesario para su práctica deportiva?

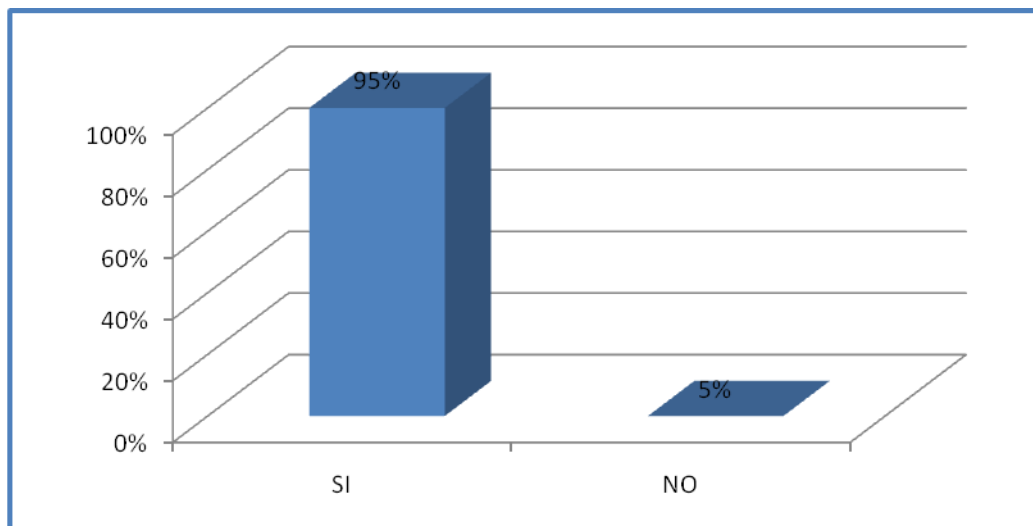
Tabla N° 12
OPINIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO A LA CIUDAD DONDE
FUNCIONARÁ EL COMPLEJO

| OPCIÓN | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------|-------------|-------------|
| SI | 155 | 95% |
| NO | 8 | 5% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 10
OPINIÓN DE LOS TURISTAS RESPECTO A LA CIUDAD DONDE
FUNCIONARÁ EL COMPLEJO



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: según la encuesta, los turistas muestran satisfacción por la ubicación del complejo con un 95% de aceptación.

¿Qué le motivaría visitar este lugar?

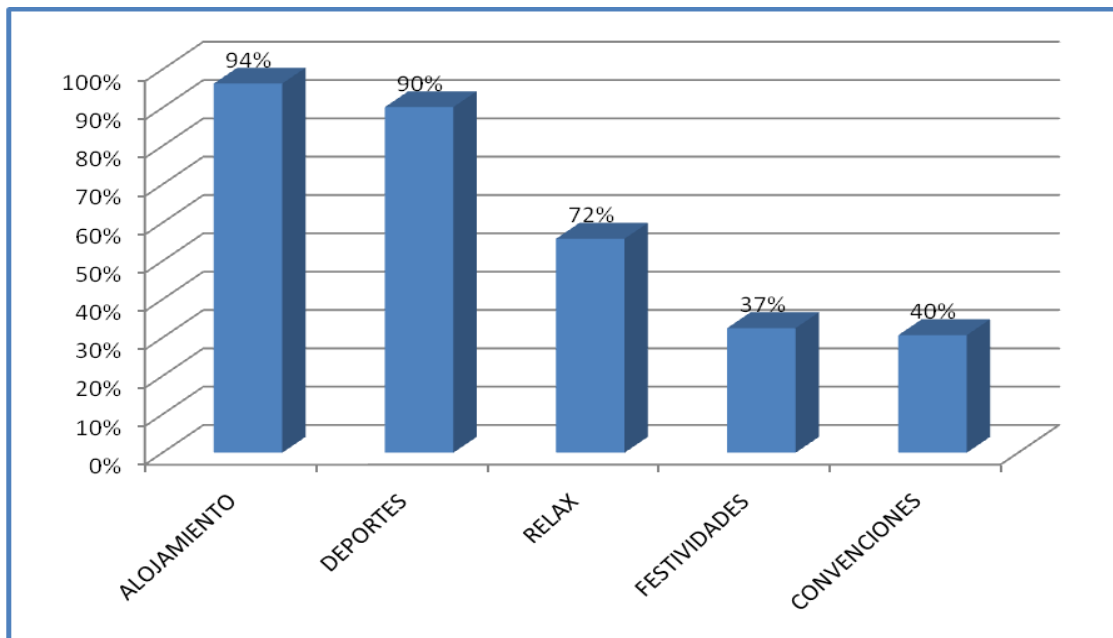
Tabla N° 13
MOTIVOS DE LOS TURISTAS PARA VISITAR EL COMPLEJO

| MOTIVOS | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------|-------------|-------------|
| ALOJAMIENTO | 157 | 94% |
| DEPORTES | 147 | 90% |
| RELAX | 91 | 72% |
| FESTIVIDADES | 53 | 37% |
| CONVENCIONES | 50 | 40% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 11
MOTIVOS DE LOS TURISTAS PARA VISITAR EL COMPLEJO



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: al 94% de los turistas les motiva visitar el complejo por el servicio de alojamiento, al 90% de turistas por deportes, al 72% de turistas por relax, al 37% de turistas por festividades y al 40% de turistas por convenciones.

¿Qué tipo de actividades y/o servicios le gustaría que implementemos para que usted eligiera nuestro complejo turístico-deportivo y recreativo?

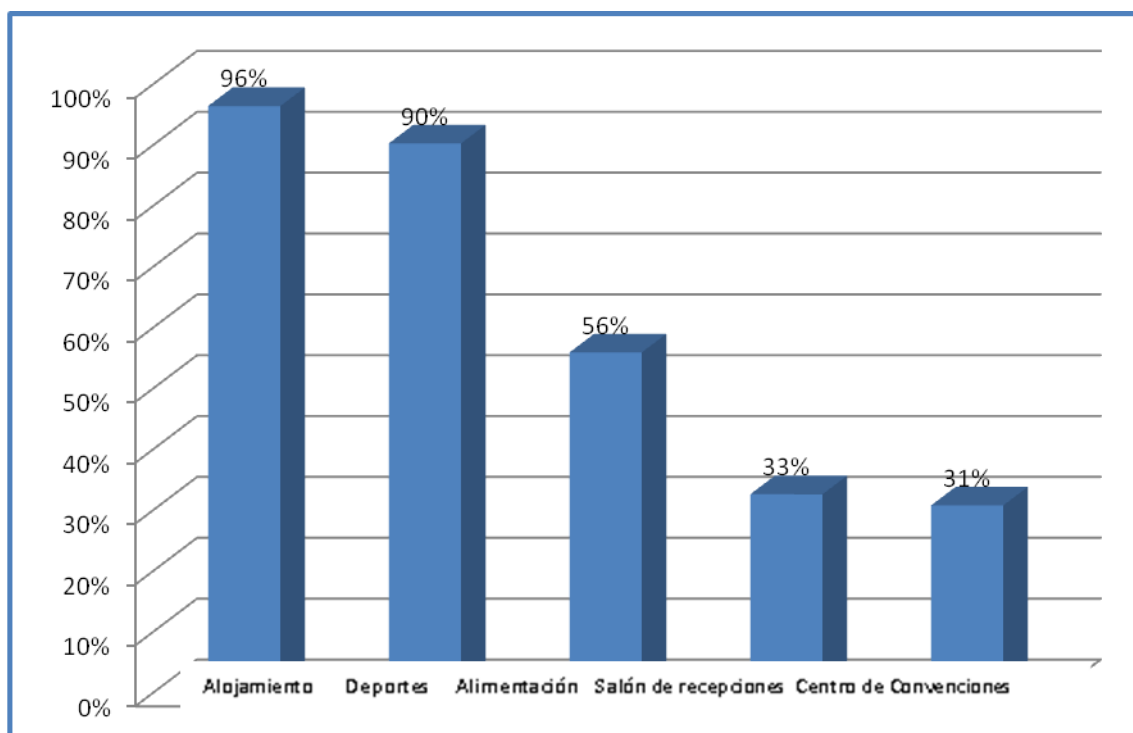
Tabla N° 14
SERVICIOS DESEADOS POR LOS TURISTAS

| SERVICIOS | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|------------------------|-------------|------------|
| ALOJAMIENTO | 156 | 96% |
| DEPORTES | 147 | 90% |
| ALIMENTACIÓN | 39 | 56% |
| SALÓN DE RECEPCIONES | 54 | 33% |
| CENTRO DE CONVENCIONES | 51 | 31% |
| TOTAL | 163 | 100 |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 12
SERVICIOS QUE LOS TURISTAS DESEARÍAN QUE OFREZCA EL COMPLEJO



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: el porcentaje por requerimiento de alimentación es el 96%, deportes el 90%, alimentación el 56%, salón de recepciones el 33% y centro de convenciones el 31%.

¿Cuáles son los servicios que usted desea que el complejo ofrezca en su infraestructura?

Tabla N° 15
SERVICIOS QUE LOS TURISTAS DESEAN QUE OFREZCA EL COMPLEJO EN SU INFRAESTRUCTURA

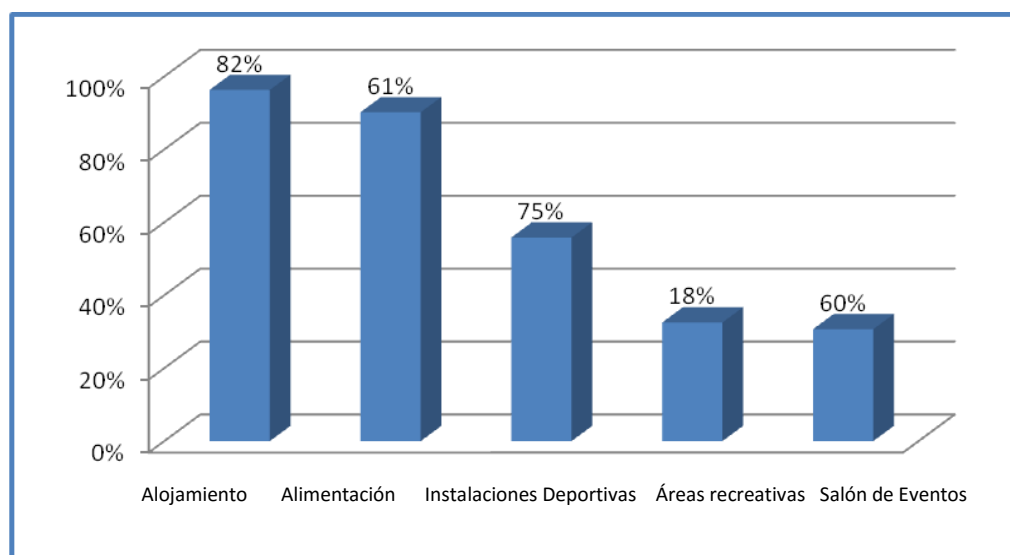
| SERVICIOS | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------------------|-------------|------------|
| ALOJAMIENTO | 134 | 82% |
| ALIMENTACIÓN | 101 | 61% |
| INSTALACIONES DEPORTIVAS | 123 | 75% |
| ÁREAS RECREATIVAS | 30 | 18% |
| SALÓN DE EVENTOS | 98 | 60% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 13

SERVICIOS QUE LOS TURISTAS DESEAN QUE OFREZCA EL COMPLEJO EN SU INFRAESTRUCTURA



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: el 82% de turistas desearían que el complejo turístico-deportivo y recreativo Aldebarán ofrezca el servicio de alojamiento en su infraestructura, el 61% de turistas desean alimentación, el 75% Instalaciones deportivas, 18% áreas recreativas y el 60% salón de eventos.

¿Cómo calificaría usted la ubicación del complejo?

Dirección: Avenida Lizarzaburu S/N junto al Aeropuerto (sector norte)

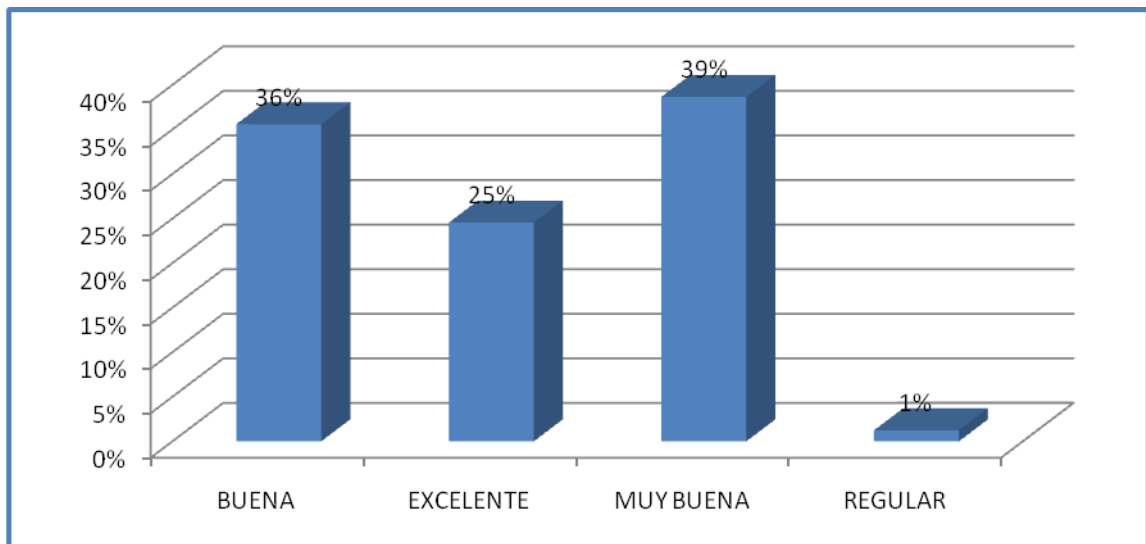
Tabla N° 16
CALIFICACIÓN DE LOS TURISTAS A LA UBICACIÓN DEL COMPLEJO

| CALIFICACIÓN | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------|-------------|-------------|
| BUENA | 58 | 36% |
| EXCELENTE | 40 | 25% |
| MUY BUENA | 63 | 39% |
| REGULAR | 2 | 1% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 14
CALIFICACIÓN DE LOS TURISTAS A LA UBICACIÓN DEL COMPLEJO



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: el 36% de los turistas piensan que la ubicación del complejo es buena, el 25% cree que es excelente, el 39% piensa que se tendrá muy buena ubicación y sólo un 1% cree que es regular.

¿Con qué frecuencia visitaría usted el Complejo?

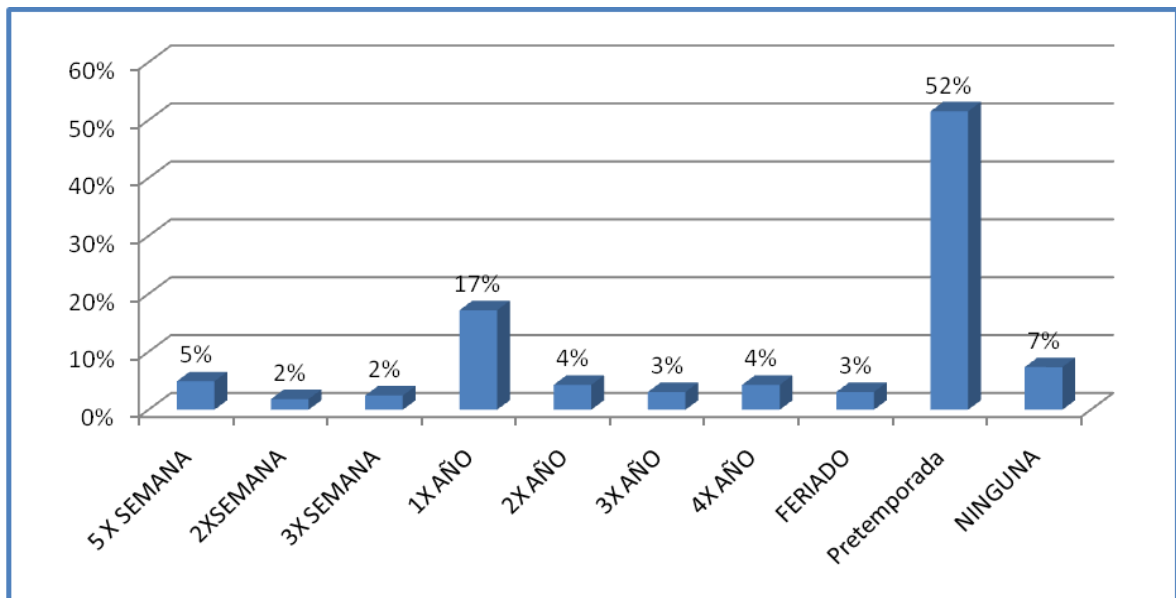
Tabla N° 17
FRECUENCIA DE LOS TURISTAS PARA VISITAR EL COMPLEJO

| FRECUENCIA | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------|-------------|-------------|
| 5 X SEMANA | 8 | 5% |
| 2 X SEMANA | 3 | 2% |
| 3 X SEMANA | 4 | 2% |
| 1 X AÑO | 28 | 17% |
| 2 X AÑO | 7 | 4% |
| 3 X AÑO | 5 | 3% |
| 4 X AÑO | 7 | 4% |
| FERIADO | 5 | 3% |
| Pretemporada | 84 | 52% |
| NINGUNA | 12 | 7% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 15
FRECUENCIA DE LOS TURISTAS PARA VISITAR EL COMPLEJO



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: notamos que el 52% de turistas piensa visitar el complejo para realizar las pretemporadas de entrenamiento, el 17% visitará una vez por año pero se conoce que serían los turistas deportistas extranjeros que vendrían para realizar su entrenamiento en altura.

¿Cómo le gustaría enterarse de este Complejo?

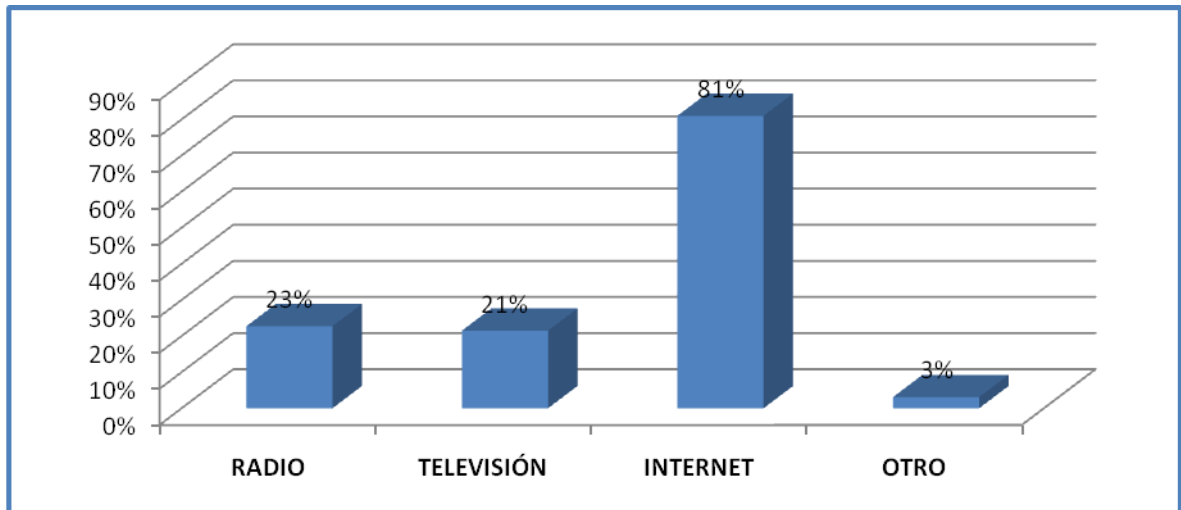
Tabla N° 18
MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE LOS TURISTAS UTILIZARÍAN PARA ENTERARSE DEL COMPLEJO

| MEDIOS | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------|-------------|-------------|
| RADIO | 37 | 23% |
| TELEVISIÓN | 35 | 21% |
| INTERNET | 132 | 81% |
| OTRO | 5 | 3% |
| TOTAL | 163 | 100% |

Fuente: Encuesta, aplicada en el mes de noviembre del 2010.

Elaboración: Belén Ponce

Gráfico N° 16
MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE LOS TURISTAS UTILIZARÍAN PARA ENTERARSE DEL COMPLEJO



Elaboración: Belén Ponce

Análisis: observamos que el 81% de turistas prefiere enterarse del proyecto a través de internet, el 23% por medio de la radio, el 21% por televisión.

4.2.1.11 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS

Los servicios que va a ofertar el Complejo Turístico y Deportivo “ALDEBARÁN”, estarán dirigidos a turistas nacionales y extranjeros, pero de manera especial a deportistas que deseen optar por un complejo que este a la altura de los grandes centros de alto rendimiento para de esta manera poder mejorar sus marcas y conseguir los resultados deseados en la alta competencia. El complejo se lo ha diseñado pensando en el turismo deportivo y de entretenimiento, puesto que el turista una vez que visite el complejo podrá contar con instalaciones para la práctica deportiva, del mismo modo los deportistas que lleguen al complejo además de realizar su entrenamiento va a poder contar con comodidades para hospedarse, alimentarse.

Tomando en cuenta la opinión de turistas y deportistas encuestados se detallan a continuación los siguientes servicios:

ALOJAMIENTO.- El complejo contará con habitaciones simples o matrimoniales, dobles y triples repartidas estratégicamente para el confort total de los turistas que lo visiten, con una capacidad para 72 pax.

ALIMENTACIÓN.- Se creará un restaurante con capacidad para 50 turistas, se dispondrá de menú a la carta.

DEPORTES.- El complejo contará con instalaciones para la práctica deportiva y entrenamiento, los cuales se dividen en: Piscina, dos canchas para la práctica de múltiples deportes (fútbol, vóley, básquet y tenis), sala de musculación y gimnasio, sala de uso múltiple y pista de squash.

SALÓN DE RECEPCIONES.- Además se contará con un salón de recepciones con capacidad para 200 personas, donde se organizarán eventos así como también se atenderán compromisos sociales.

CENTRO DE CONVENCIONES.- Funcionará en la misma instalación que se encuentra el salón de recepciones, adecuándola para su funcionamiento cuando sea necesario, ejemplo reuniones de dirigentes, conferencias, capacitaciones etc.

4.2.1.12. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

4.2.1.12.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para analizar la demanda, primero se debe determinar el mercado objetivo al cual estarán dirigidos los servicios que prestará el Complejo Turístico-Deportivo y Recreativo “ALDEBARÁN”, los cuales van a ser los turistas nacionales y extranjeros, pero de manera especial atención a deportistas y delegaciones que deseen realizar su entrenamiento en un lugar que preste las mayores comodidades para el desarrollo de sus actividades.

El mercado potencial al cual estarán dirigidos los servicios que ofertará el Complejo ha sido determinado tomando en cuenta los datos recolectados de las fuentes secundarias como son: La Gerencia Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo y la Federación Deportiva de Chimborazo, que para el año 2009 se contaron con 32610 personas repartidas entre turistas nacionales, extranjeros, deportistas, entrenadores y dirigentes.

4.2.1.12.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISTAS NACIONALES, EXTRANJEROS, DEPORTISTAS, ENTRENADORES Y DIRIGENTES.

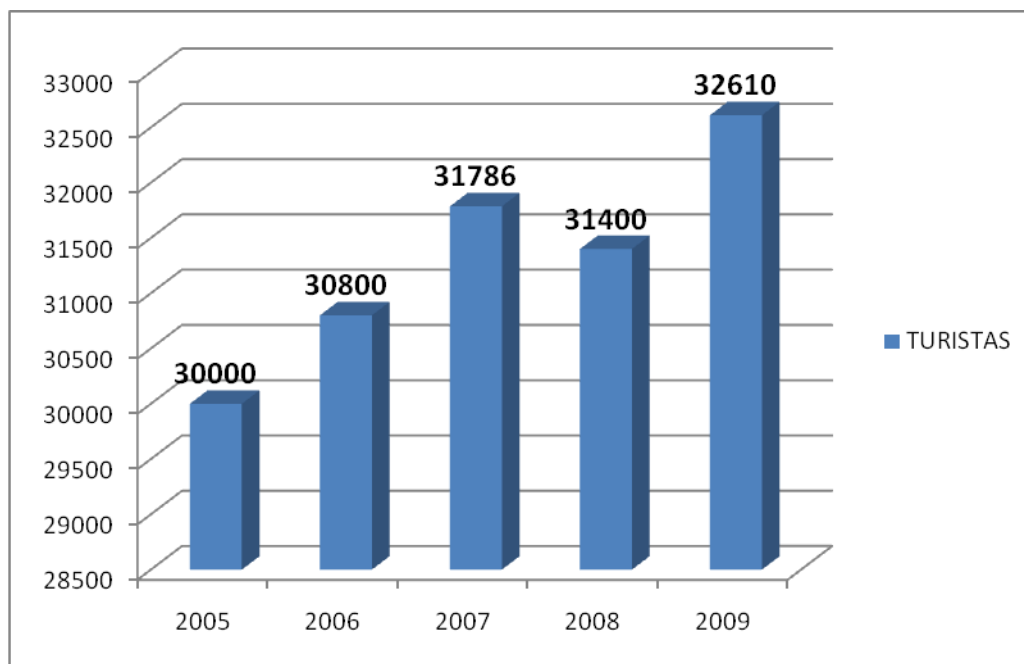
A continuación se muestra una tabla que detalla el arribo a la ciudad de Riobamba de turistas nacionales, extranjeros, deportistas, entrenadores y dirigentes durante los últimos años desde el año 2005 hasta el año 2009.

Tabla N° 19
ARRIBO DE TURISTAS Y DEPORTISTAS A LA CIUDAD DE RIOBAMBA

| AÑO | TURISTAS | DEPORTISTAS | TOTAL |
|------------|-----------------|--------------------|--------------|
| 2005 | 17500 | 12500 | 30000 |
| 2006 | 18600 | 12200 | 30800 |
| 2007 | 18886 | 12900 | 31786 |
| 2008 | 19000 | 12400 | 31400 |
| 2009 | 20610 | 12000 | 32610 |

Fuente: Gerencia Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo, Federación Deportiva de Chimborazo, 2010.

Gráfico N° 17
ARRIBO DE TURISTAS Y DEPORTISTAS A LA CIUDAD DE RIOBAMBA



Fuente: Gerencia Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo, Federación Deportiva de Chimborazo, 2010.

4.2.1.13 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Tabla N° 20
PROYECCIÓN DEL ARRIBO DE TURISTAS Y DEPORTISTAS A LA CIUDAD DE RIOBAMBA

| AÑO | X | TURISTAS (Y) | XY | X ² |
|------|------------|---------------|---------------|----------------|
| 2005 | 1 | 30000 | 30000 | 1 |
| 2006 | 2 | 30800 | 61600 | 4 |
| 2007 | 3 | 31786 | 95358 | 9 |
| 2008 | 4 | 31400 | 125600 | 16 |
| 2009 | 5 | 32610 | 163050 | 25 |
| | 15 | 156596 | 475608 | 55 |
| | ΣX | ΣY | ΣXY | ΣX^2 |

Fuente: Gerencia Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo, Federación Deportiva de Chimborazo, 2010.

Elaboración: Belén Ponce

$$b = \frac{N \sum(xy) - \sum x \cdot \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{N}$$

$$b = \frac{5(475608) - (15)(156596)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{156596 - 529,1(15)}{5}$$

$$b = \frac{2378040 - 2348940}{280 - 225}$$

$$a = 29731,9$$

$$b = 529,1$$

$$Y_c = bx + a$$

$$Y_c = 529,1 x + 29731,9$$

$$\begin{aligned}
 Y_{2010} &= 529,1 * 6 + 29731,9 = 32907 \\
 Y_{2011} &= 529,1 * 7 + 29731,9 = 33436 \\
 Y_{2012} &= 529,1 * 8 + 29731,9 = 33965 \\
 Y_{2013} &= 529,1 * 9 + 29731,9 = 34494 \\
 Y_{2014} &= 529,1 * 10 + 29731,9 = 35023 \\
 Y_{2015} &= 529,1 * 11 + 29731,9 = 35552 \\
 Y_{2016} &= 529,1 * 12 + 29731,9 = 36081
 \end{aligned}$$

Tabla N° 21

PROYECCION HASTA EL AÑO 2016 DE TURISTAS Y DEPORTISTAS

| AÑO | TURISTAS |
|------------|-----------------|
| 2011 | 33436 |
| 2012 | 33965 |
| 2013 | 34494 |
| 2014 | 35023 |
| 2015 | 35552 |
| 2016 | 36081 |

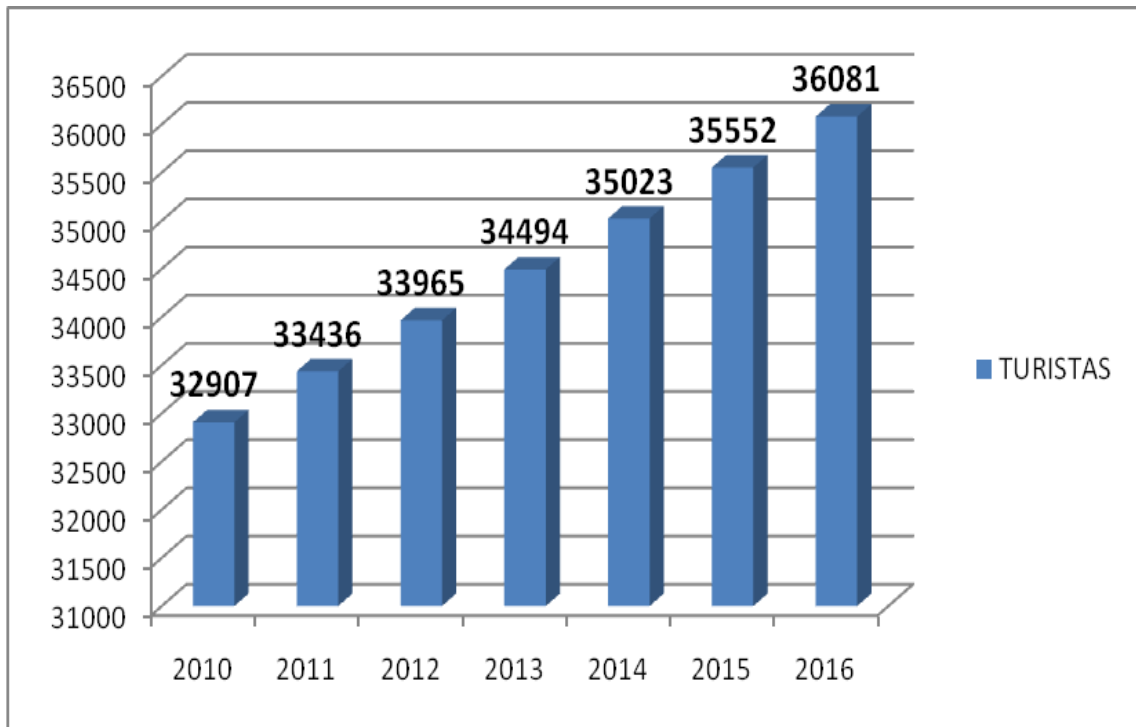
Fuente: Tabla N°19

Elaboración: Belén Ponce

El proyecto tendrá una vida de 5 años, una vez concluido este periodo se tendrá que realizar las actualizaciones correspondientes para que el proyecto continúe con su función, de esto depende los cálculos que se están realizando.

Gráfico N° 18

PROYECCIÓN DE LOS TURISTAS Y DEPORTISTAS HASTA 2016



Elaboración: Belén Ponce

4.2.1.14 DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO DE CONSUMO

Los servicios que ofertará el Complejo Turístico, Deportivo y Recreativo “ALDEBARÁN” estarán dirigidos hacia el mercado nacional e internacional, tomando en cuenta principalmente las necesidades de deportistas por tener las condiciones ideales para desarrollar su entrenamiento, rutinas o preparamiento físico, pero además se crearán todos los servicios necesarios para el desarrollo turístico tales como, alojamiento, alimentación, recreación y de deportes.

4.2.1.15. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

4.2.1.15.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Actualmente la oferta de servicios similares a los planteados en el presente proyecto es mínima, puesto que existen apenas cuatro hosterías que como máximo cuentan con canchas polideportivas que no se puede adaptar a las necesidades de los deportistas. En otros casos se puede enunciar los lugares donde normalmente los deportistas de las delegaciones deportivas pueden entrenar, los mismos son la Brigada Blindada N° 11 Galápagos y la Federación Deportiva de Chimborazo.

Por lo expuesto anteriormente se puede decir que actualmente no existe un complejo turístico y deportivo que cumplan con las expectativas de turistas, deportistas, entrenadores y dirigentes.

Sin embargo en el presente proyecto se va a tomar en cuenta la capacidad de atención de las hosterías que actualmente operan en el cantón de Riobamba.

Tabla N° 22

HOSTERÍAS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA CON SERVICIOS SIMILARES

| <i>Hosterías de la ciudad de Riobamba con servicios similares</i> | | |
|---|---------------------------------|------------------|
| <i>HOSTERÍA</i> | <i>UBICACIÓN</i> | <i>CATEGORIA</i> |
| ABRASPUNGO | Vía Guano Km 3 Sector las Abras | Primera |
| BAMBU | Pedro Vicente Maldonado Km. 2 | Primera |
| EL TROJE | Km. 4 y medio, vía a Chambo | Primera |
| EL TORIL | Vía a Baños Km 1 | Primera |

Fuente: Catastro 2010 de Establecimientos Turísticos proporcionado por la Gerencia Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo.

Una vez analizada la oferta de los diferentes establecimientos expuestos en la tabla anterior se puede decir que los servicios que ofertan son suficientes para satisfacer las necesidades de turistas pero no de turistas deportistas que visitan la ciudad de Riobamba.

4.2.1.16 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta hacia los años posteriores, se debe tomar en cuenta la capacidad instalada de cada uno de los establecimientos descritos en la tabla N° 20, puesto que el dato obtenido anteriormente nos va a ayudar a determinar en qué porcentaje se encuentran las hosterías para atender a turistas nacionales, extranjeros y deportistas. Tomando en cuenta esto, se puede decir que los prestadores de servicios turísticos similares a los propuestos en este proyecto se encuentran en la capacidad de atender al 40% de la demanda actual, siendo así se presenta la siguiente tabla:

Tabla N° 23

Ecuación de Proyección

| AÑO | x | Y | x*y | x ² |
|------|-----------|--------------|---------------|----------------|
| 2005 | 1 | 12000 | 12000 | 1 |
| 2006 | 2 | 12320 | 24640 | 4 |
| 2007 | 3 | 12714 | 38142 | 9 |
| 2008 | 4 | 12560 | 50240 | 16 |
| 2009 | 5 | 13044 | 65220 | 25 |
| | 15 | 62638 | 190242 | 55 |
| | $\sum x$ | $\sum y$ | $\sum xy$ | $\sum x^2$ |

Fuente: Demanda de turistas por el 40% de capacidad de atención.

Elaboración: Belén Ponce

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N}$$

$$b = \frac{5(190242) - 15(62638)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{62638 - (77,6)(15)}{5}$$

$$b = -77,6$$

$$a = 12760,4$$

Ecuación de Proyección

$$Y_c = bx + a$$

$$y^* = -77,6x + 12760,4$$

Proyección hasta el año 2016

| | | | | | | | |
|--------------|---------|-----|------|-----|-----------|-----|---------|
| $Y_{2010} =$ | $-77,6$ | $*$ | 6 | $+$ | $12760,4$ | $=$ | 12295 |
| $Y_{2011} =$ | $-77,6$ | $*$ | 7 | $+$ | $12760,4$ | $=$ | 12217 |
| $Y_{2012} =$ | $-77,6$ | $*$ | 8 | $+$ | $12760,4$ | $=$ | 12140 |
| $Y_{2013} =$ | $-77,6$ | $*$ | 9 | $+$ | $12760,4$ | $=$ | 12062 |
| $Y_{2014} =$ | $-77,6$ | $*$ | 10 | $+$ | $12760,4$ | $=$ | 11984 |
| $Y_{2015} =$ | $-77,6$ | $*$ | 11 | $+$ | $12760,4$ | $=$ | 11907 |
| $Y_{2016} =$ | $-77,6$ | $*$ | 12 | $+$ | $12760,4$ | $=$ | 11829 |

Tabla N. 24

Tabla de la proyección

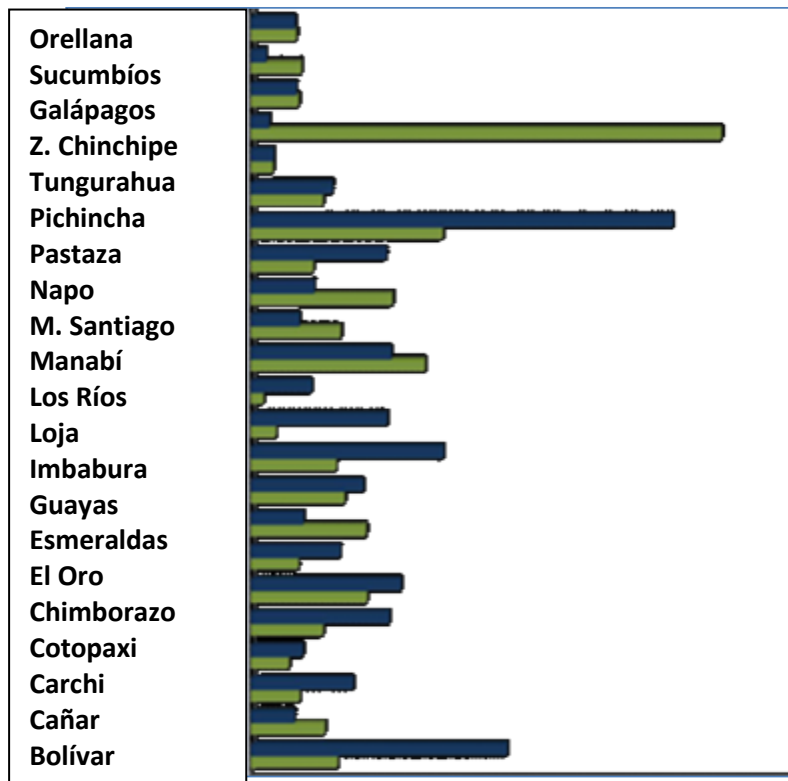
| AÑO | TURISTAS |
|------------|-----------------|
| 2011 | 12217 |
| 2012 | 12140 |
| 2013 | 12062 |
| 2014 | 11984 |
| 2015 | 11907 |
| 2016 | 11829 |

Elaboración: Belén Ponce

Según el PLANDETUR 2020 que propone el Ministerio de Turismo, en lo referente a la Oferta se puede decir que la ciudad de Riobamba cuenta con atractivos turísticos de jerarquía II, puesto que la ciudad cuenta con una muy buena riqueza cultural, historia, recursos naturales cercanos a la capital provincial, como lo demuestra el siguiente cuadro donde se puede apreciar que la provincia de Chimborazo supera la media nacional en atractivos naturales y culturales.

Gráfico N° 19

OFERTA DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES



Fuente: PLANDETUR 2020

La línea verde representa los atractivos naturales con los que cuenta la provincia, mientras que la línea azul representa los atractivos culturales.

Tabla N. 25

AGENCIA DE VIAJES ZONA NORTE RIOBAMBA

| RAZÓN SOCIAL | REPRESENTANTE | CATEGORÍA |
|----------------------|---------------------------------|------------------|
| COLCHA CIA. LTDA. | C. C. & TRAVEL CIA. LTDA. | Internacional |
| INCAÑAN ECOTOURISM | INCAÑAN ECOTOURISM CIA. LTDA. | Dualidad |
| METROPOLITAN TOURING | METROPOLITAN TOURING CÍA. LTDA. | Dualidad |
| MUNDODESTINOS | MUNDODESTINOS CIA. LTDA. | Internacional |
| NEVADOS TUR | NEVADOS TOUR CÍA. LTDA | Internacional |
| RAMATRAVEL | RAMATRAVEL CIA. LTDA. | Dualidad |
| SUSTAIN TOURS | SUSTAIN TOURS CIA. LTDA. | Dualidad |
| ALTA MONTAÑA | ALTA MONTAÑA CÍA. LTDA. | Operadora |
| ENBOGA TOURS | ENBOGA TOURS S.A. | Operadora |
| KEFREN TRAVEL | KEFREN TRAVEL S. A. | Operadora |
| JULIO VERNE | JULIO VERNE CIA LTDA | Operadora |
| RUMBO TRAVEL | RUMBO TRAVEL CIA. LTDA. | Operadora |

Fuente: Ministerio de Turismo, catastro Chimborazo, 2010.

Tabla N. 26

HOSTALES ZONA NORTE RIOBAMBA

| RAZÓN SOCIAL | REPRESENTANTE | CATEGORÍA |
|---------------------|-------------------------------|------------------|
| CAMINO REAL | SANTAMARIA CASTRO MAYRA | Primera |
| CANADA | CABRERA RENDON BERTHA | Primera |
| GLAMOUR | ALTAMIRADO VITERI MERCEDES | Primera |
| EL ALTAR | DARQUEA LARREA MARCO POLO | Segunda |
| LA ESTACION | ZABALA ARELLANO LUZ DEL ROCIO | Segunda |
| HUMBOLTH | LARREA LEON MARIA LUISA | Segunda |
| MAJESTIC | GUAÑO CHAVEZ LUIS GERARDO | Segunda |
| ROYALTY | AVILES CALLE RICARDO | Segunda |

Fuente: Ministerio de Turismo, catastro Chimborazo, 2010.

Tabla N. 27

HOSTAL RESIDENCIA ZONA NORTE RIOBAMBA

| RAZÓN SOCIAL | REPRESENTANTE | CATEGORÍA |
|---------------------|------------------------------|------------------|
| LOS ALAMOS | SANCHEZ SÁNCHEZ JUAN ALBERTO | Segunda |
| ROCIO | PUMAGUALLE JACOME FANNY | Segunda |

Fuente: Ministerio de Turismo, catastro Chimborazo, 2010.

Tabla N. 28

HOTELES ZONA NORTE RIOBAMBA

| RAZÓN SOCIAL | REPRESENTANTE | CATEGORÍA |
|--------------------------|------------------------------|------------------|
| SAN PEDRO DE RIOBAMBA | LARREA MEJIA LUIS EDUARDO | Lujo |
| CHIMBORAZO INTERNACIONAL | CHIMBORAZO INTERNACIONAL C.A | Primera |
| CLUB HOTEL ZEUS | CLUB HOTEL S.A. | Primera |
| EL CISNE | CHAVARREA MUÑOZ JENNY | Primera |
| EL MOLINO | DI DONATO YEROVI HECTOR | Primera |
| EL GALPÓN | MUCARSEL HEREDEROS | Primera |
| EL MARQUEZ DE RIO | MARQUEZRIO CIA. LTDA. | Primera |
| EL LIBERTADOR | VASCO ORTIZ BLANCA ANA | Segunda |
| RIOBAMBA INN | VINUEZA DE SCALZULLI MARIANA | Segunda |

Fuente: Ministerio de Turismo, catastro Chimborazo, 2010.

Tabla N. 29

BARES ZONA NORTE RIOBAMBA

| RAZÓN SOCIAL | REPRESENTANTE | CATEGORÍA |
|---------------------|------------------------------|------------------|
| NIDYGA BAR | HEREDIA JIMENEZ MARIA FERNAN | Primera |
| VIEJA GUARDIA PUB | GUARDERAS ROJAS PATRICIA | Primera |
| ENGLISH PUB | TAMAYO VELASTEGUI RINA | Segunda |
| BLACK & WHITE II | MADRID HECTOR EFRAIN | Segunda |
| ROYAL CLUB | RIVERA CACERES SAUL ESTEBAN | Segunda |
| SAN VALENTIN CLUB | CASTILLO SANTILLAN EDMUNDO | Segunda |

Fuente: Ministerio de Turismo, catastro Chimborazo, 2010.

Tabla N. 30

FUENTES DE SODA ZONA NORTE RIOBAMBA

| RAZÓN SOCIAL | REPRESENTANTE | CATEGORÍA |
|---------------------|--------------------------------|------------------|
| LA DOLCE VITA | FREIRE ALVAREZ LORENA | Primera |
| TUTTO FREEDO | SOCIEDAD DE HECHO | Primera |
| FRUTILANDIA | SANTACRUZ GAVILANEZ CARMITA | Segunda |
| MONTE BIANCO | SEM MANUEL FONTANA WITT | Segunda |

Fuente: Ministerio de Turismo, catastro Chimborazo, 2010.

Tabla N. 31

RESTAURANTES ZONA NORTE RIOBAMBA

| RAZÓN SOCIAL | REPRESENTANTE | CATEGORÍA |
|-----------------------------|----------------------------------|------------------|
| L' INCONTRO | CHAFLA GONZALEZ SONIA | Primera |
| LA RAYUELA | BAEZ OVIEDO CAROLINA | Primera |
| VIEJA GUARDIA PUB | GUARDERAS ROJAS PATRICIA | Primera |
| EL FARAON | ARIAS CALERO RAMSES | Segunda |
| FOGON DEL PUENTE | GONZALEZ MOREANO FABRIZIO | Segunda |
| K. F. C. | INT. FOOD SERVICES CORP. | Segunda |
| LA PARRILLADAS DE FAUSTO | VELOZ AVEDAÑO FAUSTO OLIVERIO | Segunda |
| RINCON EUROPEO | ESPINOZA RODAS SEGUNDO | Segunda |
| TABERNA BONANZA | MUÑOZ JOSE MIGUEL | Segunda |
| WOLLYWOOD COFFE | ALARCON MANCERO IVETT | Segunda |

Fuente: Ministerio de Turismo, catastro Chimborazo, 2010.

Tabla N. 32

RECREACIÓN Y DIVERSIÓN ZONA NORTE RIOBAMBA

| RAZÓN SOCIAL | REPRESENTANTE | CATEGORÍA |
|---------------------|------------------------------|------------------|
| FREEZE | MANCHENO BARBA ROBERTO | Primera |
| DEYA- VU | VINAMAGUA TORRES PILAR DE L. | Segunda |

Fuente: Ministerio de Turismo, catastro Chimborazo, 2010.

Tabla N. 33

CASINO ZONA NORTE RIOBAMBA

| RAZÓN SOCIAL | REPRESENTANTE | CATEGORIA |
|---------------------|----------------------|------------------|
| ZEUS PLAY | ZEUS PLAY CIA. LTDA. | Primera |

Fuente: Ministerio de Turismo, catastro Chimborazo, 2010.

Tabla N. 34

SALÓN DE RECEPCIONES Y BANQUETES ZONA NORTE RIOBAMBA

| RAZÓN SOCIAL | REPRESENTANTE | CATEGORÍA |
|---------------------|------------------------|------------------|
| MIRAGE CLUB | VIZUETE TAGUA PATRICA | Segunda |
| LA FAYETTE | ULLOA HERNANDEZ ALICIA | Segunda |

Fuente: Ministerio de Turismo, catastro Chimborazo, 2010.

Tabla N. 35

TRANSPORTE TURÍSTICO ZONA NORTE RIOBAMBA

| | | |
|-----------------|----------------------|------------|
| RIOEMPRES TOURS | RIOEMPRES TOURS S.A. | Transporte |
|-----------------|----------------------|------------|

Fuente: Ministerio de Turismo, catastro Chimborazo, 2010.

4.2.1.17 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

4.2.1.17.1 IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE LA COMPETENCIA

Las estrategias actualmente utilizadas por las hosterías que son objeto de estudio en el presente proyecto presentan una publicidad muy débil puesto que no llegan de la mejor manera a captar la atención de su mercado objetivo, la información que se detalla en cada uno de los materiales promocionales de las hosterías no dicen casi nada, apenas dejan un contacto telefónico para realizar las reservaciones y una dirección e – mail.

4.2.1.17.2 FUERZAS Y DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA

Se puede enunciar como principales fortalezas, la adecuada ubicación, y los espacios verdes que ofrecen a los turistas. Como debilidades se puede exponer que existen

mínimos espacios de distracción, recreación y deportes, la infraestructura de muebles e inmuebles es obsoleta, las instalaciones deportivas que poseen no son reglamentarias, así como también la poca promoción de cada establecimiento.

4.2.1.17.3 VARIABLES QUE AFECTAN A LA COMPETENCIA

Se puede decir que las variables que afectan a la competencia son los precios que están fijados en sus servicios con respecto a la satisfacción de los turistas nacionales, extranjeros y delegaciones deportivas.

4.2.1.17.4 CAPACIDAD DE ATENCIÓN DE LA COMPETENCIA POR AÑO

Tomando en cuenta la capacidad instalada en cada establecimiento, se determino que las hosterías se encuentran en la capacidad de atender al 40% de la demanda de turistas nacionales, extranjeros y delegaciones deportivas que visitan la ciudad de Riobamba.

4.2.1.18 DEMANDA INSATISFECHA

Para realizar el análisis comparativo entre Oferta y Demanda y así poder determinar la Demanda Potencial Insatisfecha, se va a aplicar la siguiente fórmula:

$$DPI = D - O$$

De donde:

DPI = Demanda Potencial Insatisfecha

D = Demanda

O = Oferta

Tabla N. 36

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

| AÑO | DEMANDA | OFERTA | D.P.I | OFERTA DEL PROYECTO |
|------------|----------------|---------------|-------------------|----------------------------|
| | D | O | DPI= D – O | 25% (DPI) |
| 2010 | 32907 | 12295 | 20612 | 5153 |
| 2011 | 33436 | 12217 | 21219 | 5305 |
| 2012 | 33965 | 12140 | 21825 | 5456 |
| 2013 | 34494 | 12062 | 22432 | 5608 |
| 2014 | 35023 | 11984 | 23039 | 5760 |
| 2015 | 35552 | 11907 | 23645 | 5911 |
| 2016 | 36081 | 11829 | 24252 | 6063 |

Fuente: Tabla N° 21 y N° 24 del presente documento

Elaboración: Belén Ponce

4.2.1.19 ANÁLISIS DE PRECIOS

Para poder analizar los precios se debe tomar en cuenta los servicios que actualmente oferta la competencia y la calidad de los mismos, puesto que se debe considerar los servicios complementarios que va a ofertar el Complejo Turístico-Deportivo y Recreativo “ALDEBARÁN”, de esta manera se debe analizar primero los precios de la competencia para poder competir con precios cómodos, buenos servicios y buscar la satisfacción del cliente.

Tabla N. 37

ANÁLISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA

| SERVICIO | PRECIO |
|---------------------------------|---------------|
| ALOJAMIENTO | |
| Habitación Simple / Matrimonial | \$32,00 |
| Habitación Doble | \$36,00 |
| Habitación Triple | \$57,00 |
| Grupos | \$18,00 c/u |
| ALIMENTACIÓN | |
| Desayuno | \$2,50 |
| Almuerzo | \$5,00 |
| Cena | \$5,00 |
| Platos a la Carta | \$5,50 |
| Buffet | \$6,50 |
| DEPORTES | |
| Piscina | \$3,00 |
| Canchas | \$2,00 |
| Gimnasio | \$1,75 |
| Sala de uso múltiple | \$1,50 |
| Pista de squash | \$2,00 |
| SALÓN DE RECEPCIONES | |
| Alquiler | \$200,00 |
| CENTRO DE CONVENCIONES | |
| Alquiler | \$200,00 |

Fuente: Hosterías Abraspungo, Bambú, El Troje, El Toril, Piscina ESPOCH, Soccer Center, Riobamba Tennis Club.

Elaboración: Belén Ponce

Para poder determinar los precios de los servicios que se va a ofertar en el Complejo Turístico y Deportivo “ALDEBARÁN”, se utiliza la siguiente fórmula:

$$PV = \left(\frac{CT}{1 - t} \right)$$

El costo de producción de un desayuno tipo plan americano es de \$ 1,25 usd, por lo que se obtiene una ganancia del 50%, siendo así ¿cuál sería el precio de venta al público?

$$PV = \left(\frac{1.25}{1 - 0.5} \right)$$

$$PV = 2,50\text{usd}$$

Una vez analizado mediante la fórmula se construye una tabla para determinar los precios de los servicios que va a ofertar el Complejo Turístico y Deportivo “ALDEBARÁN”:

Tabla N. 38

**DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DEL COMPLEJO
TURÍSTICO-DEPORTIVO Y RECREATIVO “ALDEBARÁN”**

| SERVICIO | COSTOS TOTALES | MARGEN DE GANANCIA | PRECIO DE VENTA |
|------------------------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------|
| | CT | T % | PV |
| ALOJAMIENTO | | | |
| Habitación Simple / Matrimonial | \$ 18,00 | 50% | \$ 36,00 |
| Habitación Doble | \$ 21,00 | 50% | \$ 42,00 |
| Habitación Triple | \$ 38,00 | 50% | \$ 76,00 |
| Grupos | \$ 10,00 | 50% | \$ 20,00 c/u |
| ALIMENTACIÓN | | | |
| Desayuno | \$ 1,25 | 50% | \$ 2,50 |
| Almuerzo | \$ 2,00 | 60% | \$ 5,00 |
| Cena | \$ 2,00 | 60% | \$ 5,00 |
| Platos a la Carta | \$ 2,50 | 60% | \$ 6,25 |
| Buffet | \$ 3,00 | 60% | \$ 7,50 |
| DEPORTES | | | |
| Piscina | \$ 1,00 | 60% | \$ 2,50 |
| Canchas | \$ 1,00 | 60% | \$ 2,50 |
| Gimnasio | \$ 1,00 | 60% | \$ 2,50 |
| Sala de uso múltiple | \$ 1,00 | 60% | \$ 2,50 |
| Pista de squash | \$ 1,00 | 60% | \$ 2,50 |
| SALÓN DE RECEPCIONES | | | |
| Alquiler | \$ 1,25 | 50% | \$ 2,50 |
| CENTRO DE CONVENCIONES | | | |
| Alquiler | \$ 1,25 | 50% | \$ 2,50 |

Fuente: Tabla N° 37 del presente documento.

Elaboración: Belén Ponce

Además se debe establecer comparaciones entre los precios anteriormente fijados con los que están manejando actualmente la competencia, puesto que esto nos va a demostrar la competitividad que nos estamos imponiendo para entrar a nuestro mercado objetivo, siendo así se construye la siguiente tabla.

Tabla N. 39

**ANÁLISIS COMPARTIVO DE PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE LA
COMPETENCIA CON RESPECTO A LOS QUE OFERTA EL COMPLEJO**

| SERVICIO | COMPETENCIA | COMPLEJO |
|------------------------------------|--------------------|-----------------|
| ALOJAMIENTO | | |
| Habitación Simple / Matrimonial | \$32,00 | \$ 36,00 |
| Habitación Doble | \$ 36,00 | \$ 42,00 |
| Habitación Triple | \$57,00 | \$ 76,00 |
| Grupos | \$18,00 c/u | \$ 20,00 c/u |
| ALIMENTACIÓN | | |
| Desayuno | \$ 2,50 | \$ 2,50 |
| Almuerzo | \$ 5,00 | \$ 5,00 |
| Cena | \$ 5,00 | \$ 5,00 |
| Platos a la Carta | \$ 5,50 | \$ 6,25 |
| Buffet | \$ 6,50 | \$ 7,50 |
| DEPORTES | | |
| Piscina | \$ 3,00 | \$ 2,50 |
| Canchas | \$ 2,00 | \$ 2,50 |
| Gimnasio | \$ 1,75 | \$ 2,50 |
| Sala de uso múltiple | \$ 1,50 | \$ 2,50 |
| Pista de squash | \$ 2,00 | \$ 2,50 |
| SALÓN DE RECEPCIONES | | |
| Alquiler | \$ 2,50 | \$ 2,50 |
| CENTRO DE CONVENCIONES | | |
| Alquiler | \$ 2,50 | \$ 2,50 |

Fuente: Tabla N° 37 del presente documento.

Elaboración: Belén Ponce

4.2.1.20 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

El Complejo Turístico y Deportivo “ALDEBARÁN”, se va a caracterizar por ofrecer al turista servicios complementarios, además pretende fomentar el deporte dentro de la actividad turística, es por ello que se necesitaría realizar un buen Plan de Mercadeo para así poder llegar a nuestro mercado objetivo, para esto es necesario desarrollar estrategias de promoción, publicidad y mercadeo, dentro de las cuales están las siguientes:

- Publicidad mediante Radio
- Spots en Televisión
- Página Web
- Gigantografías
- Medios Impresos (Trípticos, volantes, tarjetas, etc.)

Los medios escogidos hacen referencia a las respuestas que pusieron cada uno de los encuestados.

Tabla N. 40

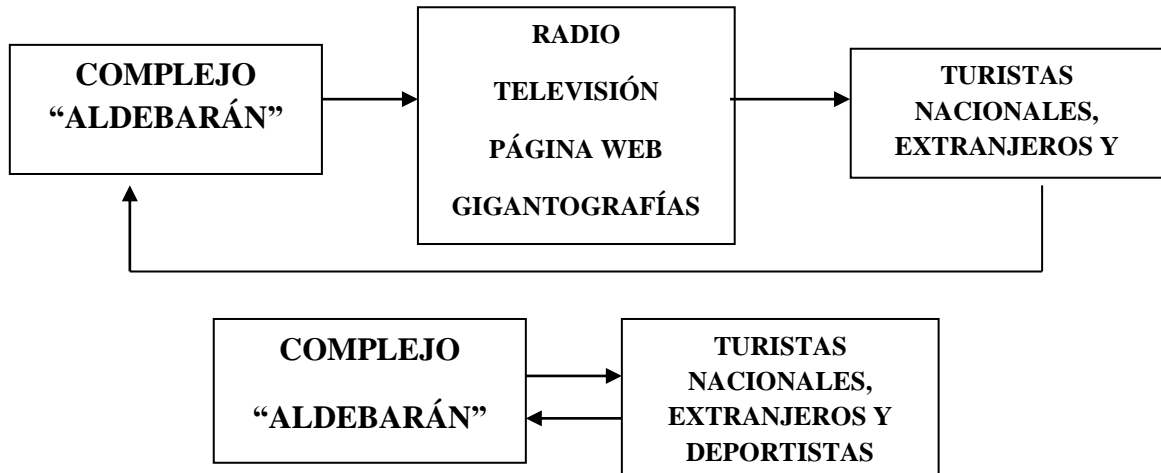
CUADRO DE INVERSIONES EN MARKETING

| INVERSIONES | CANTIDAD | TOTAL |
|--|--|------------------|
| Cuñas en Radio Fórmula 3 | Plan corporativo para lanzamiento | \$ 300,00 |
| Pautas en TVS | Spots publicitarios con frecuencia de 6 pautas diarias por 3 meses | \$ 300,00 |
| Página Web | Diseño, Dirección, Dominio y Hospedaje por un año | \$400,00 |
| Gigantografías | 20 gigantografías de 1.50 x 1.50 metros, ubicación | \$200,00 |
| Diseño e impresión de Trípticos, hojas volantes y tarjetas de presentación | Tiraje de 3000 unidades de cada tipo | \$300,00 |
| TOTAL | | \$1500,00 |

Elaboración: Belén Ponce

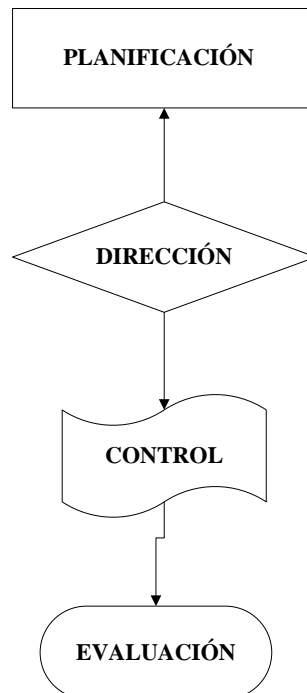
4.2.1.21 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los canales de distribución escogidos van a ser el marketing directo, el cual es el que se oferta desde el complejo hacia el turista, y el marketing indirecto, utilizando medios de comunicación, es por ello que se ha diseñado el siguiente diagrama.



4.2.1.22 PROCESO PARA LA VENTA DE LOS SERVICIOS

Se ha diseñado el siguiente diagrama de flujo para conocer el proceso para la venta de los servicios que ofertará el Complejo Turístico y Deportivo "ALDEBARÁN".



4.2.1.23 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Haciendo referencia a las respuestas obtenidas de las encuestas aplicadas a turistas nacionales, extranjeros, deportistas, entrenadores y dirigentes se pudo apreciar el medio en que los encuestados preferirían enterarse del complejo, es así que ha planificado las siguientes estrategias de mercadotecnia:

4.2.1.23.1 LOGOTIPO, NOMBRE Y SLOGAN



“Aldebarán, siempre en casa”

- **ALDEBARÁN:**

Se eligió este nombre para el proyecto porque Aldebarán es la estrella más brillante de la constelación de tauro y una de las primeras en ser vistas desde la tierra cuando cae la noche.

La constelación de tauro representada por el toro simboliza la energía y el poder.

- **LA ESTRELLA:**

Esta representa el liderazgo y el empeño que debe tener cada persona para alcanzar el éxito y brillar como una estrella en cada una de sus actividades ya sean sociales, intelectuales o deportivas.

- **COLOR NEGRO:**

Representa el poder, la elegancia, la seriedad y autoridad que poseemos.

- **COLOR AZUL:**

Representa la confianza, la lealtad, la inteligencia, la sabiduría y la perseverancia.

- **SLOGAN:**

“*Aldebarán, siempre en casa*”, se eligió este slogan porque queremos que los turistas se sientan como en casa cada vez que visitan el Complejo.

4.2.1.23.2 Publicidad mediante cuñas en Radio: Se pautará publicidad en las principales radios locales con una duración de 30 segundos que tendrá el siguiente jingle:

“Ven y disfruta de Aldebarán, un complejo turístico-deportivo ubicado en la mejor zona de Riobamba, pone a tu disposición los mejores entrenadores y ambientes de la región para tu práctica deportiva como fútbol, tenis, volley, básquet, squash, gimnasio y natación, además contamos con servicio de alojamiento y restaurante. “Aldebarán, siempre en casa”!!!

Estamos ubicados en la Avenida Lizarzaburu S/N junto al Aeropuerto (sector norte).”

4.2.1.23.3 Pautas en televisión: Al iniciar las operaciones será necesario pautar en televisión debido a que es el medio que tiene más acogida entre los clientes que harán uso de las instalaciones del complejo.

4.2.1.23.4 Página Web: Se contratará los servicios de dominio y alojamiento en un sitio web, pues es la forma más utilizada por las empresas turísticas para llegar al mercado extranjero, del mismo modo se pretende llegar a turistas nacionales y gente vinculada con el deporte, debido a que el sitio web va a contar con espacios interactivos y actualizaciones diarias, fechas de eventos deportivos, resultados, etc.

4.2.1.23.5 Gigantografías: Dentro de la planificación de mercado se pretende ubicar gigantografías principalmente en las federaciones deportivas de cada provincia ya que es el lugar donde se entrenan la mayoría de deportistas que fueron encuestados.

4.2.1.23.6 Medios Impresos: Se contratará los servicios de un diseñador gráfico para la elaboración de trípticos, hojas volantes y tarjetas de presentación.

4.2.2 ESTUDIO TÉCNICO

4.2.2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

- Desarrollar un estudio técnico, que permita identificar la localización, el tamaño y la ingeniería del proyecto.
- Vincular funciones de base, grupos de consumidores y tecnologías asociadas.
- Analizar alternativas de macro y micro-localización.
- Definir una apropiada ingeniería del proyecto, prestando especial atención al tamaño del proyecto, y al diseño físico de los productos.

4.2.2.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto, se lo determinará según la capacidad instalada en el Complejo, número de habitaciones y número de plazas, puesto que previo al desarrollo del Estudio Técnico se determinó la Demanda Potencial Insatisfecha, se puede decir que el proyecto está en la capacidad de atender al 25% de dicha demanda, no obstante el proyecto estará en la capacidad de ofertar servicios complementarios como alimentación, recreación. Es así que la capacidad de atención de turistas al año sería entre 5000 a 6000 turistas según los datos arrojados por el Estudio de Mercado.

4.2.2.3 FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO

- **Tamaño y Mercado:** El mercado objetivo al cual estarán dirigidos los servicios del Complejo ALDEBARÁN se encuentran divididos en tres segmentos que son:
 - Turistas Nacionales
 - Turistas Extranjeros

- Deportistas, Entrenadores y Dirigentes

De los tres segmentos mencionados anteriormente se pondrá énfasis en el tercer segmento, puesto que va a ser la fortaleza de la empresa debido a los servicios complementarios que tiene para ofrecer a entrenadores, dirigentes y deportistas de alto rendimiento que deseen mejorar sus marcas.

Tabla N° 41

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA DEMANDA DEL MERCADO

| AÑO | DEMANDA | OFERTA | D.P.I | OFERTA DEL PROYECTO |
|------------|----------------|---------------|-------------------|----------------------------|
| | D | O | DPI= D – O | 25% (DPI) |
| 2010 | 32907 | 12295 | 20612 | 5153 |
| 2011 | 33436 | 12217 | 21219 | 5305 |
| 2012 | 33965 | 12140 | 21825 | 5456 |
| 2013 | 34494 | 12062 | 22432 | 5608 |
| 2014 | 35023 | 11984 | 23039 | 5760 |
| 2015 | 35552 | 11907 | 23645 | 5911 |
| 2016 | 36081 | 11829 | 24252 | 6063 |

Fuente: Tabla N° 36 del presente documento

Elaboración: Belén Ponce

- **Tamaño e insumos:** Para determinar el tamaño en función de los insumos que se necesitarán para el proyecto es necesario contar con proveedores que abastezcan de productos en las diferentes áreas del Complejo como son:
 - Área de Habitaciones
 - Cocina

- Restaurant
- Salón de recepciones y convenciones
- Deportes
- Mantenimiento y limpieza

Se realizan los cálculos de compra a proveedores según los insumos que ocuparía el Complejo por mes, es así que se elabora un listado de productos de compra constante.

A continuación se presenta un cuadro de los principales proveedores de los productos que necesitará el Complejo para iniciar sus operaciones, también se establecerá una lista de proveedores eventuales en caso de incumplimiento de proveedores fijos, esto para satisfacer al máximo las necesidades de los futuros clientes.

Tabla N° 42

PROVEEDORES DE INSUMOS NECESARIOS PARA EL COMPLEJO

| PRODUCTO | UNIDAD | PROVEEDOR | CANTIDAD | C/ UNIT | C/ TOTAL |
|---------------------------------|--------|-----------------------|----------|------------|-----------|
| HABITACIONES | | | | | |
| Shampoo | U | AMENIGRAF | 120 | \$ 0,25 | \$ 30,00 |
| Acondicionador | U | AMENIGRAF | 120 | \$ 0,25 | \$ 30,00 |
| Jabón | U | AMENIGRAF | 120 | \$ 0,25 | \$ 30,00 |
| Crema de mano | U | AMENIGRAF | 120 | \$ 0,25 | \$ 30,00 |
| COCINA | | | | | |
| Carnes | Kg | LA IBERICA | 30 | \$ 2,50 | \$ 75,00 |
| Pollo | Kg | MR. POLLO | 30 | \$ 2,00 | \$ 60,00 |
| Frutas | Kg | RIO FRUIT | 50 | \$ 1,00 | \$ 50,00 |
| Legumbres | Kg | DICOSAVI | 50 | \$ 1,00 | \$ 50,00 |
| Víveres | U | DESPENSA AKI | 100 | \$ 2,00 | \$ 200,00 |
| Condimentos | U | DESPENSA AKI | 100 | \$ 0,50 | \$ 50,00 |
| Miscelaneos | U | DESPENSA AKI | 100 | \$ 1,50 | \$ 150,00 |
| RESTAURANT | | | | | |
| Servilletas de Papel | Pq | FAMILIA | 100 | \$ 0,60 | \$ 60,00 |
| Sorbetes | Pq | PLASTIECUADOR | 100 | \$ 0,80 | \$ 80,00 |
| Gaseosas | Caja | COCA COLA | 60 | \$ 7,50 | \$ 450,00 |
| Aguas | Caja | TESALIA CERVECERÍA | 120 | \$ 4,20 | \$ 504,00 |
| Cervezas | Caja | NACIONAL | 60 | \$ 7,90 | \$ 474,00 |
| Hidratantes | Caja | TESALIA | 120 | \$ 7,50 | \$ 900,00 |
| DEPORTES | | | | | |
| Cloro Piscina | Caneca | PRODUQUIM | 5 | \$ 28,50 | \$ 142,50 |
| MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA | | | | | |
| Desinfectante | Gl | DESPENSA AKI | 5 | \$ 5,00 | \$ 25,00 |
| Ambiental | Gl | DESPENSA AKI | 5 | \$ 5,00 | \$ 25,00 |
| Cloro | Gl | DESPENSA AKI | 5 | \$ 5,00 | \$ 25,00 |
| Indumentaria | U | KIWI | 2 | \$ 30,00 | \$ 60,00 |
| Material Eléctrico | Fondo | KIWI | 1 | \$ 50,00 | \$ 50,00 |
| Herramientas | Fondo | KIWI | 1 | \$ 100,00 | \$ 100,00 |

Elaboración: Belén Ponce

- **Tamaño y Financiamiento:** Para determinar el tamaño en función del financiamiento que el proyecto tendrá, se debe considerar las variables del mercado para que el proyecto pueda financiarse fácilmente o a su vez que presente los menores costos financieros, es por ello que se debe realizar una tabla de inversiones iniciales para que el proyecto pueda ejecutarse y de ahí determinar los montos que el proyecto requiere para buscar las fuentes de financiamiento más adecuadas.

Dentro de los rubros necesarios del proyecto se encuentran, la compra de activos fijos operativos, el pago de activos corrientes y el capital de trabajo, durante el primer año, presentados en el siguiente cuadro:

Tabla N° 43

CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL DE LA EMPRESA

| DESCRIPCIÓN | VALOR (USD) |
|--|--------------------|
| Activo Fijo | |
| Edificios | 120.000,00 |
| Salón de Recepciones | 40.000,00 |
| Canchas Deportivas | 82.000,00 |
| Muebles y Enseres | 97.300,00 |
| Muebles de oficina | 1.300,00 |
| Equipos de oficina | 1.000,00 |
| Equipos de computación | 3.000,00 |
| Subtotal | 344.600,00 |
| Pre operativos | |
| Constitución, Patentes, Licencias y Permisos | 1.500,00 |
| Subtotal | 1.500,00 |
| Capital de Trabajo | |
| Recursos Humanos | 1.000,00 |
| Servicios Básicos | 1.000,00 |
| Publicidad y Propaganda | 1.500,00 |
| Imprevistos | 229,50 |
| Requerimiento de caja | 1500,00 |
| Subtotal | 5.229,50 |
| Inversión total | 351.329,50 |

Elaboración: Belén Ponce

Para financiar el monto descrito en el cuadro anterior se cuenta con capital propio de \$ 250.000,00 dólares, los \$ 101.329,50 dólares restantes se los puede conseguir mediante préstamos en diferentes instituciones financieras mediante la modalidad de préstamo hipotecario con el Banco de Fomento o a su vez el Banco del IESS.

El plazo estimado para la cancelación total del monto conseguido mediante préstamo se encuentra dentro de un periodo de 5 años que es el propuesto en el presente proyecto.

- **Tamaño y Tecnología:** Para determinar el tamaño en función de la tecnología que va a utilizar el proyecto estará dado por los equipos que se utilicen en las distintas áreas del complejo, es así que se presenta un cuadro que describe las necesidades del proyecto con respecto a equipo y tecnología.

Tabla N° 44
EQUIPOS NECESARIOS PARA EL COMPLEJO

| PRODUCTO | PROVEEDOR | CANTIDAD | C/ UNIT | C/ TOTAL |
|---------------------------|--------------|----------|-------------|----------|
| HABITACIONES | | | | |
| SIMPLES | | | | |
| Cama, veladores y mesa | MODERMUEBLE | 1 | \$ 1.300,00 | \$ 1.300 |
| Colchón 2 plazas | ELECTROBAHÍA | 1 | \$ 300,00 | \$ 300 |
| Cobertor de colchón | TEXLAFAYET | 6 | \$ 20,00 | \$ 120 |
| Menaje | TEXLAFAYET | 12 | \$ 22,00 | \$ 264 |
| Juego de toallas | TEXLAFAYET | 12 | \$ 10,00 | \$ 120 |
| Cortinas con visillo | TEXLAFAYET | 1 | \$ 120,00 | \$ 120 |
| Lámparas | KIWI | 2 | \$ 30,00 | \$ 60 |
| Televisor | ELECTROBAHÍA | 1 | \$ 500,00 | \$ 500 |
| DOBLES | | | | |
| Cama, veladores y mesa | MODERMUEBLE | 1 | \$ 1.300,00 | \$ 1.300 |
| Cama extra, plaza y media | MODERMUEBLE | 1,00 | \$ 400,00 | \$ 400 |
| Colchón plaza y media | ELECTROBAHÍA | 2 | \$ 300,00 | \$ 600 |
| Cobertor de colchón | TEXLAFAYET | 12 | \$ 20,00 | \$ 240 |
| Menaje | TEXLAFAYET | 24 | \$ 22,00 | \$ 528 |
| Juego de toallas | TEXLAFAYET | 12 | \$ 10,00 | \$ 120 |
| Cortinas con visillo | TEXLAFAYET | 1 | \$ 120,00 | \$ 120 |
| Lámparas | KIWI | 2 | \$ 30,00 | \$ 60 |
| Televisor | ELECTROBAHÍA | 1 | \$ 500,00 | \$ 500 |

| TRIPLES | | | | |
|----------------------------|---------------|-----|-------------|----------|
| Cama, veladores y mesa | MODERMUEBLE | 1 | \$ 1.300,00 | \$ 1.300 |
| Cama extra, plaza y media | MODERMUEBLE | 2 | \$ 400,00 | \$ 800 |
| Colchón de plaza y media | ELECTROBAHÍA | 3 | \$ 300,00 | \$ 900 |
| Cobertor de colchón | TEXLAFAYET | 18 | \$ 20,00 | \$ 360 |
| Menaje | TEXLAFAYET | 36 | \$ 22,00 | \$ 792 |
| Juego de toallas | TEXLAFAYET | 36 | \$ 10,00 | \$ 360 |
| Cortinas con visillo | TEXLAFAYET | 1 | \$ 120,00 | \$ 120 |
| Lámparas | KIWI | 4 | \$ 30,00 | \$ 120 |
| Televisor | ELECTROBAHÍA | 1 | \$ 500,00 | \$ 500 |
| SUITE | | | | |
| Cama, veladores y mesa | MODERMUEBLE | 1 | \$ 1.300,00 | \$ 1.300 |
| Cama extra, plaza y media | MODERMUEBLE | 2 | \$ 400,00 | \$ 800 |
| Colchón de plaza y media | ELECTROBAHÍA | 2 | \$ 200,00 | \$ 400 |
| Cobertor de colchón | TEXLAFAYET | 12 | \$ 15,00 | \$ 180 |
| Menaje | TEXLAFAYET | 24 | \$ 18,00 | \$ 432 |
| Juego de toallas | TEXLAFAYET | 12 | \$ 10,00 | \$ 120 |
| Cortinas con visillo | TEXLAFAYET | 1 | \$ 120,00 | \$ 120 |
| Lámparas | KIWI | 2 | \$ 30,00 | \$ 60 |
| Televisor | ELECTROBAHÍA | 1 | \$ 500,00 | \$ 500 |
| Juego de Sala | MODERMUEBLE | 1 | \$ 400,00 | \$ 400 |
| Mini Refrigerador | ELECTROBAHÍA | 1 | \$ 500,00 | \$ 500 |
| COCINA | | | | |
| Cocina Industrial | EQUINDEKA | 3 | \$ 500,00 | \$ 1.500 |
| Horno Industrial | EQUINDEKA | 1 | \$ 600,00 | \$ 600 |
| Licuada industrial | EQUINDEKA | 2 | \$ 250,00 | \$ 500 |
| Freidora industrial | EQUINDEKA | 1 | \$ 500,00 | \$ 500 |
| Copas (docena) | IRVIX | 20 | \$ 12,00 | \$ 240 |
| Tazas (docena) | IRVIX | 7 | \$ 12,00 | \$ 84 |
| Platos (docena) | IRVIX | 7 | \$ 10,00 | \$ 70 |
| Cubiertos (docena) | IRVIX | 7 | \$ 7,50 | \$ 53 |
| RESTAURANT | | | | |
| Juego de mesa 4 sillas | MODERMUEBLE | 10 | \$ 500,00 | \$ 5.000 |
| Manteles, sobremanteles | TEXLAFAYET | 60 | \$ 7,50 | \$ 450 |
| Servilletas | TEXLAFAYET | 120 | \$ 1,00 | \$ 120 |
| DEPORTES | | | | |
| Piscina (Implementos) | SWIM SPORT | | | \$1530 |
| Gimnasio | IMAGO FITNESS | | | \$11748 |
| Canchas Deportivas | PRISELI | | | \$95500 |
| Centro de Alto Rendimiento | PRISELI | | | \$25000 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.2.4 ECONOMÍA DEL TAMAÑO

La economía del tamaño del presente proyecto estará dada por la proporción que existe entre la inversión y la capacidad de atención dentro del complejo, es decir que la inversión que requiere el proyecto se puede recuperar en un periodo determinado sea este a corto, mediano o largo plazo.

Dentro de un complejo turístico y deportivo como el propuesto en el presente proyecto no requiere de mayor estudio de capacidad de producción, puesto que el complejo se dedicará a la venta de servicios como hospedaje, alimentación, deportes y transporte.

4.2.2.5 TAMAÑO ÓPTIMO

El tamaño óptimo de la empresa se lo determinará tomando en cuenta todos los factores que permitirán dar el uso adecuado a los recursos del Complejo Turístico y Deportivo, para lo cual se toma en cuenta un terreno propio de 6528 mts² ubicado en la Av. Lizarzaburu junto al aeropuerto, esto permitirá que no se incurra en errores o gastos innecesarios.

4.2.2.6 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para determinar la localización del proyecto, se tomará en cuenta principalmente el terreno que se encuentra a disposición para construir el complejo Turístico y Deportivo ubicado en la Av. Lizarzaburu junto al aeropuerto, partiendo de ahí se analizarán todos los factores que influyen en la localización para la factibilidad del proyecto.

4.2.2.7 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA LOCALIZACIÓN

Tabla N°45

FACTORES QUE DETERMINAN LA RENTABILIDAD POR LOCALIZACIÓN

| FACTORES | | PUNTUACIÓN |
|-----------------|---|-------------------|
| Decisivos 60% | 1.1 Existencias de vías de comunicación | 5 |
| | 1.2 Seguridad de conducción | 5 |
| | 1.3 Intensidad de tránsito | 5 |
| | 1.4 Distancia que separa los centros urbanos mayores y requerido para llegar a ellos | 4 |
| | 1.5 Disponibilidad de agua | 5 |
| | 1.6 Disponibilidad de energía eléctrica | 5 |
| | 1.7 Disponibilidad de comunicaciones telefónicas | 5 |
| | 1.8 Disponibilidad de terrenos | 4 |
| | 1.9 Atractivos turísticos | 3 |
| | 1.10 Calidad de los desarrollo circunvecinos | 5 |
| | 1.11 Condiciones sociales | 5 |
| | 1.12 Condiciones de salubridad | 5 |
| Importantes 30% | 2.1 Proximidad a las vías principales | 5 |
| | 2.2 Costo de Arriendo | 5 |
| | 2.3 Condiciones del subsuelo | 5 |
| | 2.4 Topografía | 5 |
| Deseables 10% | 3.1 Disponibilidad de materiales y mano de obra | 4 |
| | 3.2 Condiciones meteorológicas | 5 |
| | 3.3 Facilidad en lo que toca a desagües | 5 |
| | TOTAL | 90 |

Elaboración: Belén Ponce

INTERPRETACIÓN: Una vez analizado los factores que influyen en la localización utilizando el método cualitativo por puntos, se ha obtenido una puntuación de 90 sobre 100, esto quiere decir que la localización para el presente proyecto es excelente, tomando en cuenta los criterios utilizados en la evaluación de la localización de proyectos turísticos.

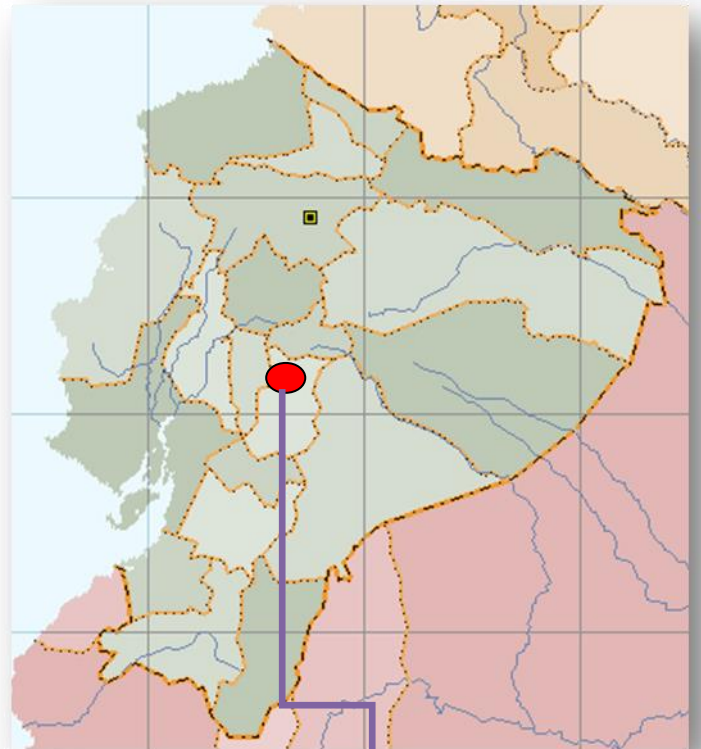
4.2.2.8 MACROLOCALIZACIÓN

El presente proyecto se desarrollará en Ecuador, en la ciudad de Riobamba que se encuentra ubicada a 188 km al sur de Quito. Es la capital de la provincia de Chimborazo. La ciudad de Riobamba ocupa 5637 Km² en el centro del territorio ecuatoriano es conocida como Sultana de los Andes levantada de manera racional y simétrica en una meseta rodeada de nevados.

La actual estructuración de la ciudad de Riobamba es el resultado de un largo proceso histórico que, arrancando en el periodo pre-colonial adquiere impulso luego de la llegada de los españoles, para, a las puertas de la etapa republicana tomar un giro decisivo luego del terremoto de 1797, a partir de ese momento se inicia la historia moderna y contemporánea de Riobamba.

A pocos minutos del Centro Histórico de la ciudad de Riobamba, en el sector norte se encuentra un lugar propicio para descansar y con el suficiente espacio para la práctica deportiva, es así que se espera una buena afluencia de turistas y deportistas en este lugar, es por ello que se ha considerado como el sitio propicio para implementar el Complejo Turístico y Deportivo “ALDEBARÁN”.

MACROLOCALIZACIÓN



4.2.2.9 MICROLOCALIZACIÓN

El proyecto propuesto para la creación del Complejo Turístico y Deportivo “ALDEBARÁN”, se encontrará ubicado en el Cantón Riobamba, dentro de la parroquia urbana Velasco, en la dirección Avenida Lizarzaburu S/N junto al Aeropuerto (sector norte). Se escogió este lugar puesto que se cuenta con un terreno propio que servirá para ejecutar el presente proyecto, así como también es el ingreso a la ciudad de Riobamba por el control norte lo que facilitaría la llegada de turistas y deportistas al complejo, además cuenta con todos los servicios básicos y requerimientos necesarios para ejecutar el proyecto.

A continuación se presenta un croquis de la ubicación del Complejo, donde se muestra las vías de acceso al lugar y referencias más cercanas.



4.2.2.10 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Antes de iniciar con las operaciones del Complejo Turístico y Deportivo “ALDEBARÁN”, es necesario dividir al complejo en áreas o sectores para ir definiendo los servicios en función al área que se maneje dentro del complejo así como también las consideraciones del turista o deportista en base a lo que su estadía lo requiera. Es así que el complejo se dividirá en las siguientes áreas:

Área de Habitaciones.- Debido a que los turistas prefieren un complejo deportivo que pueda ofrecer servicio de hospedaje para permanecer ahí más de un día. Esta área es la encargada de acomodar las habitaciones según el número de turistas que arriben al complejo.

Área de Cocina.- Está área estará encargada de la preparación de los alimentos según como el turista lo prefiera, sea el caso de que se necesite menús especiales para deportistas o clientes que ordenen ciertos tipos de menús, esta área estará en la capacidad de preparar lo que el cliente ordene.

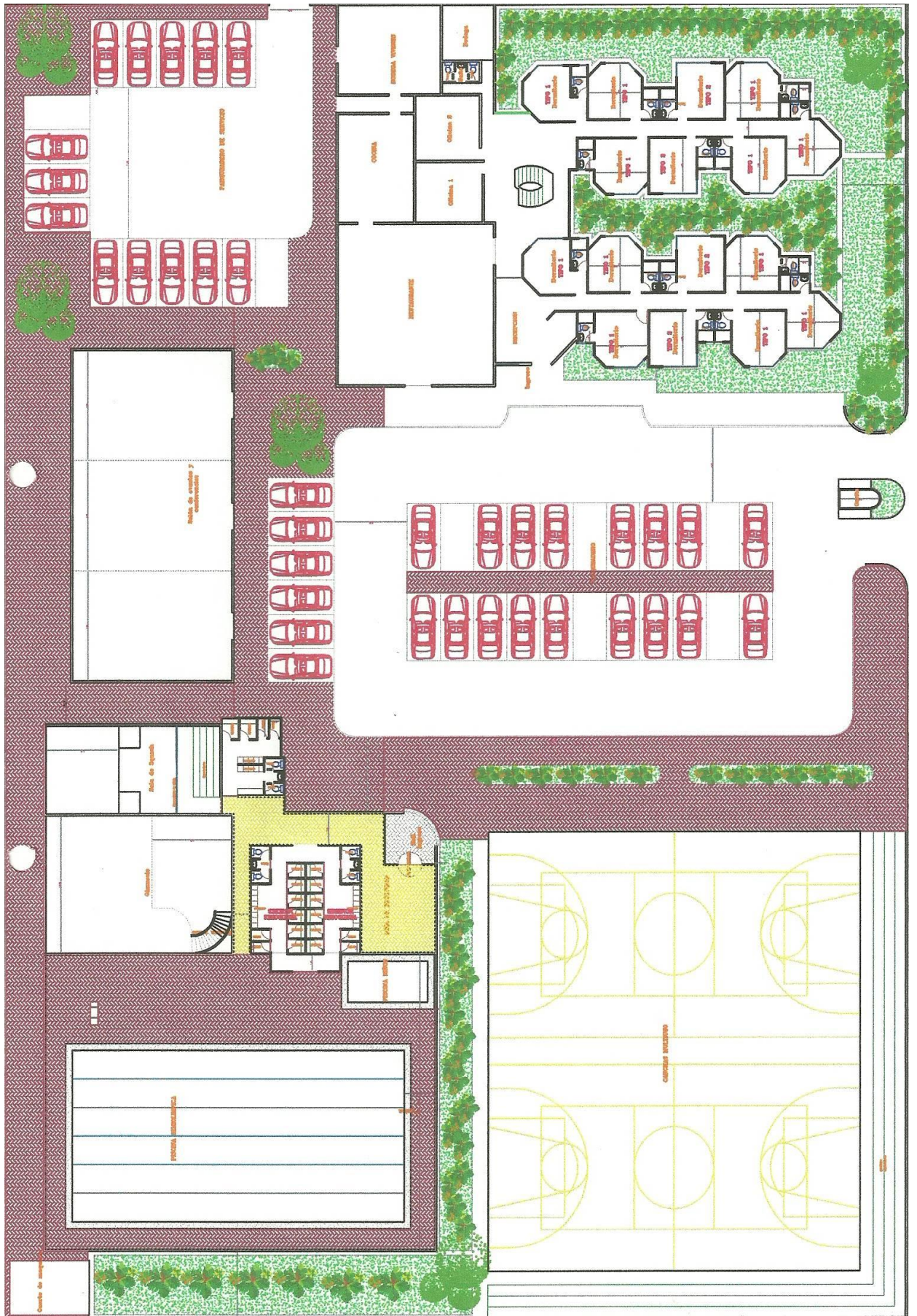
Área de Restaurant.- Puesto que el cliente necesita alimentarse dentro del complejo, esta área está en la responsabilidad de atender al número de turistas que demanden por día así como también ordenar el restaurante para el servicio en la mesa, a la carta o buffet.

Área de Deportes.- Debido a que el complejo además de ser turístico es deportivo, y se va a tener un número considerable de turistas que practican deportes, esta área será la encargada de atender a los turistas en los diferentes escenarios deportivos como piscinas, canchas, gimnasio, etc.

Área de Mantenimiento y limpieza.- Al utilizar constantemente el turista las instalaciones del complejo, se entiende que cada equipo utilizado sufrirá un desgaste o un desperfecto, entonces por este motivo se encuentra esta área que se encargará de buscar daños o desgastes en todos los equipos que se use en el complejo así como también el aseo y la limpieza diaria de todo el complejo.

4.2.2.11 OBRAS CIVILES E INFRAESTRUCTURA





4.2.2.12 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

Área de Recepción.-

- Recibir a los Turistas (5 min)
- Asignar habitaciones (3 min)
- Entregar llaves (2 min)
- Registrar al cliente (2 min)
- Cobro y facturación (3 min)

Tiempo Total estimado **15 minutos**

Área de Habitaciones.-

- Chequeo del Rack de habitaciones ocupadas (5 min)
- Recoger insumos y equipamiento de habitaciones (5 min)
- Limpieza y acomodación de habitaciones (5 min)

Tiempo Total estimado **15 minutos**

Área de Cocina.-

- Recoger el menú de Recepción (2 min)
- Proveerse desde bodega de víveres frutas y legumbres (30 min)
- Preparación del menú (1 h 30 min)
- Servicio por plato (3 min)

Tiempo Total estimado **2 horas 5 minutos**

Área de Restaurante.-

- Atender al cliente (2 min)
- Tomar el pedido (2 min)
- Servir el pedido (5 min)
- Pasar comanda (3 min)

Tiempo Total estimado **12 minutos**

Área de Deportes.-

- Recibir al cliente (2 min)
- Llevarle hasta las instalaciones (3 min)
- Proveerle de equipo (5 min)
- Cobrar o pasar cuenta a Recepción (5 min)

Tiempo Total estimado **15 minutos**

Área de Mantenimiento y limpieza.-

- Recibir fondo caja chica (10 min)
- Chequear las instalaciones (30 min)
- Generar reportes de daños (10 min)
- Compra de repuestos (60 min)
- Cambio de Repuestos (2 horas)
- Limpieza General (4 horas)

Tiempo Total estimado **7 horas 50 minutos**

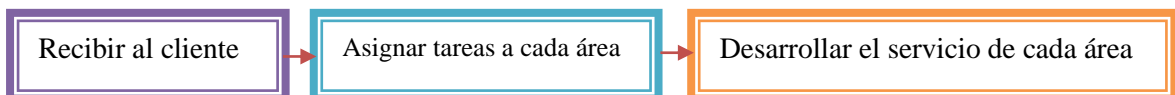
4.2.2.13 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Para el normal funcionamiento de cada área se necesita aplicar ciertos protocolos para cumplir con cada uno de los servicios del complejo y así satisfacer las expectativas de los clientes que nos visiten. Para ello se necesita asignar tareas a cada área antes, durante y después de la utilización del Complejo, cada tarea estará asignada desde la recepción y los encargados de cada área deberán cumplir con las tareas asignadas en el tiempo previsto como lo demuestra el siguiente gráfico.

Antes del Servicio:



Durante el servicio:



Después del servicio:



4.2.2.14 ANÁLISIS DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

El proceso de atención al cliente dentro del Complejo Turístico y Deportivo “ALDEBARÁN”, estará comprendido por los siguientes pasos:

- Seguridad
- Credibilidad
- Comunicación
- Comprensión
- Accesibilidad
- Cortesía
- Profesionalismo
- Capacidad de respuesta
- Fiabilidad

4.2.2.15 DETALLE DEL PROCESO

Seguridad.- Es bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.

Credibilidad.- Hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y modestos, sin prometer o mentir con tal de realizar la venta.

Comunicación.- Se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente-empresa.

Comprensión.- No se trata de sonreírles en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber que desea, cuando lo desea y como lo desea en un caso sería por orientarnos en su lugar.

Accesibilidad.- Para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente en sitio, hay que establecer un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, se trata de establecer acciones reales que permitan sacar el mayor provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

Cortesía.- Comprende la simpatía, el respeto y la amabilidad del personal, es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindarles una gran atención.

Profesionalismo.- Se dice que una persona es profesional no solo cuando se ha obtenido un título universitario sino cuando se desarrolla las destrezas necesarias y el conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, no solo las personas que se encuentran en el frente hacen el servicio si no todos.

Capacidad de respuesta.- Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.

Fiabilidad.- Es la capacidad de la organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contraer problemas. Este componente se ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.

4.2.2.16 REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS Y MATERIALES.

Antes de iniciar con las operaciones de la empresa es necesario determinar las inversiones primarias que constituirá el activo fijo de la empresa por cada área del complejo.

A continuación se presenta una tabla donde se detalla todo lo necesario con sus costos.

Tabla N° 46

CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL PARA EL COMPLEJO

| DESCRIPCIÓN | VALOR (USD) |
|--|--------------------|
| Activo Fijo | |
| Edificios | 120.000,00 |
| Salón de Recepciones | 40.000,00 |
| Canchas Deportivas | 82.000,00 |
| Muebles y Enseres | 97.300,00 |
| Muebles de oficina | 1.300,00 |
| Equipos de oficina | 1.000,00 |
| Equipos de computación | 3.000,00 |
| Subtotal | 344.600,00 |
| Pre operativos | |
| Constitución, Patentes, Licencias y Permisos | 1.500,00 |
| Subtotal | 1.500,00 |
| Capital de Trabajo | |
| Recursos Humanos | 1.000,00 |
| Servicios Básicos | 1.000,00 |
| Publicidad y Propaganda | 1.500,00 |
| Imprevistos | 229.50 |
| Requerimiento de caja | 1500,00 |
| Subtotal | 5.229,50 |
| Inversión total | 351.329,50 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.2.17 REQUERIMIENTOS DE RECURSOS HUMANOS

El presente proyecto requiere contratar un número de 13 empleados para atender a un promedio de 273 turistas por mes durante el primer año, cada empleado trabajará una jornada de 8 horas diarias completando 48 horas a la semana. Se entiende que el personal administrativo estará conformado por los accionistas de la empresa, de esta manera se divide el grupo de trabajadores de la siguiente manera:

Personal administrativo: 3

Personal de operaciones: 11

Personal de comercialización: 2

Tabla N° 47

PERSONAL REQUERIDO PARA EL PROYECTO

| REQUERIMIENTOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Demanda de turistas | 5456 | 5608 | 5760 | 5911 | 6063 |
| Número de turistas por mes | 273 | 280 | 288 | 296 | 303 |
| Personal administrativo | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Personal de operaciones | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 |
| Personal de Mantenimiento | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| TOTAL | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 |

Elaboración: Belén Ponce

La empresa también tomará en consideración las temporadas altas, los feriados y las pre-temporadas de los deportistas para tener un personal de contingencia cuando la demanda lo requiera, puesto que va a ser las temporadas donde más afluencia de turistas va a tener el Complejo.

4.2.2.18 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO

Para poder administrar los recursos humanos de la empresa de una manera eficiente, y de calidad es necesario ofrecer a los trabajadores del Complejo todas las facilidades para que se puedan desenvolver mejor en su área de trabajo, refiriéndose a la estabilidad laboral, remuneraciones justas y beneficios de ley, esto conllevará a una mejor organización empresarial y un buen servicio para el turista. De esta manera los puestos de trabajo se dividirán en:

- a) Gerente
- b) Contador
- c) Jefe de Operaciones
- d) Recepcionista
- e) Asistente de Recepción
- f) Ama de Llaves
- g) Asistente de Ama de Llaves
- h) Chef
- i) Ayudante de Cocina
- j) Meseros
- k) Entrenadores
- l) Guardia
- m) Mantenimiento

4.2.2.19 COSTOS DEL PROYECTO

Todos los servicios que ofertará el Complejo “ALDEBARÁN”, solo se puede hacer uso en el momento en el que el turista llegue al lugar y empiece a utilizar las instalaciones, es por ello que los servicios del complejo son intangibles, a continuación se presenta un cuadro que detallan los costos que va a tener el presente proyecto.

Tabla N° 48
COSTOS DEL PROYECTO

| INVERSIONES | CANTIDAD | VALOR | TOTAL |
|--------------------------------|-----------------|--------------|---------------|
| EDIFICIOS | | | |
| Hotel | 1 | \$ 99.000,00 | \$ 99.000,00 |
| Restaurante | 1 | \$ 12.000,00 | \$ 12.000,00 |
| Gimnasio | 1 | \$ 9.000,00 | \$ 9.000,00 |
| Salón de Recepciones | 1 | \$ 40.000,00 | \$ 40.000,00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 160.000,00 |
| CANCHAS DEPORTIVAS | | | |
| Cancha Polideportiva | 1 | \$ 27.000,00 | \$ 27.000,00 |
| Pista de Squash | 1 | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 |
| Piscina | 1 | \$45.000,00 | \$45.000,00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 82.000,00 |
| MUEBLES Y ENSERES | | | |
| Camas, veladores y mesa | 33 | \$ 1.100,00 | \$ 36.300,00 |
| Cama extra | 28 | \$ 400,00 | \$ 11.200,00 |
| Colchones | 53 | \$ 200,00 | \$ 10.600,00 |
| Cobertores de colchón | 53 | \$ 20,00 | \$ 1.060,00 |
| Menaje | 90 | \$ 18,00 | \$ 1.620,00 |
| Juego de Toallas | 53 | \$ 10,00 | \$ 530,00 |
| Cortinas con visillo | 33 | \$ 120,00 | \$ 3.960,00 |
| Lámparas | 66 | \$ 30,00 | \$ 1.980,00 |
| Televisores | 36 | \$ 500,00 | \$ 18.000,00 |
| Mini Refrigerador | 3 | \$ 500,00 | \$ 1.500,00 |
| Cocina industrial | 3 | \$ 500,00 | \$ 1.500,00 |
| Horno industrial | 1 | \$ 600,00 | \$ 600,00 |
| Licuada industrial | 2 | \$ 250,00 | \$ 500,00 |
| Microondas | 1 | \$ 433,50 | \$ 433,50 |
| Utensilios de cocina | 1 | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 |
| Freidora industrial | 1 | \$ 500,00 | \$ 500,00 |
| Copas (docena) | 20 | \$ 12,00 | \$ 240,00 |

| | | | |
|---------------------------------|-----|-----------|----------------------|
| Tazas (docena) | 7 | \$ 12,00 | \$ 84,00 |
| Platos (docena) | 7 | \$ 10,00 | \$ 70,00 |
| Cubiertos (docena) | 7 | \$ 7,50 | \$ 52,50 |
| Juegos de mesas 4 sillas | 10 | \$ 500,00 | \$ 5.000,00 |
| Manteles y cubremanteles | 60 | \$ 7,50 | \$ 450,00 |
| Servilletas | 120 | \$ 1,00 | \$ 120,00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 97.300,00 |
| MUEBLES DE OFICINA | | | |
| Modulares | 3 | \$ 200,00 | \$ 600,00 |
| Archivadores | 2 | \$ 100,00 | \$ 200,00 |
| Sillas y Sillones | 4 | \$ 35,00 | \$ 140,00 |
| Divisiones | 2 | \$ 50,00 | \$ 100,00 |
| Complementos | 1 | \$ 260,00 | \$ 260,00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 1.300,00 |
| EQUIPOS DE OFICINA | | | |
| Telefax | 1 | \$ 200,00 | \$ 200,00 |
| Conmutador | 1 | \$ 300,00 | \$ 300,00 |
| Caja Fuerte | 1 | \$ 300,00 | \$ 300,00 |
| Artículos Varios | 1 | \$ 200,00 | \$ 200,00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 1.000,00 |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | | | |
| Computador | 4 | \$ 500,00 | \$ 2.000,00 |
| Impresora | 2 | \$ 150,00 | \$ 300,00 |
| Módem | 1 | \$ 120,00 | \$ 120,00 |
| Tarjeta de Red | 1 | \$ 120,00 | \$ 120,00 |
| Complementos | 1 | \$ 460,00 | \$ 460,00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 3.000,00 |
| TOTAL ACTIVO FIJO | | | \$ 344.600,00 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.2.20 COSTOS PRE OPERATIVOS

En lo que compete a los gastos pre-operativos de la empresa se va a enunciar principalmente todos los permisos, patentes, licencias, permisos y demás documentos que exigen los departamentos gubernamentales para poder empezar a operar en la empresa.

Tabla N° 49

COSTOS PRE OPERATIVOS

| RUBRO | MONTO |
|------------------------------------|--------------------|
| Constitución de la compañía | \$ 400,00 |
| Minuta de Constitución | \$ 40,00 |
| Solicitud de Constitución | \$ 5,00 |
| Publicación en Diario | \$ 60,00 |
| Registro Mercantil | \$ 0,00 |
| Obtención del RUC | \$ 0,00 |
| Clave Patronal IESS | \$ 0,00 |
| Registro MINTUR | \$ 150,00 |
| Licencia Anual de Funcionamiento | \$ 150,00 |
| Patente Municipal | \$ 150,00 |
| Formulario Patente | \$ 3,50 |
| Tasa de Turismo | \$ 120,00 |
| Aporte anual a la CAPTUR | \$ 120,00 |
| Permiso de Bomberos | \$ 15,00 |
| Solicitud Uso del Suelo | \$ 3,50 |
| Arancel Uso del Suelo | \$ 3,00 |
| Fondo Mixto de Promoción Turística | \$ 150,00 |
| SAYCE | \$ 130,00 |
| TOTAL | \$ 1.500,00 |

Elaboración: Belén Ponce

Tabla N° 50

COSTOS EN CAPITAL DE TRABAJO

| DESCRIPCIÓN | VALOR TOTAL |
|---------------------------------------|--------------------|
| <i>RECURSO HUMANO</i> | |
| Personal administrativo | \$ 400,00 |
| Personal de operaciones | \$ 300,00 |
| Personal de comercialización | \$ 300,00 |
| Valor total | \$ 1.000,00 |
| <i>SERVICIOS BÁSICOS</i> | |
| Agua | \$ 100,00 |
| Energía eléctrica | \$ 200,00 |
| Internet | \$ 80,00 |
| Gas | \$ 500,00 |
| Teléfono | \$ 120,00 |
| Valor total | \$ 1.000,00 |
| <i>PUBLICIDAD Y PROPAGANDA</i> | |
| Cuñas en Radio Fórmula 3 | \$ 300,00 |
| Pautas en TVS | \$ 300,00 |
| Página WEB | \$ 400,00 |
| Gigantografías | \$ 200,00 |
| Diseño e impresión de Trípticos | \$ 300,00 |
| Valor total | \$ 1.500,00 |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | \$ 3.500,00 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

4.2.3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

- Efectuar un estudio administrativo y legal, para la organización de la empresa.
- Establecer la organización Técnica y Administrativa.
- Determinar la figura jurídica de la futura empresa.

4.2.3.2. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.2.3.2.1 LA ORGANIZACIÓN

El Complejo Turístico y Deportivo “ALDEBARÁN”, estará dirigido por el Gerente, quien será la persona encargada del manejo de los recursos económicos y humanos de la empresa así como su desarrollo y correcto desempeño.

La empresa tiene como objetivo principal brindar servicios de calidad y calidez en cada una de las áreas que conforman la misma, generando dentro del cliente interno un muy buen ambiente de trabajo y compañerismo entre quienes crean el equipo de trabajo del Complejo, esto se verá reflejado en la buena atención que recibirá el cliente externo y de esta manera satisfacer las necesidades del turistas y la superación de sus expectativas.

4.2.3.2.2 DEPARTAMENTALIZACIÓN

Los recursos con los que contará la empresa estarán distribuidos en base al tiempo, espacio, funciones y al factor económico permitiendo el desarrollo eficiente de las actividades, a cada recurso se le determinará un espacio en el que se podrá desenvolver teniendo en cuenta la distribución de la planta y la utilización de los recursos, así como la programación de las actividades de acuerdo a la prioridad de las mismas, y el interés

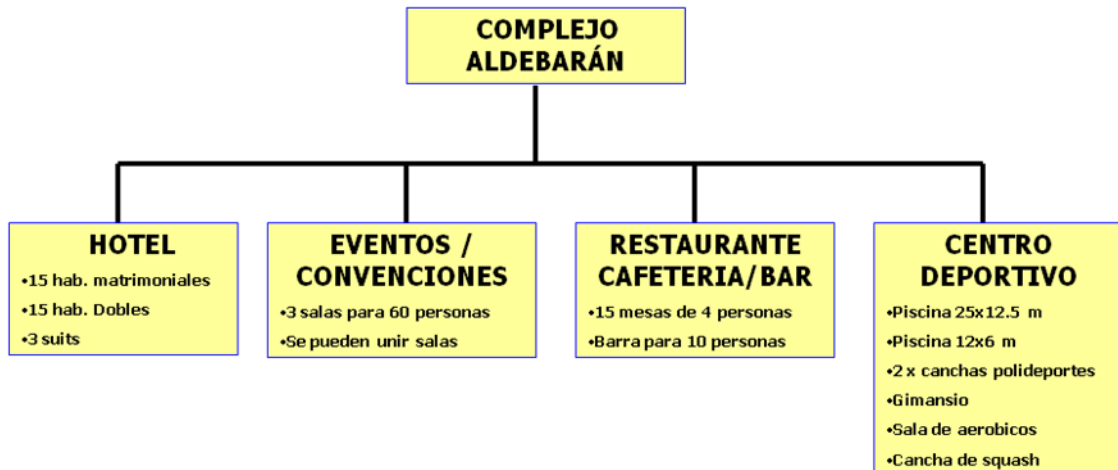
permanente por crear una cultura organizacional que permitan un mejor desenvolvimiento de las actividades y los niveles más altos de satisfacción del cliente.

El personal estará bajo el mando de un jefe que controlará el desempeño de las funciones que se les ha encomendado, su número variará de acuerdo a la temporada ya que se desea brindar una atención oportuna y de calidad con eficiencia en la atención al cliente.

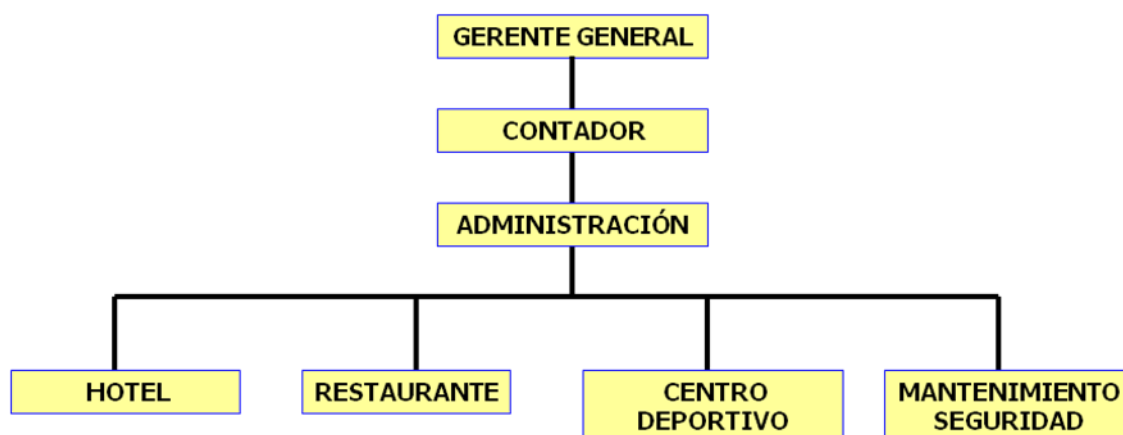
4.2.3.2.3 CRITERIO PARA LA DEPARTAMENTALIZACIÓN

Para realizar la departamentalización de la empresa planteada en el presente proyecto se va a tomar en cuenta el criterio funcional, para de esta manera ir distribuyendo los distintos departamentos con los que contará la empresa.

4.2.3.2.4 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



4.2.3.2.4.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL POR ÁREAS



4.2.3.2.5 DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

GERENTE GENERAL

El Departamento de Gerencia será el encargado de conseguir un mejor desempeño del personal que laborará en la empresa, para lo cual se ha determinado algunos parámetros que deberán cumplir y que permitirá alcanzar los objetivos empresariales.

Requisitos:

- Título de ingeniero en administración de empresas.
- Experiencia mínima de 3 años en el mismo cargo.
- Idiomas: español e inglés.
- Rasgos: motivación para dirigir.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de comunicación
- Dotes de psicología.
- Capacidad de escucha y observación.

- Espíritu de líder y constancia.

Funciones del Departamento de Gerencia:

Dentro de las principales funciones que deberá cumplir el Gerente están las de planificar, organizar, controlar y dirigir todas las operaciones de la empresa que tiene a su consideración, así como también estará a cargo del personal que labora en el Complejo, las delegaciones en cada departamento así como la motivación del personal para que pueda desempeñarse de la mejor manera, además el Gerente tiene como principal tarea la de Tomar Decisiones que favorezcan los intereses de la empresa.

Función Técnica: A través de esta función el Gerente debe proyectar, coordinar, y ponen en marcha todos los servicios turísticos que se ofertará. Esta función deriva 4 actividades:

- Planificación de tareas diarias que permitan un mejor desenvolvimiento de cada uno de los funcionarios de cada departamento.
- Coordinación de los servicios ofertados en cada departamento.
- Distribución de las plazas de forma equitativa, es decir no ofertar más de lo que demandan.
- Control permanente de las actividades realizadas.
- Evaluación diaria del desempeño de cada trabajador, para crear procesos de mejora continua en los servicios.

Tareas:

- Administrar de forma eficiente y eficaz los recursos de la Empresa.
- Trabajar para que los objetivos planteados por la empresa se cumplan de mejor manera.
- Asegurar que la empresa preste servicios de óptima calidad.
- Negociar con otras empresas para el desarrollo en conjunto del sector turístico.
- Desarrollar nuevas estrategias el correcto funcionamiento de la empresa.
- Planificar planes de capacitación periódicos, para fortalecer los conocimientos del personal.
- Dirigir la empresa para que pueda ser competitiva en todo el sector.

CONTADOR

Se encargará de administrar las ganancias del Complejo, pagar los sueldos, impuestos, créditos, reinvertir. Tiene a su cargo funciones contables y legales, por lo cual debe estar muy bien asesorado.

Este departamento además realiza estadísticas, presupuestos, inversiones, etc. Es uno de los departamento más importantes a nivel gerencial.

Requisitos:

- Título de ingeniería en contabilidad y auditoría.
- Alto conocimiento de la ley tributaria y leyes laboral.
- Experiencia en el puesto mínimo 3 años.
- Agilidad numérica

Funciones:

- Elaborar la información financiera que refleja el resultado de la gestión.
- Examinar y evaluar los resultados de la gestión, con la finalidad de expresar una opinión objetiva sobre los estados financieros y la gestión que los generó apegados a una ética del ejercicio profesional.
- Diseñar sistemas de información (contable y gerencial) mejorándolos y documentándolos.
- Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras.
- Llevar a cabo estudios de los problemas económicos y financieros que aquejen las empresas y las instituciones.
- Asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros, tales como presupuestos.
- Asesorar en aspectos fiscales y de financiamientos sanos a la gerencia.
- Crear un banco de información básica que haga posible darle seguimiento económico actualizado a las instituciones, sus planes y cumplimiento de metas.

- Presentar Balances en periodos de tiempo establecidos por el Gerente General que pueden ser trimestralmente, semestralmente o anualmente, los estados que deberá presentar son los siguientes: Estados financieros: de situación (balance general anual) y de resultados (pérdidas y ganancias).
- Se encargará de manejar toda la contabilidad de la empresa, manejar documentos transaccionales como: facturas, notas de venta, recibos, documentos financieros, etc.
- Administrará la parte financiera de la empresa como las ventas, los ingresos, egresos, costos y gastos.

Tareas:

- Presentar Balances en periodos de tiempo establecidos por el Gerente General que pueden ser trimestralmente, semestralmente o anualmente, los estados que deberá presentar son los siguientes: Estados financieros: de situación (balance general anual) y de resultados (pérdidas y ganancias).
- Se encargará de manejar toda la contabilidad de la empresa, manejar documentos transaccionales como: facturas, notas de venta, recibos, documentos financieros, etc.
- Administrará la parte financiera de la empresa como las ventas los ingresos y las comisiones.

JEFE DE OPERACIONES

Requisitos:

- Título de ingeniería o licenciatura en administración de empresas.
- Cursos en manejo de recurso humano, marketing estratégico, atención al cliente.
- Alta capacidad para relacionarse con el recurso humano.

Tareas:

- Administrar de forma eficiente y eficaz cada área del Complejo.
- Trabajar para que los objetivos planteados por la empresa se cumplan de mejor manera.
- Asegurar que la empresa preste servicios de óptima calidad.
- Negociar con otras empresas para el desarrollo en conjunto del sector turístico.
- Desarrollar nuevas estrategias el correcto funcionamiento de la empresa.
- Planificar planes de capacitación periódicos, para fortalecer los conocimientos del personal.
- Dirigir la empresa para que pueda ser competitiva en todo el sector.

RECEPCIONISTA**Requisitos:**

- Título de licenciatura en administración de empresas
- Cursos en informática, atención al cliente, primeros auxilios, hoteliría y turismo actualizado.
- Idiomas: español e inglés.
- Experiencia mínima 2 años.

Funciones

- Sostener una comunicación con el huésped.
- Registro y control de ingresos y salidas del huésped (check in – check out).
- Realizar cambios de habitaciones solicitados por los clientes
- Realizar bloqueos de habitaciones, autorizados por el departamento encargado, podría ser Gerencia, Piso y Habitaciones, Mantenimiento o Seguridad.
- Autorizar la prolongación de estadías y realizar las reservas fuera del horario normal de atención.
- Mantener una fluida comunicación con Caja y Facturación.

- Favorecer las relaciones interdepartamentales.
- Realizar tareas de control.

ASISTENTE DE RECEPCIÓN

Requisitos:

- Título en administración de empresas
- Manejo de español e inglés.
- Cursos de atención al cliente, primeros auxilios, sistemas hoteleros.
- Curso de hotelería y turismo actualizado.

Funciones

- Controlar y coordinar todas las reservaciones.
- Mantener el control sobre la exactitud de la información dada por los turistas.
- Vigilar y controlar los cupos de los intermediarios (agentes de viajes) para asegurarse de que no sobrepasen el número de habitaciones contratadas en cada categoría.
- Mantener relaciones cordiales con los intermediarios.
- Revisar y modificar las tarifas de las habitaciones según las temporadas, y las instrucciones del departamento de Gerencia.
- Asegurar que la base de datos del centro de cómputos se encuentre actualizada.
- Asegurar que toda solicitud de reserva sea contestada el mismo día.
- Asegurar la exactitud en la preparación de los informes, dando especial atención a las tendencias del mercado para prevenir sobreventa y aprovechar la demanda.

AMA DE LLAVES

El trabajo que debe realizar el ama de llaves y su asistente debe seguir un orden para garantizar el cumplimiento de todas las tareas.

Requisitos:

- Cursos de hotelería y turismo, curso de primeros auxilios, atención al cliente, planificación y control del departamento de ama de llaves.

- Mínimo 1 año de experiencia.
- Curso formal de higiene.

Funciones

- Limpiezas a fondo que requieran especial atención
- Inventarios del departamento
- Recepción de nuevas mercancías para el departamento

Al iniciar la jornada, el Recepcionista preparará las hojas de estado de todas las habitaciones del hotel donde figurarán:

- Las habitaciones de salida
- Las habitaciones de clientes que se quedan
- Llegadas y peticiones especiales

Al iniciar el turno de mañana, el ama de llaves debe recoger la hoja de estado que le corresponda y que le será entregada por Recepción.

En ella se indicarán las habitaciones que tiene asignadas y el estado de las mismas.

Montará el carro de limpieza con los utensilios y productos necesarios para la limpieza. También deberá coger la ropa (sábanas, toallas, etc.) necesaria según la ocupación reflejada en la hoja de asignación.

Repasará todas las habitaciones que aparecen libres en la hoja de estado, para asegurarse de que están en perfectas condiciones para ser ocupadas.

CHEF

Requisitos:

- Título en Gastronomía
- Higiene Básica (Bacterias)

- Almacenamiento y Control de Temperaturas
- Curso Formal de Higiene
- Higiene Alimentaria Básica.
- Experiencia mínima de 3 años en el campo laboral.
- Conocimiento en inglés

Funciones

- Manejo del personal de cocina
- Capacitación del personal de cocina
- Manejo de los alimentos
- Control de Costos del menú
- Controlar la calidad de los productos.

AYUDANTE DE COCINA

Requisitos:

- Título en Gastronomía
- Higiene Básica (Bacterias)
- Almacenamiento y Control de Temperaturas
- Curso Formal de Higiene
- Higiene Alimentaria Básica.
- Experiencia mínima de 3 años en el campo laboral.

Funciones:

- Cumplir con el horario establecido
- Acatar con disposición las órdenes del Chef.
- Mantener limpia la estación de trabajo
- Controlar la sanidad de los productos, insumos y equipos.
- Vestir uniforme y/o ropas apropiadas,
- Cubrir cortes y heridas con tiritas impermeables,

- Lavarse las manos frecuentemente, especialmente después de visitar los lavabos, comer, fumar, tocar residuos, limpiar, y manipular alimentos crudos,
- No fumar en las áreas de preparación de alimentos,
- Informar de cualquier enfermedad al supervisor antes de empezar a trabajar.

MESEROS

Requisitos:

- Personas con conocimiento de servicio y atención al cliente.
- Higiene Básica (Bacterias)
- Almacenamiento y Control de Temperaturas
- Curso Formal de Higiene
- Higiene Alimentaria Básica
- Higiene Persona
- Limpieza.
- Experiencia mínima 6 meses
- Edad máxima 30 años
- Conocimiento del idioma inglés
- Conocimiento de la producción.
- Cursos en atención al cliente y primeros auxilios.

Funciones

- Atender al cliente desde el momento que ingrese al local.
- Cumplir con el horario establecido
- Mantener siempre limpias las mesas y piso de su área
- Incentivar a los clientes a comprar los productos sugeridos por el jefe de cocina.
- Servir los productos de forma apropiada.
- Colaborar con el equipo de trabajo.

- Seguridad alimentaria.
- Vestir uniforme y/o ropas apropiadas.
- Cubrir cortes y heridas con tiritas impermeables.
- Lavarse las manos frecuentemente, especialmente después de visitar los lavabos, comer, fumar, tocar residuos, y limpieza.
- No fumar en las áreas de preparación de alimentos.
- Informar de cualquier enfermedad al supervisor antes de empezar a trabajar.

GUARDIA

Requisitos:

- Cursos de defensa personal y manejo de armas.
- Experiencia mínima 2 años.

Funciones:

- Cuidar el Complejo
- Brindar seguridad a los empleados de la empresa.
- Cuidar a los Huéspedes.
- Apoyar como bellboy.
- Proteger a la finca de extraños con intenciones dudosas.

MANTENIMIENTO

Requisitos:

- Conocimientos en instalaciones eléctricas
- Instalación de tuberías, gasfitería y plomería
- Mantenimiento de equipos de calefón
- Bombas de Agua
- Obra civil
- Limpieza General

Funciones:

- Chequeo de rutina en las Habitaciones (Instalaciones eléctricas y de agua).
- Mantenimiento de equipos del hotel
- Limpieza de corredores, pasillos, lobby, hall de recepción y ventanales.
- Control diario de las habitaciones del hotel
- Reparación de cualquier desperfecto que se presente en el hotel

4.2.3.2.6 PASOS A SEGUIR EN LA SELECCIÓN DEL PERSONAL

Para la selección del personal de la empresa se tomará algunos aspectos importantes los cuáles permitirán elegir al personal más idóneo de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la empresa. Para lo cual nos basaremos en los siguientes aspectos:

- a. Análisis del cargo.-** El Jefe de Operaciones determinará el área en el que se debe suplir un cargo, los requerimientos necesarios que deberá poseer, las funciones a desempeñar, el horario de trabajo y sobretodo el sueldo que esa persona va a recibir.
- b. Requisitos del cargo.-** Para la ejecución de las actividades que se realizarán se contratará personal de una edad mínima de 20 años con un considerable grado de experiencia y habilidades, que posea un título académico cuyo nivel de estudio varía de acuerdo al cargo a desempeñar.
- c. Reclutamiento de aspirantes al cargo.-** Para la búsqueda del personal se realizarán avisos publicitarios tanto en periódicos locales y radio, detallando los requerimientos de la empresa.
- d. La entrevista.-** Se determinará un cierto tiempo para la realización de la entrevista con los candidatos al cargo, aquí se verificará la documentación entregada, y a su vez nos permitirá conocer la capacidad, educación, experiencia laboral de cada uno de ellos.
- e. Exámenes técnicos.-** Mediante este aspecto realizaremos una prueba de acuerdo al cargo, conoceremos el desenvolvimiento del candidato y nos aseguraremos de sus habilidades y capacidades, se realizará también un examen

psicológico que nos ayudará a evitar problemas de conducta de esa persona en el futuro.

- f. **Decisión del contrato.-** Se lo determinará por los resultados de los aspectos ya mencionados determinando a la persona idónea de asumir el cargo, y llegando a un acuerdo sobre sus obligaciones y deberes para proceder a la redacción y firma del contrato.

4.2.3.3ASPECTO LEGAL

4.2.3.3.1 ESTATUTOS DEL COMPLEJO TURÍSTICO – DEPORTIVO Y RECREATIVO “ALDEBARÁN”

Para establecer un tipo de sociedad jurídica que garantice el cumplimiento de los objetivos de la empresa debemos determinar con claridad el tipo de compañía que permita desarrollar nuestras actividades, por lo que se considera que la que mejor se adapta a los intereses del Complejo es la que se denomina COMPAÑÍA LIMITADA.

El tipo de empresa que se desea establecer, es una Compañía Limitada por la facilidad en algunos de los aspectos que nos convienen como empresa ya que los objetivos de la misma.

Capítulo Primero

CONSTITUCIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO – DEPORTIVO Y RECREATIVO “ALDEBARÁN” EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA.-

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en la celebración del presente contrato la señora **María Belén Ponce Franco**, de estado civil casada, con Cédula de Ciudadanía N° **091434055-9**, y el señor **Walter Aldaz Ricaurte**, de estado civil casado, con Cédula de Ciudadanía N° **060191171-2**, por sus propios derechos, de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, domiciliados y residentes en la ciudad de Riobamba,

provincia de Chimborazo, con el objeto de constituir una Compañía Limitada al tenor de los siguientes artículos:

SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada **ALDEBARÁN CÍA. LTDA.**, la misma que se regirá por la leyes ecuatorianas; de manera especial por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

TERCERA.- ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA ALDEBARÁN CÍA. LTDA.-

DENOMINACIÓN, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO Y PLAZO DE DURACIÓN.-

ARTÍCULO UNO.- DENOMINACIÓN.- La compañía tendrá la denominación de “**ALDEBARÁN CÍA. LTDA.**”

ARTÍCULO DOS.- NACIONALIDAD.- La compañía tiene condición nacional ecuatoriana. Está sujeta a las leyes vigentes del Ecuador, especialmente a la de compañías y al presente estatuto.

ARTÍCULO TERCERO.- DOMICILIO.- El domicilio principal de la Compañía es el cantón Riobamba, sin perjuicio de que, en forma prevista en los estatutos, pueda establecer sucursales, agencias, oficinas, representaciones y establecimientos en cualquier lugar del país o en el exterior, conforme a las disposiciones legales correspondientes.

ARTÍCULO CUATRO.- OBJETO.- La compañía tiene por objeto: la prestación de servicios turísticos como hospedaje, alimentación, transporte, instalaciones deportivas, así como también alquiler de salón de eventos, incrementando sus servicios, si ello es conveniente a sus intereses.

ARTÍCULO CINCO.- PLAZO.- La compañía tendrá un plazo de duración de veinte años, contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura de constitución en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía.

Este plazo podrá ser prorrogado o disminuido, en virtud de resolución adoptada por la Junta General de Socios.

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL.-

ARTÍCULO SEIS.- CAPITAL SOCIAL.- El Capital social de la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América divididos en cuatrocientas participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerario en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SIETE.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la ley y en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

ARTÍCULO OCHO.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTÍCULO NUEVE.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponda; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la

escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO DIEZ.- Todas las participaciones son de igual calidad los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO ONCE.- Las participaciones de esta compañía podrán transmitirse por herencia y cederse, de preferencia a los mismos socios, previo el consentimiento unánime del capital social, expresado en Junta General. La cesión se celebrará por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTÍCULO DOCE.- En las juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

DE LOS SOCIOS, DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES.-

ARTICULO TRECE.- Son obligaciones de los socios:

- a) Las que señala la Ley de Compañías,
- b) Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la junta general de socios, el presidente y el gerente,
- c) Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en a compañía cuando y en la forma que decida la Junta General de socios; y,

- d) Las demás que señalen estos estatutos.

ARTICULO CATORCE.- los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- a) Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios. personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;
- b) Elegir y ser elegido para los órganos de administración;
- c) A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones. lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía,
- d) Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTÍCULO QUINCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO DIECISEIS.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTÍCULO DIECISIETE.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta General de socios en la modalidad de Junta Universal, esto es, que la Junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo

sanción de nulidad o acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTÍCULO VEINTE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTÍCULO VEINTIUNO.- El quórum para las sesiones de Junta General de socios, en la primera convocatoria será más de la mitad del capital social y en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTÍCULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- Las resoluciones de la Junta General de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Las sesiones de Junta General de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTÍCULO VEINTICINCO.- Las actas de las sesiones de Junta General de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de Junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTÍCULO VEINTISEÍS.- Son atribuciones privativas de la Junta General de socios:

- a) Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración; y, en general resolver cualquier reforma a estos estatutos;
- b) Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;
- c) Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores;
- d) Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios;
- f) Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley;
- g) Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;
- h) Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto;
- i) Acordar la venta o gravamen de los bienes inmuebles de la compañía;
- j) Aprobar los reglamentos de la compañía;
- k) Aprobar el presupuesto de la compañía;
- l) Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía;
- m) Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTÍCULO VEINTISIETE.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTÍCULO VEINTIOCHO.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la Junta General de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTINUEVE.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

- a) Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la Junta General de socios;
- b) Convocar y presidir las sesiones de Junta General de socios y suscribir las actas;
- c) Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;
- d) Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta General de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;
- e) Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;
- f) Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la Junta General de socios.

ARTÍCULO TREINTA.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta General de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

- a) Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;
- b) Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;
- c) Dirigir la gestión económico financiera de la compañía;
- d) Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;
- e) Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;
- f) Realizar inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará

conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

- g) Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;
- h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;
- i) Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de Junta General;
- j) Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones;
- k) Presentar a la Junta General de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico;
- l) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de socios;
- m) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta General de socios.

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA.-

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y TRES.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía es de CUATROCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA, que ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma:

TABLA N. 51

PARTICIPACIONES DE CAPITAL

| SOCIOS | No. PARTIC. | CAPITAL SUSCRITO | CAPITAL PAGADO |
|-----------------------|------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| María Belén Ponce | 200 | 200 | 200 |
| Walter Aldaz Ricaurte | 200 | 200 | 200 |
| TOTAL | 400 | 400 USD | 400 USD |

El valor ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta Integración de Capital, en el Banco del Pacífico, sucursal Riobamba, como consta en el certificado de depósito, que se agrega a la presente escritura. Los socios de la compañía por unanimidad nombran al señor Dr. Franklin Berrones para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera Junta General de socios, en la que se designará presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

(f) El Abogado

4.2.3.3.2 TRÁMITES DE PUESTA EN MARCHA

CERTIFICADO DEL MINISTERIO DE TURISMO

Obligación: Obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo.

Requisitos:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
3. Copia del R.U.C.
4. Copia de la cédula de identidad.
5. Copia de la papeleta de votación.
6. Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
8. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia).
10. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad.

Sanción: El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del establecimiento.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

AFILIACIÓN A CÁMARAS DE TURISMO

Obligación: Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales.

Base Legal: Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento

LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Obligación: A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá POR UNA SOLA VEZ a cualquiera de los diversos centros de recaudación y cancelará:

- Patente Municipal
- Tasa de Turismo
- Aporte Anual a CAPTUR
- Permiso de Bomberos.

Requisitos:

- 1.- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,
- 2.- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal,
- 3.- Copia del RUC actualizado.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

PATENTE MUNICIPAL

Obligación: Obtener el permiso de Patente, TODOS los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Base Legal: Ley de Régimen Municipal: Art. 381 al 386

USO DE SUELO

Obligación: Obtener el permiso de Uso de Suelo para desarrollar una actividad comercial.

Base Legal: Ordenanza Municipal

PERMISO DE BOMBEROS

Obligación: Pagar este permiso anualmente los propietarios de establecimientos comerciales.

Base Legal: Ley de defensa contra Incendios.

PRESENTAR BALANCES

Obligación: Presentar a la Superintendencia de Compañías Balance Anual, estado de Pérdidas y Ganancias; memorias e informes de los administradores y de organismos de vigilancia; nómina de los administradores, representantes regales y socios o accionistas.

Base legal: Ley de Compañías (Art. 20), Reglamento que establece la información y documentos que están obligados a remitir a la Superintendencia de Compañías, las sociedades sujetas a su vigilancia y control.

Las compañías sujetas a control de la Superintendencia de Compañías deben remitir a esta entidad, de conformidad con lo determinado en los artículos 20 y 23 de la Ley de Compañías, la siguiente información:

INFORMACIÓN

- a) Estados financieros: de situación (balance general anual) y de resultados (pérdidas y ganancias), debidamente suscritos por el representante legal y el contador;
- b) Informe o memoria presentado por el representante legal, a la junta general de accionistas o socios que conoció y adoptó resoluciones sobre los estados financieros;

- c) Informes de los comisarios o del consejo de vigilancia presentados a la junta general de accionistas o de socios que conoció y adoptó resoluciones sobre los estados financieros;
- d) Informe de auditoría externa, si en función del monto total de activos del ejercicio económico anterior están obligados a contratarla, de acuerdo a las resoluciones emitidas por esta Superintendencia;
- e) Nómina de administradores o representantes legales;
- f) Nómina de accionistas o socios inscritos en el libro de acciones y accionistas o participaciones y socios, a la fecha de cierre de los estados financieros; y,
- g) Los demás datos que se establecen en este reglamento.

Las compañías de responsabilidad limitada, cuyos activos totales sean inferiores a cuatrocientos dólares, remitirán los documentos señalados en el artículo anterior, con excepción de los mencionados en los literales b), c) y d).

Los estados financieros y la nómina de accionistas o socios serán presentados en los formularios únicos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, deben estar firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

DERECHOS AUTORES Y COMPOSITORES

Obligación: Pagar a SAYCE derechos por difusión pública de música.

Base Legal: Ley de Propiedad Intelectual.

4.2.4 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.2.4.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

- Determinar las fuentes de financiamiento necesarias para ejecutar el proyecto, la distribución óptima de los recursos obtenidos y prever el rendimiento económico de los mismos.

4.2.4.2 PLAN DE INVERSIONES

El plan de inversiones iniciales de una empresa, es el punto donde se determina la cantidad necesaria de capital para poner en marcha e iniciar las operaciones del Complejo “ALDEBARÁN”, a su vez que también se busca determinar las fuentes de financiamiento, el funcionamiento económico de la empresa y el beneficio a corto plazo de las inversiones realizadas.

El monto al cual asciende el financiamiento que necesita la empresa es de **\$351.329,50**, el cual se lo va a gestionar mediante instituciones financieras, determinando como la mejor opción al Banco Nacional de Fomento solicitando un crédito de **\$ 101.329,50**, a una tasa de interés anual del 9.4%, en un plazo de 5 años, esto ayudará para la compra de activos fijos y operacionales, el pago de activos corrientes y el capital de trabajo para funcionar durante el primer año de operaciones.

Tabla N° 52

RESUMEN PLAN DE INVERSIONES

| RUBRO | VALOR (USD) |
|---------------------------------|------------------------|
| Activos fijos operativos | |
| EDIFICIOS | 120.000,00 |
| SALÓN DE RECEPCIONES | 40.000,00 |
| CANCHAS DEPORTIVAS | 82.000,00 |
| MUEBLES Y ENSERES | 97.300,00 |
| MUEBLES DE OFICNA | 1.300,00 |
| EQUIPOS DE OFICNA | 1.000,00 |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | 3.000,00 |
| Subtotal | 344.600,00 |

| | |
|---|-----------------|
| Activos diferidos (capital de trabajo) | |
| RECURSO HUMANO | 1.000,00 |
| PUBLICIDAD Y PROPAGANDA | 1.500,00 |
| SERVICIOS BÁSICOS | 1.000,00 |
| PERMISOS | 1.500,00 |
| IMPREVISTOS | 229,50 |
| Subtotal | 5.229,50 |

| | |
|------------------------|-------------|
| Requerimientos de caja | \$ 1.500,00 |
|------------------------|-------------|

| | |
|------------------------|-------------------|
| Inversión total | 351.329,50 |
|------------------------|-------------------|

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.3 FINANCIAMIENTO

La empresa legalmente constituida, una vez que empiecen las operaciones tendrá que registrarse a los artículos estipulados en la ley, uno de ellos corresponden al Servicio de Rentas Internas, que es el organismo de control de impuestos que deberá cumplir la empresa.

La empresa contará con un departamento contable al cual se le han asignado tareas relacionadas estrictamente con el funcionamiento financiero de toda la empresa, la declaración oportuna de impuestos y el monitoreo permanente de las cuentas que se manejan al interior del complejo, para evitar problemas fiscales en un futuro.

Del 100% de la inversión que son \$ 351.329,50, la empresa cuenta con capital propio de \$ 250.000,00 y su diferencia de \$ 101.329,50 se incurrirá en un financiamiento bancario, cuyos costos adicionales por el servicio de deuda corresponden a un 9.4% anual, que se deberá cancelar por concepto de intereses, como se lo demuestra en la siguiente tabla que representa la amortización del crédito otorgado por el Banco Nacional de Fomento, obteniendo cuotas fijas mensuales de \$2.092.31, para un periodo de 5 años.

4.2.4.3.1 AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

| PERÍODO | DEUDA | INTERES | CAPITAL | CUOTA | CUOTA FIJA |
|---------|------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 101.329,50 | | 101.329,50 | | |
| | | | | mensual | 1688,83 |
| | | | 60 meses | | |
| | | | 9,4% anual | | |
| 1 | 101.329,50 | 793,75 | 1.688,83 | 2.482,57 | 2.092,31 |
| 2 | 99.640,67 | 780,52 | 1.688,83 | 2.469,34 | 2.092,31 |
| 3 | 97.951,84 | 767,29 | 1.688,83 | 2.456,11 | 2.092,31 |
| 4 | 96.263,01 | 754,06 | 1.688,83 | 2.442,89 | 2.092,31 |
| 5 | 94.574,18 | 740,83 | 1.688,83 | 2.429,66 | 2.092,31 |
| 6 | 92.885,35 | 727,60 | 1.688,83 | 2.416,43 | 2.092,31 |
| 7 | 91.196,52 | 714,37 | 1.688,83 | 2.403,20 | 2.092,31 |
| 8 | 89.507,69 | 701,14 | 1.688,83 | 2.389,97 | 2.092,31 |
| 9 | 87.818,86 | 687,91 | 1.688,83 | 2.376,74 | 2.092,31 |
| 10 | 86.130,03 | 674,69 | 1.688,83 | 2.363,51 | 2.092,31 |
| 11 | 84.441,20 | 661,46 | 1.688,83 | 2.350,28 | 2.092,31 |
| 12 | 82.752,37 | 648,23 | 1.688,83 | 2.337,05 | 2.092,31 |
| 13 | 81.063,54 | 635,00 | 1.688,83 | 2.323,82 | 2.092,31 |
| 14 | 79.374,71 | 621,77 | 1.688,83 | 2.310,59 | 2.092,31 |
| 15 | 77.685,88 | 608,54 | 1.688,83 | 2.297,36 | 2.092,31 |
| 16 | 75.997,05 | 595,31 | 1.688,83 | 2.284,14 | 2.092,31 |
| 17 | 74.308,22 | 582,08 | 1.688,83 | 2.270,91 | 2.092,31 |
| 18 | 72.619,39 | 568,85 | 1.688,83 | 2.257,68 | 2.092,31 |
| 19 | 70.930,56 | 555,62 | 1.688,83 | 2.244,45 | 2.092,31 |
| 20 | 69.241,73 | 542,39 | 1.688,83 | 2.231,22 | 2.092,31 |
| 21 | 67.552,90 | 529,16 | 1.688,83 | 2.217,99 | 2.092,31 |
| 22 | 65.864,07 | 515,94 | 1.688,83 | 2.204,76 | 2.092,31 |
| 23 | 64.175,24 | 502,71 | 1.688,83 | 2.191,53 | 2.092,31 |
| 24 | 62.486,41 | 489,48 | 1.688,83 | 2.178,30 | 2.092,31 |
| 25 | 60.797,58 | 476,25 | 1.688,83 | 2.165,07 | 2.092,31 |
| 26 | 59.108,75 | 463,02 | 1.688,83 | 2.151,84 | 2.092,31 |
| 27 | 57.419,92 | 449,79 | 1.688,83 | 2.138,61 | 2.092,31 |
| 28 | 55.731,09 | 436,56 | 1.688,83 | 2.125,39 | 2.092,31 |
| 29 | 54.042,26 | 423,33 | 1.688,83 | 2.112,16 | 2.092,31 |
| 30 | 52.353,43 | 410,10 | 1.688,83 | 2.098,93 | 2.092,31 |
| 31 | 50.664,60 | 396,87 | 1.688,83 | 2.085,70 | 2.092,31 |
| 32 | 48.975,77 | 383,64 | 1.688,83 | 2.072,47 | 2.092,31 |
| 33 | 47.286,94 | 370,41 | 1.688,83 | 2.059,24 | 2.092,31 |
| 34 | 45.598,11 | 357,19 | 1.688,83 | 2.046,01 | 2.092,31 |
| 35 | 43.909,28 | 343,96 | 1.688,83 | 2.032,78 | 2.092,31 |
| 36 | 42.220,45 | 330,73 | 1.688,83 | 2.019,55 | 2.092,31 |
| 37 | 40.531,62 | 317,50 | 1.688,83 | 2.006,32 | 2.092,31 |
| 38 | 38.842,79 | 304,27 | 1.688,83 | 1.993,09 | 2.092,31 |
| 39 | 37.153,96 | 291,04 | 1.688,83 | 1.979,86 | 2.092,31 |
| 40 | 35.465,13 | 277,81 | 1.688,83 | 1.966,64 | 2.092,31 |
| 41 | 33.776,30 | 264,58 | 1.688,83 | 1.953,41 | 2.092,31 |
| 42 | 32.087,47 | 251,35 | 1.688,83 | 1.940,18 | 2.092,31 |
| 43 | 30.398,64 | 238,12 | 1.688,83 | 1.926,95 | 2.092,31 |
| 44 | 28.709,81 | 224,89 | 1.688,83 | 1.913,72 | 2.092,31 |
| 45 | 27.020,98 | 211,66 | 1.688,83 | 1.900,49 | 2.092,31 |
| 46 | 25.332,15 | 198,44 | 1.688,83 | 1.887,26 | 2.092,31 |
| 47 | 23.643,32 | 185,21 | 1.688,83 | 1.874,03 | 2.092,31 |
| 48 | 21.954,49 | 171,98 | 1.688,83 | 1.860,80 | 2.092,31 |
| 49 | 20.265,66 | 158,75 | 1.688,83 | 1.847,57 | 2.092,31 |
| 50 | 18.576,83 | 145,52 | 1.688,83 | 1.834,34 | 2.092,31 |
| 51 | 16.888,00 | 132,29 | 1.688,83 | 1.821,11 | 2.092,31 |
| 52 | 15.199,17 | 119,06 | 1.688,83 | 1.807,89 | 2.092,31 |
| 53 | 13.510,34 | 105,83 | 1.688,83 | 1.794,66 | 2.092,31 |
| 54 | 11.821,51 | 92,60 | 1.688,83 | 1.781,43 | 2.092,31 |
| 55 | 10.132,68 | 79,37 | 1.688,83 | 1.768,20 | 2.092,31 |
| 56 | 8.443,85 | 66,14 | 1.688,83 | 1.754,97 | 2.092,31 |
| 57 | 6.755,02 | 52,91 | 1.688,83 | 1.741,74 | 2.092,31 |
| 58 | 5.066,19 | 39,69 | 1.688,83 | 1.728,51 | 2.092,31 |
| 59 | 3.377,36 | 26,46 | 1.688,83 | 1.715,28 | 2.092,31 |
| 60 | 1.688,53 | 13,23 | 1.688,83 | 1.702,05 | 2.092,31 |
| | | 24.209,24 | 101.329,50 | 125.538,74 | 125.538,74 |

4.2.4.3.2 Políticas de cobros y pagos

| POLÍTICA COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS | DIAS |
|---|-------------|
| Caja | 0 |
| Crédito a clientes (locales) | 0 |
| Crédito a clientes (extranjeros) | 0 |
| Crédito de proveedores | 15 |
| Inventario de productos terminados | 0 |
| Inventarios de productos en proceso | 0 |
| Inventario de materias primas | 0 |
| Inventario de materiales indirectos | 0 |
| Períodos de amortización de activos diferidos | 0 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.3.3 Condiciones de los activos fijos

| RUBRO | Vida útil (años) | Mantenimiento | Seguros | Depreciación |
|---------------------------------|-------------------------|----------------------|----------------|---------------------|
| Activos fijos operativos | | | | |
| EDIFICIOS | 40 | - | | - |
| SALÓN DE RECEPCIONES | 40 | - | | - |
| CANCHAS DEPORTIVAS | 10 | 5% | | 10% |
| MUEBLES Y ENSERES | 10 | 5% | | 10% |
| MUEBLES DE OFICNA | 10 | 5% | | 10% |
| EQUIPOS DE OFICNA | 5 | 5% | | 20% |
| EQ. DE COMPUTACIÓN | 5 | 5% | | 20% |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.4 DEPRECIACIONES

La depreciación es un proceso para asignar de forma sistemática y racional el coste de un bien de capital a lo largo de su periodo de vida. La depreciación contabiliza la disminución del potencial de utilidad de los activos invertidos en un negocio, ya sea por la pérdida de valor debida al desgaste físico derivado de la utilización habitual del bien - como en el caso de la maquinaria-, por el deterioro que provoca la acción de los elementos -como en el caso de un edificio antiguo o la erosión de la tierra- o debido a la obsolescencia causada por cambios tecnológicos y la introducción de nuevas y mejores máquinas y métodos de producción. Sin embargo, no se trata de reflejar la caída del valor de mercado de los activos.

En contabilidad se utilizan distintos métodos para calcular la cantidad que debe cargarse en concepto de depreciación periódica. El método que se utilizará en el presente proyecto será el método de Línea Recta aplicando una tasa de depreciación constante para todo el periodo de vida de los activos, para el cual se requieren datos acerca del valor de adquisición, el valor residual, y la vida útil del activo.

$$\text{Fórmula: } d = \frac{\text{Valor Adquisición} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

4.2.4.4.1 Costos y Gastos de Depreciación y Seguros

| | INVERSIONES | | | | | |
|---------------------------------|--------------|---------------|---------|------------------|------------------|----------|
| | Depreciación | Mantenimiento | Seguros | Depreciación | Mantenimiento | Seguros |
| | PORCENTAJE | | | USD | | |
| Activos fijos operativos | | | | | | |
| EDIFICIOS | 0,00% | 5,00% | 0,00% | - | 6.000,00 | - |
| SALÓN DE RECEPCIONES | 0,00% | 5,00% | 0,00% | - | 2.000,00 | - |
| CANCHAS DEPORTIVAS | 10,00% | 5,00% | 0,00% | 8.200,00 | 4.100,00 | - |
| MUEBLES Y ENSERES | 10,00% | 5,00% | 0,00% | 9.730,00 | 4.865,00 | - |
| MUEBLES DE OFICNA | 10,00% | 5,00% | 0,00% | 130,00 | 65,00 | - |
| EQUIPOS DE OFICNA | 20,00% | 5,00% | 0,00% | 200,00 | 50,00 | - |
| EQ. DE COMPUTACIÓN | 20,00% | 5,00% | 0,00% | 600,00 | 150,00 | - |
| Subtotal | | | | | | |
| TOTAL | | | | 18.860,00 | 17.230,00 | - |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.4.2 Depreciación

| Activos fijos operativos | Año 2 | Año 3 | año 4 | Año 5 |
|--------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | | | |
| EDIFICIOS | - | - | - | - |
| SALÓN DE RECEPCIONES | - | - | - | - |
| CANCHAS DEPORTIVAS | 8.200,00 | 8.200,00 | 8.200,00 | 8.200,00 |
| MUEBLES Y ENSERES | 9.730,00 | 9.730,00 | 9.730,00 | 9.730,00 |
| MUEBLES DE OFICNA | 130,00 | 130,00 | 130,00 | 130,00 |
| EQUIPOS DE OFICNA | 200,00 | 200,00 | 200,00 | 200,00 |
| EQ. DE COMPUTACIÓN | 600,00 | 600,00 | 600,00 | 600,00 |
| TOTAL | 18.860,00 | 18.860,00 | 18.860,00 | 18.860,00 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.5 INGRESOS

Los ingresos del complejo “ALDEBARÁN” estarán dados por la venta de servicios de las diferentes áreas que se encuentran repartidos en todo el complejo que comprende: Servicio de Hospedaje, ofertado en el área de Hotel, Servicio de Alimentación, ofertado en el área de Restaurante, también existen áreas deportivas que incluyen piscina, canchas polideportivas, pista de squash, gimnasio y sala de uso múltiple, así como también el alquiler del salón de recepciones que se puede utilizar también como centro de convenciones.

Los precios de cada servicio que ofertará el complejo se los determinó en el Estudio de Mercado, basados principalmente en los precios que se manejan en la competencia, los costos de producción y la utilidad que se desea obtener por la prestación de los servicios.

4.2.4.5.1 PREFERENCIAS DE LOS TURISTAS EN NUESTROS SERVICIOS

| Servicios | Participación |
|------------------------|---------------|
| Alojamiento | 96% |
| Alimentación | 56% |
| Deportes | 90% |
| Salón de Recepciones | 33% |
| Centro de Convenciones | 31% |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.5.2 EL NÚMERO DE TURISTAS QUE SE ESPERA DURANTE LA EJECUCIÓN:

| Servicios / Año | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Alojamiento | 5238 | 5384 | 5530 | 5675 | 5820 |
| Alimentación | 3055 | 3140 | 3226 | 3310 | 3395 |
| Deportes | 4910 | 5047 | 5184 | 5320 | 5457 |
| Salón de Recepciones | 1800 | 1851 | 1901 | 1951 | 2001 |
| Centro de Convenciones | 1691 | 1738 | 1786 | 1832 | 1880 |
| TOTAL | 16695 | 17160 | 17626 | 18088 | 18553 |

Elaboración: Belén Ponce

Una vez que se conoce el número de turistas que se espera durante la ejecución del proyecto se puede determinar los ingresos por concepto de prestación de servicios durante los cinco primeros años.

4.2.4.5.3 VENTAS DEL PROYECTO HASTA EL AÑO 2016

| Servicios | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Alojamiento | \$ 136.181,76 | \$ 139.975,68 | \$ 143.769,60 | \$ 147.538,56 | \$ 151.332,48 |
| Alimentación | \$ 38.192,00 | \$ 39.256,00 | \$ 40.320,00 | \$ 41.377,00 | \$ 42.441,00 |
| Deportes | \$ 61.380,00 | \$ 63.090,00 | \$ 64.800,00 | \$ 66.498,75 | \$ 68.208,75 |
| Salón de Recepciones | \$ 4.501,20 | \$ 4.626,60 | \$ 4.752,00 | \$ 4.876,58 | \$ 5.001,98 |
| Centro de Convenciones | \$ 4.228,40 | \$ 4.346,20 | \$ 4.464,00 | \$ 4.581,03 | \$ 4.698,83 |
| Total Ventas | \$ 244.483,36 | \$ 251.294,48 | \$ 258.105,60 | \$ 264.871,91 | \$ 271.683,03 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.5.4 SALDO DE RECUPERACIÓN POR VENTAS Y CUENTAS POR COBRAR

| RUBROS | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Ventas | 244.483,36 | 251.294,48 | 258.105,60 | 264.871,91 | 271.683,03 |
| Días de crédito a clientes | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cuentas por cobrar | - | - | - | - | - |
| Recuperación del período | 244.483,36 | 251.294,48 | 258.105,60 | 264.871,91 | 271.683,03 |
| Recuperación por ventas | 244.483,36 | 251.294,48 | 258.105,60 | 264.871,91 | 271.683,03 |
| Saldo de cuentas por cobrar | - | - | - | - | - |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.6 EGRESOS

Los egresos que tendrá el complejo estarán determinados por los costos de producción, los gastos que tendrá la empresa constantemente que son los sueldos a los trabajadores, las operaciones, los servicios básicos, el pago de impuestos, los gastos de adecuación e instalación así como también la publicidad y propaganda, entre otros.

4.2.4.6.1 COSTOS DE OPERACIÓN:

| DETALLE | CANTIDAD (volumen) | | | | |
|------------------------|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Alojamiento | 5238 | 5384 | 5530 | 5675 | 5820 |
| Alimentación | 3055 | 3140 | 3226 | 3310 | 3395 |
| Deportes | 4910 | 5047 | 5184 | 5320 | 5457 |
| Salón de Recepciones | 1800 | 1851 | 1901 | 1951 | 2001 |
| Centro de Convenciones | 1691 | 1738 | 1786 | 1832 | 1880 |
| TOTAL | 16695 | 17160 | 17626 | 18088 | 18553 |

Elaboración: Belén Ponce

| DETALLE | UNIDADES MONETARIAS (USD) | | | | |
|------------------------|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Alojamiento | 57615 | 59220 | 60826 | 62420 | 64025 |
| Alimentación | 16041 | 16488 | 16934 | 17378 | 17825 |
| Deportes | 24552 | 25236 | 25920 | 26600 | 27284 |
| Salón de Recepciones | 1800 | 1851 | 1901 | 1951 | 2001 |
| Centro de Convenciones | 1691 | 1738 | 1786 | 1832 | 1880 |
| TOTAL | \$ 101.699,84 | \$ 104.533,12 | \$ 107.366,40 | \$ 110.181,04 | \$ 113.014,32 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.6.2 SUMINISTROS Y SERVICIOS

| DETALLE | UNIDAD | PRECIO | CANTIDAD (volumen) | | | | |
|--------------------------|-------------|--------|--------------------|------|------|------|------|
| | | | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Energía eléctrica | consumo/mes | 120,00 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Agua | consumo/mes | 25,00 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Teléfono | consumo/mes | 100,00 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Internet | consumo/mes | 80,00 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |

Elaboración: Belén Ponce

| DETALLE | UNIDADES MONETARIAS (USD) | | | | |
|--------------------------|---------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Energía eléctrica | 1.440,00 | 1.440,00 | 1.440,00 | 1.440,00 | 1.440,00 |
| Agua | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 | 300,00 |
| Teléfono | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 |
| Internet | 960,00 | 960,00 | 960,00 | 960,00 | 960,00 |
| SUBTOTAL | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.6.3 SUELDOS Y SALARIOS

| DETALLE | UNIDAD | PRECIO | UNIDADES MONETARIAS (USD) | | | | |
|--------------------|------------|--------|---------------------------|------|------|------|------|
| | | | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Gerente 1 | sueldo/mes | 500 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Contador 1 | sueldo/mes | 400 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Jefe Operaciones 1 | sueldo/mes | 300 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Hotel 5 | sueldo/mes | 300 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Restaurante 4 | sueldo/mes | 300 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Deportes 2 | sueldo/mes | 300 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Mantenimiento 2 | sueldo/mes | 250 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |

Elaboración: Belén Ponce.

| | UNIDADES MONETARIAS (USD) | | | | |
|--------------------|---------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Gerente 1 | 6.000,00 | 6.000,00 | 6.000,00 | 6.000,00 | 6.000,00 |
| Contador 1 | 4.800,00 | 4.800,00 | 4.800,00 | 4.800,00 | 4.800,00 |
| Jefe Operaciones 1 | 3.600,00 | 3.600,00 | 3.600,00 | 3.600,00 | 3.600,00 |
| Hotel 5 | 18.000,00 | 18.000,00 | 18.000,00 | 18.000,00 | 18.000,00 |
| Restaurante 4 | 14.400,00 | 14.400,00 | 14.400,00 | 14.400,00 | 14.400,00 |
| Deportes 2 | 7.200,00 | 7.200,00 | 7.200,00 | 7.200,00 | 7.200,00 |
| Mantenimiento 2 | 6.000,00 | 6.000,00 | 6.000,00 | 6.000,00 | 6.000,00 |
| SUBTOTAL | 26.400,00 | 26.400,00 | 26.400,00 | 26.400,00 | 26.400,00 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.6.4 OTROS GASTOS

| DETALLE | UNIDADES MONETARIAS (USD) | | | | |
|----------------------|---------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Permisos y Licencias | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 |
| Publicidad | \$ 0,00 | \$ 2.080,00 | \$ 2.080,00 | \$ 2.080,00 | \$ 2.080,00 |
| IESS | \$ 4.488,00 | \$ 4.488,00 | \$ 4.488,00 | \$ 4.488,00 | \$ 4.488,00 |
| Mantenimiento | \$ 5.488,00 | \$ 5.488,00 | \$ 5.488,00 | \$ 5.488,00 | \$ 5.488,00 |
| SUBTOTAL | 11.476,00 | 13.556,00 | 13.556,00 | 13.556,00 | 13.556,00 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.6.5 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

| PERÍODO: | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN | | | | | |
| Costos Operacionales | 101.699,84 | 104.533,12 | 107.366,40 | 110.181,04 | 113.014,32 |
| Imprevistos (3%) | 3.051,00 | 3.135,99 | 3.220,99 | 3.305,43 | 3.390,43 |
| SUBTOTAL | 104.750,84 | 107.669,11 | 110.587,39 | 113.486,47 | 116.404,75 |
| | | | | | |
| PERÍODO: | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |

COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

| | | | | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Costos que representan desembolso | | | | | |
| Sueldos y Salarios | 26.400,00 | 26.400,00 | 26.400,00 | 26.400,00 | 26.400,00 |
| Suministros y servicios | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 |
| Mantenimiento y seguros | 17.230,00 | 17.230,00 | 17.230,00 | 17.230,00 | 17.230,00 |
| Análisis de suelo | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Asesoría técnica ocasional | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Otros | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Imprevistos (3%) | 1425,9 | 1425,9 | 1425,9 | 1425,9 | 1425,9 |
| Parcial | 48.955,90 | 48.955,90 | 48.955,90 | 48.955,90 | 48.955,90 |

Costos que no representan desembolso

| | | | | | |
|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Depreciaciones | 18.860,00 | 18.860,00 | 18.860,00 | 18.860,00 | 18.860,00 |
| Amortizaciones | 25.107,75 | 25.107,75 | 25.107,75 | 25.107,75 | 25.107,75 |
| SUBTOTAL | 92.923,65 | 92.923,65 | 92.923,65 | 92.923,65 | 92.923,65 |

GASTOS DIFERIDOS

| | USD |
|-------------------------|----------------|
| Gastos preoperativos | 1500,00 |
| Intereses preoperativos | - |
| Imprevistos | 5.229,50 |
| SUBTOTAL | 6729,50 |

| PERÍODO: | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | | | | | |
| Gastos que representan desembolso | | | | | |
| Otros Gastos | 11.476,00 | 13.556,00 | 13.556,00 | 13.556,00 | 13.556,00 |
| Imprevistos (3%) | 344,28 | 406,68 | 406,68 | 406,68 | 406,68 |
| Parcial | 11.820,28 | 13.962,68 | 13.962,68 | 13.962,68 | 13.962,68 |
| SUBTOTAL | 11.820,28 | 13.962,68 | 13.962,68 | 13.962,68 | 13.962,68 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.7 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son una presentación de documentos financieros que permiten mostrar el estado en el cual se encuentra la empresa, estructurada de la posición y las transacciones realizadas en éste caso por el Complejo.

El objetivo de los estados financieros de propósito general, es proveer información sobre la posición financiera, resultados de operaciones y flujos de efectivo de una empresa a que será de utilidad para un amplio rango de usuarios en la toma de sus decisiones económicas.

Los estados financieros proveen información relacionados a la empresa sobre:

- Activos
- Patrimonio
- Pasivo.

Esta información ayuda a pronunciarse sobre la oportunidad y certeza de la generación de efectivo y equivalencia de efectivo.

Los estados financieros que utilizaremos en el presente estudio económico y financiero son:

- Balance general
- Estado de resultados (Pérdidas y Ganancias)
- Flujo de caja (flujo de efectivo)

Las empresas debieran presentar a más de estados financieros, una revisión financiera realizada por la gerencia que describa y explique las principales características del resultado financiero y posición financiera de la empresa y las principales incertidumbres que está enfrente.

4.2.4.7.1 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

| PERÍODO: | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| VENTAS DEL PROYECTO | 244.483,36 | 251.294,48 | 258.105,60 | 264.871,91 | 271.683,03 |
| TOTAL ESTIMADO POR VENTAS | 244.483,36 | 251.294,48 | 258.105,60 | 264.871,91 | 271.683,03 |

| COSTO FABRICACIÓN / PROD. Y VENTAS | Preoperativo | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Costos directos de Producción | - | 104.750,84 | 107.669,11 | 110.587,39 | 113.486,47 | 116.404,75 |
| Costos indirectos de producción | - | 92.923,65 | 92.923,65 | 92.923,65 | 92.923,65 | 92.923,65 |
| COSTO DE FABRICACION | - | 197.674,48 | 200.592,76 | 203.511,04 | 206.410,12 | 209.328,40 |
| (+) inventario inicial de productos en proceso | - | - | - | - | - | - |
| (-) Inventario final de productos en proceso | - | - | - | - | - | - |
| COSTO DE PRODUCCION | - | 197.674,48 | 200.592,76 | 203.511,04 | 206.410,12 | 209.328,40 |
| (+) inventario inicial de productos terminados | - | - | - | - | - | - |
| (-) Inventario final de productos terminados | - | - | - | - | - | - |
| COSTO DE VENTAS | - | 197.674,48 | 200.592,76 | 203.511,04 | 206.410,12 | 209.328,40 |

| PERÍODO: | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas netas | 244.483,36 | 251.294,48 | 258.105,60 | 264.871,91 | 271.683,03 |
| (-)Costo de ventas | 197.674,48 | 200.592,76 | 203.511,04 | 206.410,12 | 209.328,40 |
| (=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 46.808,88 | 50.701,72 | 54.594,56 | 58.461,79 | 62.354,63 |

| PERÍODO: | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Utilidad bruta en ventas | 46.808,88 | 50.701,72 | 54.594,56 | 58.461,79 | 62.354,63 |
| (-) Costo de ventas | - | - | - | - | - |
| (-) Costos administrativos | - | - | - | - | - |
| (=) UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL | 46.808,88 | 50.701,72 | 54.594,56 | 58.461,79 | 62.354,63 |

| PERÍODO: | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Utilidad (pérdida) operacional | 46.808,88 | 50.701,72 | 54.594,56 | 58.461,79 | 62.354,63 |
| (-) Gastos financieros | 4.841,85 | 4.841,85 | 4.841,85 | 4.841,85 | 4.841,85 |
| (+) Otros ingresos | - | - | - | - | - |
| (-) Otros egresos | - | - | - | - | - |
| (=) UTILIDAD (PERDIDA) ANTES PARTICIPACION | 41.967,03 | 45.859,87 | 49.752,71 | 53.619,94 | 57.512,79 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.7.2 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS CONSOLIDADO

| ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas netas | 244.483,36 | 251.294,48 | 258.105,60 | 264.871,91 | 271.683,03 |
| (-) Costo de ventas | 197.674,48 | 200.592,76 | 203.511,04 | 206.410,12 | 209.328,40 |
| (=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 46.808,88 | 50.701,72 | 54.594,56 | 58.461,79 | 62.354,63 |
| (-) Gastos de ventas | - | - | - | - | - |
| (-) Gastos de administración | - | - | - | - | - |
| (=) UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL | 46.808,88 | 50.701,72 | 54.594,56 | 58.461,79 | 62.354,63 |
| (-) Gastos financieros | 4.841,85 | 4.841,85 | 4.841,85 | 4.841,85 | 4.841,85 |
| (+) Otros ingresos | - | - | - | - | - |
| (-) Otros egresos | - | - | - | - | - |
| (=) UTILIDAD (PERDIDA) ANTES DE PARTICIPACION | 41.967,03 | 45.859,87 | 49.752,71 | 53.619,94 | 57.512,79 |
| (-) 15% participación de utilidades | - | 6.878,98 | 7.462,91 | 8.042,99 | 8.626,92 |
| (-) Corpei (1,5/1000) | | 58,47 | 63,43 | 68,37 | 73,33 |
| (=) UTILIDAD (PÉRDIDA) ANTES IMPUESTO RENTA | 41.967,03 | 38.922,42 | 42.226,37 | 45.508,59 | 48.812,54 |
| (-) Impuesto a la renta (25%) | | 9.730,60 | 10.556,59 | 11.377,15 | 12.203,13 |
| (=) UTILIDAD (PERDIDA) NETA | 41.967,03 | 29.191,81 | 31.669,78 | 34.131,44 | 36.609,40 |
| (-) Reserva legal (10%) | | 2.919,18 | 3.166,98 | 3.413,14 | 3.660,94 |
| (=) UTILIDAD DISTRIBUIBLE | 41.967,03 | 26.272,63 | 28.502,80 | 30.718,30 | 32.948,46 |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.7.3 FLUJO DE CAJA

| INGRESOS OPERACIONALES | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Recuperación por ventas | 244.483,36 | 251.294,48 | 258.105,60 | 264.871,91 | 271.683,03 |

| EGRESOS OPERACIONALES | Preoper. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Costos Operacionales e imprevistos | | 104.750,84 | 107.669,11 | 110.587,39 | 113.486,47 | 116.404,75 |
| Corpei (1,5/1000) | 526,99 | - | 58,47 | 63,43 | 68,37 | 73,33 |
| PARCIAL | 526,99 | 104.750,84 | 107.727,58 | 110.650,83 | 113.554,84 | 116.478,08 |

| PAGO DE SERVICIOS | Preoper. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------|----------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Suministros y servicios | - | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 |
| Pago de servicios | - | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 | 3.900,00 |

| SUELDOS Y SALARIOS | Preoper. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------|----------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Sueldos y Salarios | | 26.400,00 | 26.400,00 | 26.400,00 | 26.400,00 | 26.400,00 |
| Imprevistos | | 3.051,00 | 3.135,99 | 3.220,99 | 3.305,43 | 3.390,43 |
| Subtotal | | 29.451,00 | 29.535,99 | 29.620,99 | 29.705,43 | 29.790,43 |

| MANTENIMIENTO Y SEGUROS | Preoper. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------------------|----------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Mantenimiento y seguros | | 17.230,00 | 17.230,00 | 17.230,00 | 17.230,00 | 17.230,00 |
| Análisis suelos | | - | - | - | - | - |
| Asesoría técnica ocasional | | - | - | - | - | - |
| Otros | | - | - | - | - | - |
| Imprevistos 3% | | 1.425,90 | 1.425,90 | 1.425,90 | 1.425,90 | 1.425,90 |
| Subtotal gastos de fabricación | | 18.655,90 | 18.655,90 | 18.655,90 | 18.655,90 | 18.655,90 |

| FLUJO OPERACIONAL | Preoper. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ingresos operacionales | | 244.483,36 | 251.294,48 | 258.105,60 | 264.871,91 | 271.683,03 |
| (-) Egresos operacionales | 526,99 | 104.750,84 | 107.727,58 | 110.650,83 | 113.554,84 | 116.478,08 |
| (=) FLUJO OPERACIONAL | -526,99 | 139.732,52 | 143.566,90 | 147.454,77 | 151.317,07 | 155.204,95 |

| INGRESOS NO OPERACIONALES | Preoper. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Créditos de proveedores de activos fijos | - | | | | | |
| Créditos a contratarse a corto plazo | | - | - | - | - | - |
| Créditos a contratarse a mediano plazo | - | | | | | |
| Créditos a contratarse a largo plazo | 101.329,50 | | | | | |
| Aportes de capital | 250.000,00 | | | | | |

| EGRESOS NO OPERACIONALES | Preoper. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Pago de intereses | | 4.841,85 | 4.841,85 | 4.841,85 | 4.841,85 | 4.841,85 |
| Pago de créditos a corto plazo | - | - | - | - | - | - |
| Pago de créditos a mediano plazo | - | - | - | - | - | - |
| Pago de créditos a largo plazo | | 20.265,90 | 20.265,90 | 20.265,90 | 20.265,90 | 20.265,90 |
| pago de cuentas y documentos histórico | - | | | | | |
| Pago de participación de trabajadores | | - | 6.878,98 | 7.462,91 | 8.042,99 | 8.626,92 |
| Pago de impuesto a la renta (25%) | | - | 9.730,60 | 10.556,59 | 11.377,15 | 12.203,13 |
| Reparto de dividendos | | - | - | - | - | - |
| PARCIAL | - | 25.107,75 | 41.717,33 | 43.127,25 | 44.527,89 | 45.937,80 |

FLUJO NO OPERACIONAL

| | Preoper. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ingresos no operacionales | 351.329,50 | - | - | - | - | - |
| (-) Egresos no operacionales | - | 25.107,75 | 41.717,33 | 43.127,25 | 44.527,89 | 45.937,80 |
| (=) FLUJO NO OPERACIONAL | 351.329,50 | -25.107,75 | -41.717,33 | -43.127,25 | -44.527,89 | -45.937,80 |

FLUJO NETO GENERADO

| | Preoper. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Flujo operacional | -526,99 | 139.732,52 | 143.566,90 | 147.454,77 | 151.317,07 | 155.204,95 |
| (+) Flujo no operacional | 351.329,50 | -25.107,75 | -41.717,33 | -43.127,25 | -44.527,89 | -45.937,80 |
| (=) FLUJO NETO GENERADO | 350.802,51 | 114.624,78 | 101.849,56 | 104.327,53 | 106.789,19 | 109.267,15 |

SALDO FINAL DE CAJA

| | Preoper. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Flujo neto generado | 350.802,51 | 114.624,78 | 101.849,56 | 104.327,53 | 106.789,19 | 109.267,15 |
| (+) Saldo inicial de caja | - | 350.802,51 | 465.427,28 | 567.276,85 | 671.604,37 | 778.393,56 |
| (=) FLUJO FINAL GENERADO | 350.802,51 | 465.427,28 | 567.276,85 | 671.604,37 | 778.393,56 | 887.660,71 |
| PARCIAL | 351.329,50 | - | - | - | - | - |

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.7.4 RESUMEN FLUJO DE CAJA

| A. INGRESOS OPERACIONALES | Preoper. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Recuperación por ventas | 0 | 244.483,36 | 251.294,48 | 258.105,60 | 264.871,91 | 271.683,03 |
| PARCIAL | 0 | 244483,36 | 251294,48 | 258105,6 | 264871,91 | 271683,03 |
| B. EGRESOS OPERACIONALES | | | | | | |
| Pago a proveedores | - | 105.599,84 | 108.433,12 | 111.266,40 | 114.081,04 | 116.914,32 |
| Mano de obra directa e imprevistos | | 27.825,90 | 27.825,90 | 27.825,90 | 27.825,90 | 27.825,90 |
| Corpei (1,5/1000) | 526,99 | - | 58,47 | 63,43 | 68,37 | 73,33 |
| PARCIAL | 526,99 | 133.425,74 | 136.317,49 | 139.155,73 | 141.975,31 | 144.813,55 |
| C. FLUJO OPERACIONAL (A - B) | -526,99 | 111.057,62 | 114.976,99 | 118.949,87 | 122.896,60 | 126.869,48 |
| D. INGRESOS NO OPERACIONALES | | | | | | |
| Créditos de proveedores de activos fijos | - | | | | | |
| Créditos a contratarse a corto plazo | | - | - | - | - | - |
| Créditos a contratarse a mediano plazo | - | | | | | |
| Créditos a contratarse a largo plazo | 101.329,50 | - | - | | | |
| Aportes de capital | 250.000,00 | | | | | |
| PARCIAL | 351.329,50 | - | - | - | - | - |
| E. EGRESOS NO OPERACIONALES | | | | | | |
| Pago de intereses | | 4.841,85 | | | | |
| Pago de créditos a corto plazo | - | - | - | - | - | - |
| Pago de créditos a mediano plazo | - | - | - | - | - | - |
| Pago de créditos a largo plazo | | 20.265,90 | 20.265,90 | 20.265,90 | 20.265,90 | 20.265,90 |
| pago de cuentas y documentos histórico | - | | | | | |
| Pago de participación de trabajadores | | - | 6.878,98 | 7.462,91 | 8.042,99 | 8.626,92 |
| Pago de impuesto a la renta (25%) | | - | 9.730,60 | 10.556,59 | 11.377,15 | 12.203,13 |
| Reparto de dividendos | | - | - | - | - | - |
| Reposición de nuevas inversiones | | | | | | |
| Edificios | 120.000,00 | - | - | - | - | - |
| Salón de Recepciones | 40.000,00 | - | - | - | - | - |
| Canchas Deportivas | 82.000,00 | | | | | - |
| Muebles y enseres | 97.300,00 | - | - | - | - | - |
| Muebles de Oficina | 1.300,00 | - | - | - | - | - |
| Equipos de Oficina | 1.000,00 | - | - | - | - | - |
| Equipos de Computación | 3.000,00 | - | - | - | - | - |
| Activos diferidos (capital de trabajo) | 6.729,50 | - | - | - | - | - |
| Otros activos | - | - | - | - | - | - |
| PARCIAL | 351.329,50 | 25.107,75 | 36.875,49 | 38.285,40 | 39.686,04 | 41.095,95 |
| F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E) | - | -25.107,75 | -36.875,49 | -38.285,40 | -39.686,04 | -41.095,95 |
| G. FLUJO NETO GENERADO (C + F) | -526,99 | 85.949,87 | 78.101,50 | 80.664,47 | 83.210,57 | 85.773,53 |
| H. SALDO INICIAL DE CAJA | 0 | -526,99 | 85.422,88 | 163.524,38 | 244.188,85 | 327.399,41 |
| I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H) | -526,99 | 85.422,88 | 163.524,38 | 244.188,85 | 327.399,41 | 413.172,94 |

| | | | | | | |
|--------------------------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| REQUERIMIENTOS DE CAJA* | 0 | 11118,81 | 11359,79 | 11596,31 | 11831,28 | 12067,80 |
|--------------------------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.7.5 BALANCE GENERAL

| | SALDO I. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|----------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ACTIVO CORRIENTE | | | | | | |
| Caja bancos | -526,99 | 85.422,88 | 163.524,38 | 244.188,85 | 327.399,41 | 413.172,94 |
| Inversiones temporales | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cuentas y documentos x cobrar mercado local | | - | - | - | - | - |
| Cuentas y documentos x cobrar mercado extranj. | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL ACTIVOS CORRIENTES | -526,99 | 85.422,88 | 163.524,38 | 244.188,85 | 327.399,41 | 413.172,94 |

| ACTIVOS FIJOS | SALDO I. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Edificios | 120.000,00 | 120.000,00 | 120.000,00 | 120.000,00 | 120.000,00 | 120.000,00 |
| Salón de Recepciones | 40.000,00 | 40.000,00 | 40.000,00 | 40.000,00 | 40.000,00 | 40.000,00 |
| Canchas Deportivas | 82.000,00 | 82.000,00 | 82.000,00 | 82.000,00 | 82.000,00 | 82.000,00 |
| Muebles y enseres | 97.300,00 | 97.300,00 | 97.300,00 | 97.300,00 | 97.300,00 | 97.300,00 |
| Muebles de Oficina | 1.300,00 | 1.300,00 | 1.300,00 | 1.300,00 | 1.300,00 | 1.300,00 |
| Equipos de Oficina | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| Equipos de Computación | 3.000,00 | 3.000,00 | 3.000,00 | 3.000,00 | 3.000,00 | 3.000,00 |
| Activos fijos Administración | - | - | - | - | - | - |
| Subtotal | 344.600,00 | 344.600,00 | 344.600,00 | 344.600,00 | 344.600,00 | 344.600,00 |
| (-) Depreciaciones | 0 | 18.860,00 | 37.720,00 | 56.580,00 | 75.440,00 | 94.300,00 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS | 344600 | 325.740,00 | 306.880,00 | 288.020,00 | 269.160,00 | 250.300,00 |

| | SALDO I. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| ACTIVO DIFERIDO | 6.729,50 | 6.729,50 | 6.729,50 | 6.729,50 | 6.729,50 | 6.729,50 |
| amortización acumulada* | | 1.345,90 | 2.691,80 | 4.037,70 | 5.383,60 | 6.729,50 |
| TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO | 6.729,50 | 5.383,60 | 4.037,70 | 2.691,80 | 1.345,90 | - |

| | SALDO I. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| TOTAL DE ACTIVOS | 350.802,51 | 416.546,48 | 474.442,08 | 534.900,65 | 597.905,31 | 663.472,94 |

| PASIVO CORRIENTE | SALDO I. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------------------|----------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| porción corriente deuda largo plazo | | 25.107,75 | 25.107,75 | 25.107,75 | 25.107,75 | 25.107,75 |
| gastos acumulados por pagar | 0 | - | 16.609,59 | 18.019,50 | 19.420,14 | 20.830,05 |
| TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES | 0 | 25.107,75 | 41.717,33 | 43.127,25 | 44.527,89 | 45.937,80 |

| | SALDO I. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|
| PASIVO LARGO PLAZO | 101.329,50 | 81.063,60 | 60.797,70 | 40.531,80 | 20.265,90 | - |

| PATRIMONIO | SALDO I. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| capital social pagado | 250.000,00 | 250.000,00 | 250.000,00 | 250.000,00 | 250.000,00 | 250.000,00 |
| Reserva legal | - | - | 2.919,18 | 3.166,98 | 3.413,14 | 3.660,94 |
| Futuras capitalizaciones | - | - | - | - | - | - |
| Utilidad (pérdida) retenida | | -526,99 | 41.440,04 | 67.712,67 | 96.215,47 | 126.933,77 |
| Utilidad (pérdida) neta | -526,99 | 41.967,03 | 29.191,81 | 31.669,78 | 34.131,44 | 36.609,40 |
| TOTAL PATRIMONIO | 249.473,01 | 291.440,04 | 323.551,04 | 352.549,43 | 383.760,06 | 417.204,11 |

| | | | | | | |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 350.802,51 | 397.611,39 | 426.066,07 | 436.208,48 | 448.553,84 | 463.141,91 |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|

Elaboración: Belén Ponce

4.2.4.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para analizar el Punto de Equilibrio, también llamado *Punto Muerto o Umbral de Rentabilidad*, se debe estudiar la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Se entiende por PUNTO DE EQUILIBRIO aquel nivel de producción y ventas que la empresa alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales.

También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

FÓRMULA:

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

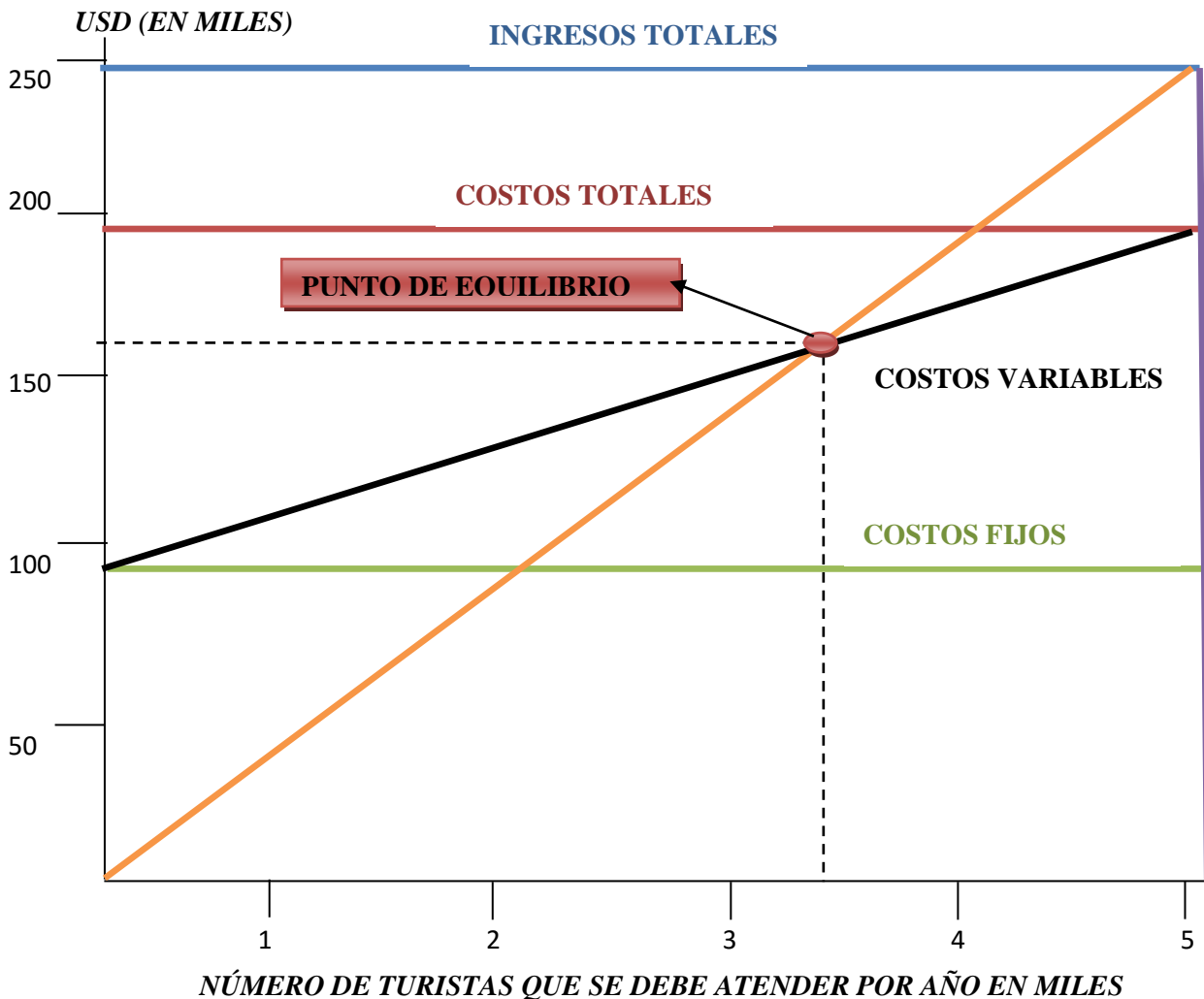
Tabla N° 53

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

| AÑO | COSTOS FIJOS | C. VARIABLES | I. TOTALES | P. DE EQUILIBRIO |
|------|--------------|---------------|---------------|------------------|
| 2012 | \$ 92.923,65 | \$ 101.699,84 | \$ 244.483,36 | \$ 159.110,00 |
| 2013 | \$ 92.923,65 | \$ 104.533,12 | \$ 251.294,48 | \$ 159.110,00 |
| 2014 | \$ 92.923,65 | \$ 107.366,40 | \$ 258.105,60 | \$ 159.110,00 |
| 2015 | \$ 92.923,65 | \$ 110.181,04 | \$ 264.871,91 | \$ 159.110,00 |
| 2016 | \$ 92.923,65 | \$ 113.014,32 | \$ 271.683,03 | \$ 159.110,00 |

Elaboración: Belén Ponce

GRÁFICO N° 20
PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaboración: Belén Ponce

Una vez analizado el punto de equilibrio se puede apreciar que el punto donde convergen las dos diagonales se encuentran ubicadas en un nivel de ingresos que representan los \$ 159.110,00 dólares anuales, esto quiere decir que el valor expuesto anteriormente es lo mínimo que se puede alcanzar en la empresa para no incurrir en pérdidas.

Si sumamos los costos y gastos fijos, mas los costos y gastos variables nos podemos dar cuenta que es el punto donde se encuentran los costos totales que ascienden a un valor de \$ 194.623,49, de esta manera se ha podido determinar que el número mínimo de turistas atendidos en el complejo en el periodo de un año debe ser 3500 aproximadamente.

4.2.5 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

4.2.5.1 VIABILIDAD DEL PROYECTO

Al haber concluido el estudio económico y financiero se puede dar paso a estudiar la viabilidad del presente proyecto, utilizando los métodos de evaluación más utilizados alrededor del mundo para tomar en cuenta el cambio del valor real del dinero, puesto que los indicadores que se utilizarán van a servir para comprobar la rentabilidad económica del proyecto propuesto en este estudio.

4.2.5.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera de inversiones permite comparar los beneficios que genera ésta, asociado a los fondos que provienen de los préstamos y su respectiva corriente anual de desembolsos de gastos de amortización e intereses.

Los métodos de evaluación financiera están caracterizados por determinar las alternativas factibles u óptimas de inversión.

El presente estudio evaluativo se lo realiza para comparar los beneficios que genera el proyecto asociado a los fondos que provienen de créditos obtenidos de instituciones financieras, además de los gastos que representa la amortización de dichos créditos y sus intereses.

Para la evaluación de este proyecto se va a utilizar los siguientes indicadores:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Factor Beneficio Costo (B/C)

Los tres métodos consideran el valor del dinero en el tiempo.

4.2.5.2.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Actual Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Actual Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de la empresa. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la inversión tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Actual Neto. Si es negativo quiere decir que la inversión reducirá su riqueza en el valor que arroje el VAN. Si el resultado del VAN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

La ecuación del VAN, es la siguiente:

$$VAN = \sum \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_0$$

De donde:

FN: Flujo Neto i= Tasa de descuento n= Número de años que dura el proyecto.

Entonces:

$$VAN = \left[\frac{FN_1}{(1+i)^1} + \frac{FN_2}{(1+i)^2} + \frac{FN_3}{(1+i)^3} + \frac{FN_4}{(1+i)^4} + \frac{FN_5}{(1+i)^5} + \dots \right] - I_0$$

Para obtener un cálculo más exacto el ejercicio para determinar el Valor Actual Neto (VAN), se lo aplicó en la función de Microsoft Excel, mediante la siguiente fórmula:

= VNA (Tasa de descuento; Flujos Netos)

Tabla N° 54
VALOR ACTUAL NETO

| VALOR ACTUAL NETO (VAN) | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | PREOP. | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Flujo neto (precios constantes) | -351.856,49 | 139.732,52 | 143.566,90 | 130.845,19 | 133.297,57 | 135.784,81 |
| Tasa de descuento | 12% | | | | | |
| Valor actual de los flujos | | 124.761,18 | 114.450,65 | 93.133,02 | 84.713,02 | 77.047,95 |
| Subtotal del valor actual de flujos | 494.105,82 | | | | | |
| VAN | 79.740,55 | | | | | |

Elaboración: Belén Ponce

De esta manera se puede determinar que el Valor Actual Neto del presente proyecto es: \$ **79.740,55** según la lógica del VAN si es superior a \$ 0.00, se debe aceptar la inversión puesto que las utilidades serían superiores a los costos.

4.2.5.2.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el **valor presente neto** a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los **flujos netos de efectivo** dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento (tasa de descuento) requerida para un proyecto de inversión específico.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la **tasa de descuento**. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de interés, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

Este indicador se ajusta al valor del dinero en el tiempo y puede compararse con la tasa mínima de aceptación de rendimiento, tasa de oportunidad, tasa de descuento o costo de capital. Así mismo hay que tener en cuenta que la TASA INTERNA DE RETORNO no maximiza la inversión pero sí maximiza la rentabilidad del proyecto.

Puesto que la TIR proviene del VAN, se utilizará los valores de la tabla anterior para determinar la Tasa Interna de Retorno del presente proyecto, mediante cálculos en Excel, demostrados en la siguiente tabla.

TABLA N. 55

| Tasa Interna de Retorno "TIR" | | |
|--------------------------------------|------------------------|---------------------|
| AÑOS | FLUJO DE FONDOS | FLUJO ACTUAL |
| 0 | (351.856) | |
| 1 | 139.733 | 124.761 |
| 2 | 143.567 | 114.451 |
| 3 | 130.845 | 93.133 |
| 4 | 133.298 | 84.713 |
| 5 | 135.785 | 77.048 |
| 6 | 134.375 | 68.079 |
| 7 | 134.375 | 60.784 |
| 8 | 134.375 | 54.272 |
| 9 | 134.375 | 48.457 |
| 10 | 136.295 | 43.883 |
| | | 352.522,85 |

TIR: 37.39%

Elaboración: Belén Ponce

Una vez realizados los cálculos de la Tasa Interna de Retorno se ha podido determinar que la TIR es igual al 37,39%, lo cual es muy favorable para el proyecto propuesto.

4.2.5.2.3 RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C)

También llamado "índice de rendimiento". Es un método de Evaluación de Proyectos, que se basa en el del "Valor Actual Neto", y que consiste en dividir el VAN de los Ingresos entre el VAN de los egresos.

Si este índice es mayor que 1 se acepta el proyecto; si es inferior que 1 no se acepta, ya que significa que la Rentabilidad del proyecto es inferior al Costo del Capital.

La relación B/C sólo entrega un índice de relación y no un valor concreto, además no permite decidir entre proyectos alternativos.

Al aplicar la relación Beneficio/Costo, es importante determinar las cantidades que constituyen los Ingresos llamados "**Beneficios**" y qué cantidades constituyen los Egresos llamados "**Costos**".

Para su cálculo se emplea la siguiente fórmula:

$$B.C = \frac{\frac{YB_1}{(1+i)^1} + \frac{YB_2}{(1+i)^2} + \frac{YB_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{YB_n}{(1+i)^n}}{I_0 + \frac{C_1}{(1+i)^1} + \frac{C_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{C_n}{(1+i)^n}}$$

De dónde:

VAB: Valor Actual del Beneficio - YB

VAC: Valor Actual del Costo - C

I_0 : Inversión inicial

i : Tasa de actualización - 12%

n : Años que dura el proyecto

A continuación se muestra una tabla que va a permitir observar el valor de la relación beneficio costo del presente proyecto.

TABLA N. 56**RELACIÓN BENEFICIO-COSTO**

| AÑO | INVERSIÓN | VAC | VAB | B/C |
|------------|------------------|---------------|---------------|------------|
| 0 | \$ 351.856,49 | | | |
| 1 | | \$ 150.655,74 | \$ 244.483,36 | \$ 1,62 |
| 2 | | \$ 153.489,02 | \$ 251.294,48 | \$ 1,64 |
| 3 | | \$ 156.322,30 | \$ 258.105,60 | \$ 1,65 |
| 4 | | \$ 159.136,94 | \$ 264.871,91 | \$ 1,66 |
| 5 | | \$ 161.970,22 | \$ 271.683,03 | \$ 1,68 |

Elaboración: Belén Ponce

Una vez realizados los cálculos pertinentes a la relación Beneficio – Costo del presente proyecto, se ha podido determinar un valor de 1,62 en el primer año, esto quiere decir que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 62 centavos de dólar.

Debido a que la relación Beneficio – Costo es superior a 1, el proyecto propuesto es totalmente factible para su ejecución.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El proyecto ha logrado cumplir los objetivos y expectativas que se habían propuesto en cada estudio realizado anteriormente respetando las especificaciones planteadas.
- Con la creación del Complejo se fomentará el desarrollo turístico, la masificación deportiva, creando una cultura llena de actividad física, se espera que esta se incremente a través de los años.
- El Estudio de Mercado se lo elaboró segmentando en tres tipos de turistas que son, turistas nacionales, turistas extranjeros, y gente vinculada con el deporte, con estos resultados aplicamos el 11% de las encuestas a los turistas nacionales, el 52% a turistas extranjeros, y el 37% a deportistas.
- Las encuestas demostraron que el 38% de turistas nacionales que visitan la ciudad de Riobamba provienen de la ciudad de Guayaquil, mientras que el 18% de turistas extranjeros provienen de Alemania, siendo estos los porcentajes más altos dentro de la procedencia de los turistas.
- Se determinó la Demanda Potencial Insatisfecha, obteniendo un promedio de 20000 turistas por año, el presente proyecto se encuentra en la capacidad de atender al 25% de la demanda potencial insatisfecha que serían un promedio de 5000 turistas por año.
- Se fijaron los precios de los servicios que ofertará el Complejo Turístico y Deportivo “ALDEBARÁN” tomando en cuenta los precios de la competencia para entrar al mercado objetivo con altos niveles de competitividad.

- Se elaboró un Plan de Marketing determinando los canales más idóneos para la promoción y comercialización de los servicios que ofertará el complejo.
- Se construyó un cuadro de inversiones en Marketing para conocer el monto que se debe invertir en publicidad y mercadotecnia.
- Bajo el análisis de factores influyentes en la localización de proyectos turísticos, el Complejo Turístico-Deportivo y Recreativo Aldebarán alcanzó los 90 puntos obteniendo una calificación “EXCELENTE” lo cual es beneficioso para la rentabilidad de su localización.
- La ingeniería del proyecto ayudó a establecer 4 áreas fundamentales dentro del complejo que son: área de habitaciones, área de cocina, área de restaurante, área deportiva, área de mantenimiento y limpieza, gracias a esta distribución se tuvo una mejor organización y facilidad para dibujar los planos y obras civiles, brindando armonía en el diseño, seguridad y comodidad a los turistas que visiten el complejo. También se determinó la micro y macro localización del mismo.
- El estudio administrativo-legal determinó los aspectos organizativos como estructura organizacional, establecimiento de funciones, aspectos legales como el establecimiento de los estatutos y trámites de puesta en marcha, aspectos fiscales, laborales, establecimiento de fuentes, métodos de reclutamiento y selección del recurso humano.
- Con el estudio económico financiero se pudo evaluar el estado inicial y operacional del complejo, deduciendo que para el primer año se tendrán ventas de \$244.264.03 y gracias a los indicadores VAN, TIR y C/B se evidenció que éste proyecto es factible.

RECOMENDACIONES

- Una vez puesto en marcha el complejo se buscará realizar convenios con instituciones educativas, públicas, privadas y deportivas para la utilización continua de todas las áreas del complejo.
- Mantener constante comunicación con los clientes, realizando estudios de mercado orientados a conocer si sus gustos y necesidades están siendo complacidas, de esta manera se evaluará y controlará la calidad de servicio que se brinda, evitando pérdidas futuras.
- Fortalecer la marca y el slogan del Complejo Turístico-Deportivo y Recreativo Aldebarán “Siempre en casa” a través de los diversos medios publicitarios, para que nuestros clientes puedan identificarse fácilmente con el complejo, de esta manera se alcanzará un rápido y alto grado de posicionamiento en el mercado.
- Para el normal funcionamiento de cada área se recomienda seguir los protocolos asignados, antes, durante y después de cada uno de los servicios para así satisfacer de forma adecuada y precisa al cliente.
- El complejo funcionará con la ayuda de 13 trabajadores por mes, en temporada alta se recomienda contratar personal capacitado en caso de ser necesario para poder atender a los clientes de una manera eficiente.
- Se recomienda el control y evaluación de todas las tareas y actividades asignadas a realizar por parte del personal en el complejo para su correcto desenvolvimiento y eficiencia.
- Programar eventos turísticos y competencias oficiales para atraer mayor demanda turística.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- ÁLVAREZ, José. Proyectos de Inversión. Ed. Freire. Riobamba-Ecuador-2010
- ÁLVAREZ, José. Estadística Aplicada a Proyectos, Segunda Edición, Riobamba-Ecuador-2008.
- BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta edición, Ed. McGraw Hill, México-2003
- FERNANDEZ, Andrés. Política Económica. 4ta edición, Ed. McGraw Hill, México-2006.
- FERNANDEZ, Ricardo. Segmentación de Mercados. 2da edición, Ed. Thomson Learning. 2002
- Zapata, Pedro, Contabilidad General, Sexta edición, Ed. McGraw Hill, México-2008.
- Ley de Turismo, Ley 97, Vigente, Registro Oficial Suplemento 733, 27 de diciembre de 2002.
- Ley de Compañías, Codificación s/n, Vigente, Registro Oficial 312, 5 de noviembre de 1999.
- Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto Ejecutivo 3400, Vigente, Registro Oficial 726, 17 de diciembre de 2002.
- Ministerio de Turismo.
- Federación Deportiva de Chimborazo.
- TORRES, Miguel Ángel, Deporte para Todos. 1ra edición. 2007.
- RIES Al, TROUT Jack, Las 22 Leyes Inmutables del Marketing, Ed. McGraw Hill.

Linkografía

- www.entrenabien.com
- www.asambleanacional.gov.ec
- www.todoproductofinanciero.com
- www.nicniff.org
- www.ciberconta.unizar.es
- www.compilaciones.com
- <http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto_de_Inversi%C3%B3n
- <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>
- www.aepap.org
- www.deportesalud.com
- www.todonatacion.com
- www.aqa.org.mx
- www.eco-finanzas.com
- www.mitecnologico.com

ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ENCUESTA DIRIGIDA AL SEGMENTO DEPORTISTAS Y ENTRENADORES DEPORTIVOS

Encuestador:

Ciudad:

Fecha:

Señor(a) el objetivo de la presente encuesta es recopilar información para determinar la factibilidad para la creación del Complejo Turístico-Deportivo y Recreativo “ALDEBARÁN” en el norte de la ciudad de Riobamba, pues su criterio será de gran ayuda para el desarrollo de este trabajo.

Instrucciones:

- Esta encuesta es de carácter anónima, los datos obtenidos serán estrictamente confidenciales.
- Marque con una (X), el paréntesis que indique su respuesta.
- Escriba con letra clara los renglones, donde sea necesario.

1. ¿Sexo?

1.1. Femenino ()

1.2. Masculino ()

2. ¿Cuál es su edad?años

3. ¿Cuál es su procedencia?

4. ¿Cuál es su cargo?

4.1. Dirigente ()

4.2. Entrenador ()

4.3. Deportista ()

5. ¿Qué deporte práctica usted?

- | | | | |
|---------------|-----|-------------------|-----|
| 5.1. Fútbol | () | 5.2. Squash | () |
| 5.3. Ciclismo | () | 5.4. Carrera | () |
| 5.5. Básquet | () | 5.6. Volley | () |
| 5.7. Natación | () | 5.8. Halterofilia | () |
| 5.9. Caminata | () | 5.10. Gimnasio | () |
| 5.11. Tenis | () | | |

6. ¿Dónde realiza la práctica deportiva?

- | | | | |
|------------------------------|-----|-----------------------------|-----|
| 6.1. Complejos Deportivos | () | 6.3. Parques | () |
| 6.2. Federaciones Deportivas | () | 6.4. Instituciones o Clubes | () |

7. ¿Le gustaría que Riobamba sea la ciudad en dónde pueda realizar el entrenamiento de altura, sabiendo que existe un Complejo Deportivo que posee todo lo necesario para su práctica deportiva?

- | | | | |
|---------|-----|---------|-----|
| 7.1. SI | () | 7.2. NO | () |
|---------|-----|---------|-----|
- ¿Por qué?.....

8. ¿Qué le motivaría visitar este lugar?

- | | | | |
|-------------------|-----|-------------------|-----|
| 8.1. Alojamiento | () | 8.2. Deportes | () |
| 8.3. Relax | () | 8.4. Festividades | () |
| 8.5. Convenciones | () | | |
| 8.6. Otros () | | ¿Cuáles? | |

9. ¿Qué tipo de actividades y/o servicios le gustaría que implementemos para que usted eligiera nuestro complejo turístico-deportivo y recreativo?

- | | | | |
|----------------------------|-----|---------------------------|-----|
| 9.1. Alojamiento | () | 9.2. Deportes | () |
| 9.3. Alimentación | () | 9.4. Salón de Recepciones | () |
| 9.5. Salón de Convenciones | () | | |
- Especifique.....

10. ¿Cuáles son los servicios que usted desea que el complejo ofrezca en su infraestructura?

- | | | | |
|--------------------------------------|-----|-------------------|-----|
| Alojamiento | () | Salón de Eventos | () |
| Alimentación | () | Áreas Recreativas | () |
| Alquiler de instalaciones deportivas | () | | |

11. ¿Cómo calificaría usted la ubicación del complejo?

Dirección: Avenida Lizarzaburu S/N junto al Aeropuerto (sector norte)

- 11.1. Excelente ()
- 11.2. Muy Bueno ()
- 11.3. Bueno ()
- 11.4. Regular ()
- 11.5. Malo ()

12. ¿Con qué frecuencia visitaría usted el Complejo?

- 12.1 Cuántas veces por semana ()
- 12.2 Cuántas veces por mes ()
- 12.3 Cuántas veces por año ()
- 12.4 Feriados ()

13. ¿Cómo le gustaría enterarse de este Complejo?

- 13.1 Radio ()
- 13.2 Televisión ()
- 13.4 Internet ()
- 13.5 Otro ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ENCUESTA DIRIGIDA AL SEGMENTO TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS.

Señor(a) el objetivo de la presente encuesta es recopilar información para determinar la posibilidad de crear el Complejo Turístico-Deportivo y Recreativo “ALDEBARÁN” en el norte de la ciudad de Riobamba, pues su criterio será de gran ayuda para el desarrollo de este trabajo.

Instrucciones:

- Esta encuesta es de carácter anónima, los datos obtenidos serán estrictamente confidenciales.
- Marque con una (X), el paréntesis que indique su respuesta.
- Escriba con letra clara los renglones, donde sea necesario.

1. ¿Sexo?

1.1. Femenino ()

1.2. Masculino ()

2. ¿Cuál es su edad?

.....años

3. ¿Cuál es su procedencia?

.....

4. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

4.1 Primaria ()

4.2 Secundaria ()

4.3 Superior ()

4.4. Postgrado ()

5. ¿Practica algún deporte?

.....

13.1 Radio () 13.2 Televisión () 13.4 Internet () 13.5 Otro ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



**NATIONAL UNIVERSITY OF CHIMBORAZO
ENGINEERING SCHOOL
TOURISM AND HOTEL MANAGEMENT**

POLL AIMED TO TRAINERS AND SPORTSMEN

Pollster:

City:

Date:

The objective of this poll is to gather information to determine whether or not it is feasible to create a Tourism-Sports & Recreation Resort “ALDEBARAN” in Riobamba’s northern sector. Your criteria will be very helpful for this work.

Instructions:

- This is an anonymous poll. All the data gathered will be confidential.
- Please mark with an (X) inside the parenthesis to select your answer.
- Please write clearly, using capital letters where necessary.

1. Sex?

1.1. Female ()

1.2. Male ()

2. What is your age?years

3. Where are you from?

4. What is your job?

4.1. Director () 4.2. Trainer () 4.3. Sportsman ()

5. What sport do you practice?

5.1. Soccer () 5.2. Squash ()

5.3. Cycling () 5.4. Running ()

- 5.5. Basketball ()
- 5.6. Volleyball ()
- 5.7. Swimming ()
- 5.8. Halterofilia ()
- 5.9. Walking ()
- 5.10. Gymnastics ()
- 5.11. Tennis ()

6. Where do you practice your sport?

- 6.1. Sport Resorts ()
- 6.2. Sports Federations ()
- 6.3. Parks ()
- 6.4. Private Clubs ()

7. Would you like Riobamba to be a city where you could practice high altitude training, knowing that the city counts with a sports resort with all the facilities to practice sports?

- 7.1. YES ()
- 7.2. NO ()

Why?.....

8. What would be an incentive to visit this place?

- 8.1. Accommodation ()
- 8.2. Sports ()
- 8.3. Relaxation ()
- 8.4. Holidays ()
- 8.5. Conventions ()
- 8.6. Others ()

Which ones?

9. What type of services and activities would you like our Tourism-Sports & Recreation Resort to have so you can select it?

- 9.1. Accommodation ()
- 9.2. Sports ()
- 9.3 Dining ()
- 9.4. Special Events Halls ()
- 9.5. Conventions Halls ()

Please specify.....

10. What type of services do you wish the Tourism-Sports & Recreation Resort to have?

- Accommodation ()
- Dining ()
- Rent of sports facilities ()
- Recreational areas ()
- Special Events Halls ()

11. How would you rate the location of the Tourism-Sports & Recreation Resort?

Address: Lizarzaburu, next to the airport (northern sector)

- 11.1. Excellent ()
- 11.2. Very Good ()
- 11.3. Good ()

11.4. Regular ()

11.5. Bad ()

12. How often would you visit the Tourism-Sports & Recreation Resort?

12.1 How many times per week () 12.2 How many times per month()

12.3 How many times per year () 12.4 holidays ()

13. How would you like to find out about this Resort?

13.1 Radio() 13.2 Television () 13.4 Internet () 13.5 Other ()

THANKS FOR YOUR SUPPORT



NATIONAL UNIVERSITY OF CHIMBORAZO
ENGINEERING SCHOOL
TOURISM AND HOTEL MANAGEMENT

POLL AIMED TO NATIONAL AND FOREIGN TOURISTS

Pollster:

City:

Date:

The objective of this poll is to gather information to determine whether or not it is feasible to create a Tourism-Sports & Recreation Resort “ALDEBARAN” in Riobamba’s northern sector. Your criteria will be very helpful for this work.

Instructions:

- This is an anonymous poll. All the data gathered will be confidential.
- Please mark with an (X) inside the parenthesis to select your answer.
- Please write clearly, using capital letters where necessary.

1. Sex?

1.1 Female ()

1.2 Male ()

2. What is your age?years

3. Where are you from?

4. What is your education level?

4.1 Grammar school () 4.2 High school () 4.3 College ()

4.4 Higher degree ()

5. What sport do you practice?

5.1. Soccer ()

5.2. Squash ()

5.3. Cycling ()

5.4. Running ()

5.5. Basketball ()

5.6. Volleyball ()

5.7. Swimming ()

5.8. Halterofilia ()

5.9. Walking ()

5.10. Gymnastics ()

5.11. Tennis ()

6. Where do you practice your sport?

- 6.1. Sport Resorts () 6.3. Parks ()
6.2. Sports Federations () 6.4. Private Clubs ()

7. Would you like Riobamba to be a city where you could practice high altitude training, knowing that the city counts with a sports resort with all the facilities to practice sports?

- 7.1. YES () 7.2. NO ()

Why?.....

8. What would be an incentive to visit this place?

- 8.1. Accommodation () 8.2. Sports ()
8.3. Relaxation () 8.4. Holidays ()
8.5. Conventions ()
8.6. Others ()

Which ones?

9. What type of services and activities would you like our Tourism-Sports & Recreation Resort to have so you can select it?

- 9.1. Accommodation () 9.2. Sports ()
9.3 Dining () 9.4. Special Events Halls ()
9.5. Conventions Halls ()

Please specify.....

10. What type of services do you wish the Tourism-Sports & Recreation Resort to have?

- Accommodation () Recreational areas ()
Dining () Special Events Halls ()
Rent of sports facilities ()

11. How would you rate the location of the Tourism-Sports & Recreation Resort?

Address: Lizarzaburu, next to the airport (northern sector)

- 11.1. Excellent ()
11.2. Very Good ()
11.3. Good ()
11.4. Regular ()
11.5. Bad ()

12. How often would you visit the Tourism-Sports & Recreation Resort?

- 12.1 How many times per week () 12.2 How many times per month()
12.3 How many times per year () 12.4 holidays ()

13. How would you like to find out about this Resort?

- 13.1 Radio() 13.2 Television () 13.4 Internet () 13.5 Other ()

THANKS FOR YOUR SUPPORT